SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Alagoas – Ifal
Diretoria de Educação a Distância - Diread
Sistema Universidade Aberta do Brasil- UAB

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS

MACEIÓ, AL
2026

ADMINISTRAÇÃO GERAL DO IFAL

REITOR
Carlos Guedes de Lacerda

PRÓ-REITOR DE ADMINISTRAÇÃO (PROAD)
Heverton Lima de Andrade

PRÓ-REITOR DE EXTENSÃO (PROEX)
Gilberto da Cruz Gouveia Neto

PRÓ-REITORA DE ENSINO (PROEN)
Maria Cledilma Ferreira da Silva Costa

PRÓ-REITORA DE PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E INOVAÇÃO (PRPPI)
Eunice Palmeira da Silva

PRÓ-REITORA DE DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL (PRDI)
Carolina Mendonça de Moraes Duarte

DIRETORA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
Elisabete Duarte de Oliveira

COORDENADOR DE ENSINO EaD
Luiz Henrique de Gouvêa Lemos

COORDENADOR DE TECNOLOGIAS DIGITAIS PARA O ENSINO A DISTÂNCIA
Clécio do Nascimento Santos

COORDENADOR DA UNIVERSIDADE ABERTA DO BRASIL - IFAL
Antônio Carlos Santos de Lima

COORDENADOR ADJUNTO DA UNIVERSIDADE ABERTA DO BRASIL - IFAL
Geraldo Luiz Valle dos Santos

COMISSÃO DE ELABORAÇÃO

Adriana Thiara de Oliveira Silva
Alexia Marie de Oliveira
Clécio do Nascimento Santos
Darislânia da Silva Rocha
Fabrícia Carla de Albuquerque Silva
Jônatas Rocha Cruz
Lorenna Nascimento Monteiro
Luciana Fonseca Pontes
Maurício Vieira Dias Júnior
Melissa Rossana de Oliveira Menezes
Suzany Cristina Vilhena Rodrigues
Wyllams Barros Farias da Silva

SUMÁRIO

1 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO 7

2 JUSTIFICATIVA 8

3 OBJETIVOS 11

3.1 OBJETIVO GERAL 11

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 11

4 REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO AO CURSO 12

5 PERFIL PROFISSIONAL DA/DO EGRESSA/O 13

6 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR 16

6.1 REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DO CURSO 18

6.2 MATRIZ CURRICULAR 19

6.3 ATIVIDADES COMPLEMENTARES 21

7 PRÁTICA EXTENSIONISTA INTEGRADA AO CURRÍCULO - PEIC 22

8 METODOLOGIA 24

8.1 ACESSIBILIDADE METODOLÓGICA 27

8.2 ARTICULAÇÃO TEORIA E PRÁTICA 27

8.3 INTERDISCIPLINARIDADE 28

9 TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO - TDIC 29

10 ENSINO A DISTÂNCIA 30

10.1 ATRIBUIÇÕES DAS/OS DOCENTES 30

10.2 SISTEMA DE TUTORIA E MEDIAÇÃO PEDAGÓGICA 31

10.2.1 TUTORIA 32

10.2.2 MEDIAÇÃO PEDAGÓGICA 32

10.2.3 PROCESSO DE INTEGRAÇÃO E ACOMPANHAMENTO 33

10.2.4 MATERIAL DIDÁTICO 34

10.2.5 AMBIENTAÇÃO TECNOLÓGICA 34

10.2.6 ENCONTROS PRESENCIAIS 35

11 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO 36

11.1 PROGRAMAS DE BOLSAS INSTITUCIONAIS 36
11.2 MONITORIA 36
11.3 MOBILIDADE ACADÊMICA 37
12 POLÍTICA INSTITUCIONAL DE APOIO À/AO ESTUDANTE 38
12.1 ACESSIBILIDADE ARQUITETÔNICA 40
12.2 ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL 40
12.3 AÇÕES DE ACOLHIMENTO E APOIO À APRENDIZAGEM 40
13 REOFERTA 42
14 CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES 43
15 CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO PARA APRENDIZAGEM 44
16 SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO 47
16.1 AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL 47
16.2 COMISSÃO PRÓPRIA DE AVALIAÇÃO (CPA) 47
16.3 NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE (NDE) 48
16.4 COLEGIADO DO CURSO 50
16.5 ENADE 50
16.6 ACOMPANHAMENTO DE EGRESSAS/OS 51
17 INFRAESTRUTURA FÍSICA E TECNOLÓGICA 52
17.1 BIBLIOTECA E RECURSOS DIGITAIS 52
17.2 LABORATÓRIOS 54
17.2.1 LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA 54
17.2.2 LABORATÓRIO DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL 54
18 QUADRO DE PESSOAL DOCENTE, TÉCNICO-ADMINISTRATIVO E MEDIAÇÃO PEDAGÓGICA 57
19 ATRIBUIÇÕES DO/A COORDENADOR/A DE CURSO 59
20 CERTIFICADOS E DIPLOMAS EXPEDIDOS AOS/ÀS CONCLUINTES 62
21 EMENTÁRIO DOS COMPONENTES CURRICULARES 63
21.1 EMENTÁRIO 1.º PERÍODO 63
21.2 EMENTÁRIO 2.º PERÍODO 71

21.3 EMENTÁRIO 3.º PERÍODO 79
21.4 EMENTÁRIO 4.º PERÍODO 87
21.5 EMENTÁRIO DOS COMPONENTES CURRICULARES OPTATIVOS 94
REFERÊNCIAS **99**

1 - IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

Instituição: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas – Ifal
Denominação do Curso: Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais
Modalidade: Educação a Distância
Eixo Tecnológico: Produção Cultural e Design
Área Tecnológica: Comunicação Midiática
Local da oferta: Polos presenciais, devidamente credenciados junto à Diretoria de Articulação e Inovação em Educação Aberta (DIEA), vinculada à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e aptos para oferta do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais a distância. A quantidade de oferta e/ou polos poderá variar de acordo com o interesse institucional e/ou a aprovação em editais da DIEA/Capes.
Oferta de vagas: Condicionada aos editais da DIEA/Capes referentes à oferta de vagas em cursos superiores na modalidade a distância no âmbito do Sistema Universidade Aberta do Brasil – UAB e resoluções do Ministério da Educação – MEC.
Carga horária total do Curso: 1.625h (mil, seiscentas e vinte cinco horas)
Carga horária presencial: 162h e 30min (cento e sessenta e duas horas e trinta minutos)
Carga horária síncrona mediada: 162h e 30min (cento e sessenta e duas horas e trinta minutos)
Carga horária de ensino a distância: 1.300h (mil e trezentas horas)
Carga horária para atividades complementares: 200h (duzentas horas)
Carga horária para Prática Extensionista Integrada ao Currículo: 180h (cento e oitenta horas)
Carga horária de componentes curriculares optativos: 45h (quarenta e cinco horas)
Carga horária de Libras: 45h (quarenta e cinco horas) - componente optativo
Duração mínima: 04 (Quatro semestres)
Duração máxima: 08 (Oito semestres)
Periodicidade dos componentes curriculares: semestral
CBO (Código Brasileiro de Ocupações): 2534-05 - Analista de Redes Sociais
CÓDIGO CINE (Classificação Internacional Normalizada da Educação): 0211P05

2 - JUSTIFICATIVA

As profundas transformações impulsionadas pelas tecnologias digitais vêm redefinindo as formas de comunicação, produção, circulação da informação e interação entre pessoas, organizações e instituições. Nesse cenário, a economia digital demanda profissionais capazes de compreender as dinâmicas dos ambientes digitais, utilizar tecnologias de forma estratégica e responder, com criatividade e senso crítico, às constantes mudanças que caracterizam esse contexto. A formação de recursos humanos qualificados para atuar nesse ecossistema tornou-se, portanto, uma necessidade para o desenvolvimento econômico, social e tecnológico do país.

Paralelamente, a Educação a Distância (EaD) consolidou-se como uma modalidade estratégica para ampliar o acesso ao ensino superior, democratizando oportunidades de formação e possibilitando que estudantes de diferentes regiões conciliem estudos, trabalho e demais responsabilidades. Amparada pelo avanço das tecnologias digitais de informação e comunicação, a EaD oferece condições para uma aprendizagem flexível, interativa e centrada no desenvolvimento de competências, contribuindo para a interiorização da educação profissional e tecnológica e para a formação de profissionais alinhadas/os às demandas contemporâneas do mundo do trabalho.

Nesse contexto, a oferta do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais na modalidade EaD justifica-se pela crescente necessidade de formação de profissionais aptas/os a planejar, produzir, gerenciar e analisar estratégias de comunicação em ambientes digitais, considerando aspectos técnicos, estratégicos, éticos e inovadores. A modalidade amplia o alcance da formação, permitindo atender estudantes de diferentes localidades e contribuir para a qualificação de profissionais capazes de impulsionar a transformação digital em organizações públicas, privadas e do terceiro setor, fortalecendo o desenvolvimento regional e nacional.

Segundo dados do relatório Digital 2024, produzido pela We Are Social em parceria com a Meltwater, mais de **5,04 bilhões de pessoas usam a internet** globalmente, o que representa cerca de **62,3% da população mundial**. No Brasil,

mais de **150 milhões de pessoas estão conectadas à internet**, e **mais de 90% utilizam redes sociais diariamente** (We are social; Meltwater, 2024). Essa realidade mostra que as mídias digitais são o principal canal de comunicação e consumo de informação, superando meios tradicionais como a televisão e o rádio.

Diante disso, a/o profissional de mídias digitais é responsável por planejar, executar e monitorar estratégias que envolvem redes sociais, marketing de conteúdo, tráfego pago, *Search Engine Optimization*-SEO (Otimização para Mecanismos de Busca) e análise de dados. Ela/e atua diretamente na construção da imagem da marca, no relacionamento com o público e no aumento das vendas e da visibilidade. De acordo com uma pesquisa da Content Trends 2023, **empresas que investem em marketing digital têm 2,2 vezes mais visitas e 3,5 vezes mais leads** do que aquelas que não investem (Rock content, 2023).

O relatório “O Futuro do Trabalho 2023”, encomendado pelo Fórum Econômico Mundial e executado no Brasil pela Fundação Dom Cabral, destacou que os avanços tecnológicos, as mudanças no perfil das/dos consumidoras/es e a transição verde têm impulsionado a criação de novos postos de trabalho, enquanto fatores como o aumento do custo de vida, a desaceleração econômica e as tensões geopolíticas podem causar perdas significativas de empregos (Fórum econômico mundial, 2023). A 4ª edição do relatório, publicada em 30 de abril de 2023, analisa como os empregos e as habilidades evoluirão entre 2023 e 2027, oferecendo uma visão clara sobre como as tendências socioeconômicas e tecnológicas moldarão o ambiente de trabalho no futuro.

Ainda segundo o estudo, **23% dos empregos atuais devem se modificar até 2027**, o que indica uma transformação significativa no perfil profissional exigido. Nesse cenário, as profissões com maior potencial de crescimento são aquelas que sabem utilizar com eficácia e eficiência as tecnologias digitais. Quanto mais adaptáveis as/os profissionais forem ao uso do ambiente tecnológico, maiores serão suas chances de se inserirem no mundo do trabalho.

Além disso, dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABCOMM) indicam que o setor cresceu **18% em 2023**, impulsionado principalmente por estratégias digitais eficientes (ABCOMM, 2023). Esse cenário reforça a

necessidade de especialistas que saibam atuar com inteligência e criatividade nos diversos canais digitais.

Portanto, o/a profissional de mídias digitais é hoje um/a agente estratégico/a nas organizações. Sua atuação impacta diretamente os resultados comerciais, a reputação das marcas e a conexão com o público-alvo. Em um mundo cada vez mais conectado, sua relevância é inquestionável e tende a crescer nos próximos anos.

Compreendendo essa realidade, o Instituto Federal de Alagoas (Ifal) reconhece a importância da formação de profissionais aptas/os para atuar na área de comunicação digital. Em consonância com seu Projeto Político Pedagógico Institucional (PPPI) e seu Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), o Ifal compromete-se em promover um projeto educacional que incentive a inclusão social por meio da qualificação de profissionais para o segmento de mídias digitais, participando ativamente do desenvolvimento do setor.

A criação de um Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais no Instituto Federal de Alagoas (Ifal) está alinhada aos **objetivos estratégicos estabelecidos no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2024–2028**, especialmente no que diz respeito à ampliação da oferta de cursos voltados para as demandas atuais do mundo do trabalho, à inovação tecnológica e ao fortalecimento da comunicação institucional.

Nesse contexto, a/o profissional de mídias digitais exerce funções que dialogam diretamente com o atual mundo do trabalho. Ela/e é preparada/o para atuar de forma estratégica na **gestão de redes sociais, produção de conteúdo digital, análise de dados e comunicação integrada**, habilidades que são essenciais tanto no setor público quanto no privado.

A criação do curso, portanto, representa uma **resposta acadêmica estruturada** às transformações do mundo do trabalho apontadas por pesquisas como o relatório O Futuro do Trabalho 2023 (Fórum econômico mundial, 2023), e também cumpre a função social e educacional do Ifal, que visa **formar profissionais adaptáveis, criativas/os e tecnologicamente qualificadas/os**.

3 - OBJETIVOS

Os objetivos do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais na modalidade a distância estão alinhados às Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos Superiores de Tecnologia, às demandas contemporâneas da sociedade e do mundo do trabalho, bem como à missão institucional de promover uma formação integral, ética e comprometida com a inovação e o desenvolvimento sustentável.

3.1 OBJETIVO GERAL

O Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais tem como objetivo geral formar profissionais com conhecimentos, competências, saberes e habilidades na área e aptas/os para executar atividades técnicas e estratégicas para planejar, produzir, gerenciar e analisar conteúdos e campanhas digitais em diferentes plataformas, com foco em mídias sociais, de forma ética, inovadora e alinhada às demandas do mundo do trabalho, à transformação digital e aos princípios do desenvolvimento social sustentável.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Desenvolver habilidades técnicas e criativas** para a produção de conteúdo digital multiplataforma, incluindo textos, imagens, vídeos e estratégias de engajamento adaptadas a diferentes públicos e redes sociais.

- **Formar profissionais para o uso de ferramentas de análise de dados, métricas e indicadores de desempenho digital**, possibilitando a tomada de decisões orientadas por evidências no ambiente virtual.

- **Promover a compreensão crítica e ética da atuação nas mídias sociais**, considerando as implicações socioculturais, legais e institucionais da comunicação digital, bem como o papel estratégico da informação na sociedade em rede.

4 - REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO AO CURSO

Os requisitos e a forma de acesso ao Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais na modalidade a distância observam as diretrizes do Ministério da Educação (MEC) para o ensino superior, bem como as normas internas da instituição.

O ingresso no curso é destinado a pessoas que tenham concluído o Ensino Médio ou equivalente, nos termos da legislação vigente. O acesso ao curso ocorrerá por meio de processo seletivo específico, promovido pelo Ifal e regulamentado por edital público de seleção amplamente divulgado, observando os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, conforme as Normas de Organização Didática vigentes no Ifal.

Além do processo seletivo regular, o Ifal poderá adotar outras formas de ingresso, previstas em suas Normas de Organização Didática, desde que haja disponibilidade de vagas e sejam atendidos os critérios estabelecidos em edital específico. São elas:

- Reopção de curso;
- Transferência interna e externa;
- Acesso para portadoras/es de diploma de curso superior.

O número de vagas ofertadas fica condicionado à disponibilidade orçamentária, às diretrizes da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes/UAB) e à capacidade dos polos, respeitando-se o percentual de reserva de vagas previsto na legislação vigente.

As vagas remanescentes, quando houver, poderão ser preenchidas por meio de edital específico, observando-se as diretrizes institucionais e os critérios estabelecidos para esse fim.

5 - PERFIL PROFISSIONAL DA/DO EGRESSA/O

A/O Tecnóloga/o em Mídias Sociais Digitais é a/o profissional responsável por planejar, implementar, gerenciar e otimizar a presença estratégica de organizações, marcas ou pessoas no ecossistema digital. Sua atuação transcende a operação de plataformas, envolvendo a interpretação de comportamentos em rede para a geração de valor, engajamento e relacionamento.

A/O Tecnóloga/o em Mídias Sociais Digitais será habilitada/o para:

- Planejar Estrategicamente: Elaborar planos de comunicação digital alinhados aos objetivos de negócio, definindo cronogramas, tom de voz, posicionamento e personas.
- Gerir Conteúdo e Storytelling: Produzir, curar e gerenciar conteúdos multimodais (texto, imagem, vídeo e áudio) adaptados às linguagens, narrativas e algoritmos específicos de cada plataforma digital.
- Analisar Dados e Métricas: Monitorar indicadores de desempenho, realizar auditorias de redes sociais e transformar dados brutos em inteligência analítica para a tomada de decisões estratégicas.
- Monitorar e Gerir Crises: Acompanhar a saúde e a reputação da marca em tempo real, identificar tendências (*trending topics*) e agir preventivamente em situações de crise de imagem.
- Gerenciar Tráfego e Performance: Configurar e otimizar campanhas de anúncios pagos (*Social Ads*) e aplicar técnicas de SEO (*Search Engine Optimization*) para ampliação do alcance orgânico.
- Mediar Relacionamento e Comunidades: Gerenciar comunidades digitais, mediando interações entre marca e público para fortalecer a fidelização, o suporte à/ao cliente e o sentimento de pertencimento.
- Aplicar Inteligência de Mercado: Desenvolver pesquisas de mercado digital, identificar comportamentos de consumo e prever tendências e necessidades do público-alvo.
- Promover a Acessibilidade e Inclusão Digital: Projetar e adaptar recursos multimídia e layouts voltados para a experiência da/o usuária/o, garantindo a interatividade, a acessibilidade para pessoas com deficiência (PcD) e a inclusão digital.

- Inovar Tecnologicamente: Incorporar inovações tecnológicas, como ferramentas de Inteligência Artificial (IA) e automação, aos processos de produção, análise e gestão de conteúdo.

Para atuação como Tecnóloga/o em Mídias Sociais Digitais, são fundamentais:

- Competências múltiplas que lhe permitam transitar com desenvoltura entre as diversas atividades da área de Mídias Sociais Digitais, bem como atender às mais diversas demandas de um extenso mercado propenso a mudanças rápidas e constantes.
- Capacidade de manter constante intercâmbio com segmentos de outras formas de arte, com a sociedade, com a cultura nativa e outras culturas, buscando uma visão integrada e especulativa, geradora de novas ideias e possibilidades.
- Pensamento crítico, autonomia intelectual, criatividade.
- Capacidade de atuar dentro de novas condições de trabalho, de novas tecnologias e de novas exigências de conhecimento, qualidade e produtividade.
- Compromisso com ética profissional voltada à organização democrática da vida em sociedade e com a sustentabilidade do planeta.

Para além das competências técnicas, o perfil da/o egressa/o pressupõe:

- Responsabilidade Ética, Legal e Social: Atuação em estrita conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), normas de direitos autorais, ética publicitária - Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) e combate à desinformação (*fake news*).
- Visão Crítica e Analítica: Capacidade de interpretar o impacto sociocultural das mídias sociais, atuando com responsabilidade social e respeito à diversidade.
- Adaptabilidade Tecnológica: Aptidão para o aprendizado contínuo e autônomo frente à rápida evolução das plataformas, ferramentas e algoritmos de interação.

Campo de Atuação

A/O egressa/o encontrará um mundo de trabalho dinâmico e diversificado, estando qualificada/o para atuar em:

- Agências de Comunicação, Publicidade e Marketing Digital: Como gestor/a de mídias sociais, *planner*, estrategista de conteúdo ou analista de performance.
- Departamentos de Marketing e Comunicação Corporativa: Em empresas públicas, privadas e do terceiro setor de diversos portes e segmentos.
- Setor Público e Político: Na gestão de imagem institucional, assessoria digital e campanhas de mobilização social.
- E-commerce e Social Commerce: Na criação de estratégias de conversão de vendas, relacionamento e atendimento via redes sociais.
- Empreendedorismo e Consultoria: Como profissional autônomo/a (*freelancer*), consultor/a estratégico/a para marcas ou gestor/a de carreira de influenciadores/as digitais e criadores/as de conteúdo.

De modo geral, os locais e ambientes de trabalho para atuação da/o tecnóloga/o em Mídias Sociais Digitais são**:**

- Produtoras de conteúdos digitais
- Provedores de acesso
- Organizações não-governamentais
- Órgãos públicos
- Institutos e centros de pesquisa
- Empresas de tecnologia
- Agências de publicidade e marketing
- Portais de Informação
- Instituições de ensino, mediante formação requerida pela legislação vigente

6 - ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

O Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais do Ifal tem sua estrutura curricular organizada de modo a atender às determinações da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBEN) — Lei n.º 9.394/1996 —, consoante o Decreto n.º 9.235/2017, o Decreto nº 12.456, de 19 de maio de 2025, que dispõe sobre a oferta de educação a distância por instituições de educação superior em cursos de graduação, a Portaria MEC nº 378, de 19 de maio de 2025, a Portaria MEC nº 381, de 20 de maio de 2025, a Portaria MEC nº 506, de 10 de julho de 2025 e as Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos tecnológicos, expressas por meio do Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (CNCST — 4ª edição, 2024), instituído pela Portaria MEC nº 514, de 4 de junho de 2024, além dos demais dispositivos legais vigentes.

O curso será desenvolvido em, no mínimo, 4 (quatro) e, no máximo, 8 (oito) períodos letivos, com uma carga horária total de 1.625 horas, cumprindo integralmente os requisitos exigidos pela legislação para a modalidade.

A estrutura curricular está organizada em quatro eixos fundamentais que congregam os conhecimentos e saberes necessários à formação para a prática profissional: o eixo de conhecimentos básicos, o eixo específico da área de atuação, o eixo integrador e o eixo optativo:

- **Eixo de conhecimentos básicos:** constituído por componentes curriculares essenciais para a formação humanística e para o desenvolvimento profissional e cidadão. Reúne saberes voltados para a orientação científica e para a compreensão do ser humano, do mundo, da cultura e da sociedade, fornecendo um arcabouço teórico que subsidia uma atuação profissional abrangente, situada em contextos histórico-sociais próprios e fomentando o diálogo interdisciplinar.
- **Eixo específico da área de atuação:** correspondente aos componentes curriculares diretamente relacionados à prática profissional da/o tecnóloga/o em Mídias Sociais Digitais.
- **Eixo integrador:** atua como o elo de convergência entre a teoria e a prática, articulando os saberes dos eixos básico e específico. Este eixo é composto por componentes curriculares que promovem a aplicação interdisciplinar e a

resolução de problemas reais, consolidando as competências profissionais por meio de projetos e atividades que unificam a visão técnica à formação geral da/o estudante.

- **Eixo optativo:** composto por componentes curriculares que promovem a flexibilização do percurso acadêmico e a autonomia da/o estudante, compreendendo os componentes curriculares de Empreendedorismo; Cultura, Diversidade e Inclusão; Laboratório Audiovisual; Inglês Instrumental; e Libras (esta última em conformidade com o Decreto n.º 5.626/2005), cada qual com carga horária de 45 horas.

Quadro 1: estrutura curricular

FORMAÇÃO	CH (h)	%CHT
EIXO DE CONHECIMENTOS BÁSICOS	480	29,5%
EIXO ESPECÍFICO DA ÁREA DE ATUAÇÃO	720	44,3%
PRÁTICA EXTENSIONISTA INTEGRADA AO CURRÍCULO	180	11,1%
EIXO OPTATIVO	45	2,8%
ATIVIDADES COMPLEMENTARES	200	12,3%
Total	**1625**	**100%**

onde,

h: hora
CH: carga horária
%CHT: percentual da carga horária total

O curso tem matrícula semestral e apresenta carga horária total de 1625 horas, distribuídas em:

- Carga horária de componentes curriculares: 1380 horas para os componentes curriculares obrigatórios (sendo 180 horas para Prática Extensionista Integrada ao currículo, o que corresponde a mais de 10% da carga horária total do curso) e 45 horas para os componentes curriculares optativos. Destas 1425 horas, 1100 horas estão indicadas para serem ministradas na modalidade à distância, 180 horas presenciais e 145 horas em atividades síncronas mediadas.
- Carga horária de atividades obrigatórias: 200 horas para atividades complementares.

Quadro 2: rol de componentes curriculares optativos

CÓDIGO	COMPONENTE	CH
33	Empreendedorismo	45
34	Cultura, Diversidade e Inclusão	45
35	Laboratório Audiovisual	45
36	Inglês Instrumental	45
37	Libras	45

6.1 REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DO CURSO

O fluxograma a seguir apresenta a matriz gráfica dos componentes curriculares do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais.

Quadro 3: representação gráfica do curso

1.º Semestre	2.º Semestre	3.º Semestre	4.º Semestre
Educação, Comunicação e Tecnologias	Planejamento de Conteúdo	Ética e Direito Digital	Comportamento da/o Usuária/o
Ciências Sociais para Comunicadoras/es I	Análise de Público-Alvo	Português Aplicado à Comunicação Digital II	Branding
Plataformas Digitais	Narrativa e Linguagem	Criação Estratégica e Criativa	Edição de Imagem e Vídeo
Planejamento de Projeto	Técnicas Audiovisuais e Softwares	Atendimento à/ao Cliente	Análise e Divulgação Estratégica
Português Aplicado à Comunicação Digital I	Tecnologias para Mídias Sociais I	Tecnologias para Mídias Sociais II	Optativo
Criatividade e Expressão	Design para Mídias Digitais	Produção Audiovisual	Projetos e Vendas
Introdução à Produção	Ciências Sociais para Comunicadoras/es II	Estratégias de Alcance	Gestão e Modelo de Negócio
PEIC I	PEIC II	PEIC III	PEIC IV

Legenda:

	eixo de conhecimento básico
	eixo específico da área de atuação
	eixo integrador
	eixo optativo

6.2 MATRIZ CURRICULAR

A matriz curricular aborda diretamente diversos aspectos essenciais à formação da/o tecnóloga/o em Mídias Sociais Digitais, incluindo de modo direto e transversal conteúdos relativos a direitos humanos, educação ambiental, respeito à diversidade humana, relações étnico-raciais, além de aspectos relacionados às necessidades específicas de pessoas com deficiência. Essa iniciativa visa não apenas o fortalecer o vínculo do corpo discente com valores da cidadania, mas também atender os preceitos legais que moldam a educação superior tecnológica no país.

O componente curricular “Libras” está previsto como optativo, conforme indicado pelo Decreto n° 5.626/2005. No entanto, temas relacionados à surdez e a outras necessidades específicas serão abordados com o apoio de materiais didáticos e científicos, com o objetivo de desenvolver o senso crítico, a argumentação e a expressão oral e escrita. Também serão promovidas palestras e debates com profissionais convidadas/os, conforme programação estabelecida e deliberada pelo Colegiado do Curso, com apoio e acompanhamento do Núcleo de Apoio a Pessoas com Necessidades Específicas (Napne).

Para atender à Resolução CNE/CP n° 01/2004, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana, os respectivos conteúdos estão difundidos em diversos componentes curriculares, sendo abordados também por meio de atividades extracurriculares a serem definidas pelo Colegiado de Curso, em consonância com o Núcleo de Estudos AfroBrasileiros e Indígenas (Neabi) do Ifal. Esse Núcleo direciona ações no contexto dos componentes curriculares que envolvem saberes tradicionais, tais como “Ciências Sociais para Comunicadoras/es" (1º e 2º semestres), contemplando também a história e cultura indígenas, conforme previsto na Lei n° 11.645/2008.

A Educação em Direitos Humanos, cujas diretrizes estão estabelecidas pela Resolução CNE/CP n° 1/2012, integra a essência institucional, estando presente no Projeto Pedagógico e no Plano de Desenvolvimento Institucional. Trata-se de um processo formativo integral e multidimensional, que articula saberes históricos,

valores e práticas voltados à cidadania, promovendo consciência crítica, metodologias participativas e ações concretas de defesa, promoção e reparação de direitos em diversos contextos sociais. Essa perspectiva é abordada ao longo do curso de diferentes maneiras, com destaque para o componente curricular “Ética e Direito Digital". A Educação em Direitos Humanos é fundamental para a preparação para o mundo do trabalho e, ao promover o encontro entre teoria e prática, contribui para a articulação entre garantias formais e a efetivação dos direitos.

A matriz curricular do curso é construída de forma a contemplar a Educação Ambiental de maneira interdisciplinar e transversal, não apenas pela iminente necessidade de conservação e preservação dos ecossistemas, mas também pela obrigatoriedade de atender a legislações que orientam a atuação profissional. A temática é abordada diretamente nos componentes curriculares “Educação, Comunicação e Tecnologias” e “Ciências Sociais para Comunicadoras/es I e II”.

Dessa forma, o Ifal cumpre o disposto na Resolução nº 2, de 15 de junho de 2012, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental, bem como na Lei nº 9.795/1999, regulamentada pelo Decreto nº 4.281/2002.

Quadro 3: matriz curricular do curso

	Código	Componente Curricular	CH Teórica			CH Prática			CH Semestral
			Presencial	Síncrona Mediada	EaD	Presencial	Síncrona Mediada	EaD	
1.º sem.	MSD01	Educação, Comunicação e Tecnologias		5	25				30,0
	MSD02	Ciências Sociais para Comunicadoras/es I		10	35				45,0
	MSD03	Plataformas Digitais			20		5	20	45,0
	MSD04	Planejamento de Projeto			20		5	20	45,0
	MSD05	Português Aplicado à Comunicação Digital I			20		5	20	45,0
	MSD06	Criatividade e Expressão			15		5	25	45,0
	MSD07	Introdução à Produção			15		5	25	45,0
	MSD08	PEIC I	15			30			45,0
	SUBTOTAL DA CARGA HORÁRIA		**15**	**15**	**150**	**30**	**25**	**110**	**345,0**
2.º se	MSD09	Planejamento de Conteúdo		5	10			30	45,0
	MSD10	Análise de Público-Alvo		5	20			20	45,0
	MSD11	Narrativa e Linguagem			25		5	15	45,0
	MSD12	Técnicas Audiovisuais e Softwares			10		5	30	45,0

m.	MSD13	Tecnologias para Mídias Sociais I			10		5	30	45,0
	MSD14	Design para Mídias Digitais			20		5	20	45,0
	MSD15	Ciências Sociais para Comunicadoras/es II		5	40				45,0
	MSD16	PEIC II	15			30			45,0
	SUBTOTAL DA CARGA HORÁRIA		**15**	**15**	**135**	**30**	**20**	**145**	**360,0**
3.º sem.	MSD17	Ética e Direito Digital		5	40	-			45,0
	MSD18	Português Aplicado à Comunicação Digital II			30		5	10	45,0
	MSD19	Criação Estratégica e Criativa			30		5	10	45,0
	MSD20	Atendimento à/ao Cliente		5	25			15	45,0
	MSD21	Tecnologias para Mídias Sociais II			10		5	30	45,0
	MSD22	Produção Audiovisual			10		5	30	45,0
	MSD23	Estratégias de Alcance			30		5	10	45,0
	MSD24	PEIC III	15			30			45,0
	SUBTOTAL DA CARGA HORÁRIA		**15**	**10**	**175**	**30**	**25**	**105**	**360,0**
4.º sem.	MSD25	Comportamento da/o Usuária/o		5	25			15	45,0
	MSD26	Branding		5	20			20	45,0
	MSD27	Edição de Imagem e Vídeo			10		5	30	45,0
	MSD28	Análise e Divulgação Estratégica			25		5	15	45,0
	MSD29	Optativo		5	25			15	45,0
	MSD30	Projetos e Vendas			20		5	20	45,0
	MSD31	Gestão e Modelo de Negócio			20		5	20	45,0
	MSD32	PEIC IV	15			30			45,0
	SUBTOTAL DA CARGA HORÁRIA		**15**	**15**	**145**	**30**	**20**	**135**	**360,0**
	COMPONENTES CURRICULARES								**1425,0**
	ATIVIDADES COMPLEMENTARES								**200,0**
	CARGA HORÁRIA TOTAL								**1.625,0**

6.3 ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Como requisito para a integralização do curso, a/o estudante deverá cumprir o mínimo de 200 (duzentas) horas em Atividades Acadêmicas Complementares, conforme previsto no normativo institucional vigente. Dentre as atividades relacionadas no normativo, a/o estudante deverá, de livre escolha, optar por, no mínimo, três alternativas.

7 - PRÁTICA EXTENSIONISTA INTEGRADA AO CURRÍCULO - PEIC

A Prática Extensionista Integrada ao Currículo (Peic) é a incorporação obrigatória de atividades de extensão no currículo dos cursos de graduação, com o objetivo de conectar o conhecimento acadêmico com as demandas da sociedade. Essa demanda de adequação curricular é emergente no contexto do cumprimento da resolução do Conselho Nacional de Educação – CNE, nº 07 de 2018 (BRASIL, 2018), que aponta as diretrizes nacionais para a extensão.

Buscando atender o que estabelece a Resolução nº 242/2024 - CEPE/IFAL a/o estudante deverá realizar atividades de extensão integralizando no mínimo 10% da carga horária total do curso. Portanto, para a integralização do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais, estabelece-se o cumprimento de 180 horas correspondentes às atividades de extensão. As 180 horas serão desenvolvidas e distribuídas nos quatro componentes curriculares de Práticas Extensionistas Integrada ao Currículo - (Peic I, II, III e IV) com a carga horária de 45 horas cada um.

Como a Peic é um componente curricular específico, será devidamente registrado no histórico acadêmico da/o estudante e deverá, dentro de suas ementas e planos de trabalhos, desenvolver programas, projetos, cursos, eventos e prestação de serviço realizados. As atividades a serem desenvolvidas poderão ser a partir de editais internos (pontuais ou de fluxo contínuo) ou externos, com ou sem fomento, como também por projetos estabelecidos pelas/os docentes vinculadas/os ao componente curricular, e todas as ações deverão ser devidamente registradas no Sistema Acadêmico do Ifal, podendo ser desenvolvidas de forma interdisciplinar entre servidoras/es e estudantes, observado o eixo formativo e profissional e os objetivos deste PPC.

As/Os docentes que ficarão responsáveis por coordenar/realizar as ações em cada uma dessas Peic deverão elaborar o Plano de Atividades, o qual deverá ser aprovado em reunião do Colegiado do Curso no início do semestre letivo à oferta das Peic. As/Os docentes responsáveis pela execução/realização do Plano de Atividades, aprovado pelo Colegiado, serão cadastradas/os no sistema acadêmico como responsáveis pelas respectivas Peic. As atividades de extensão aqui propostas nos componentes curriculares de Práticas Extensionistas Integrada ao

Currículo - Peic, estão de acordo com o perfil da/o egressa/o do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais.

8 - METODOLOGIA

A concepção de um curso de graduação a distância tem peculiaridades que a distinguem da modalidade presencial. Assim, por suas características, a educação a distância supõe um tipo de ensino em que o foco está em cada estudante em vez da turma. Essa/e estudante deve ser considerada/o como um sujeito do seu aprendizado, desenvolvendo autonomia e independência em relação ao/à professor/a, que a/o orienta no sentido do aprender a aprender e aprender a fazer.

Os materiais didáticos e métodos utilizados neste curso são pensados em uma perspectiva que valoriza a flexibilização pedagógica, no sentido de privilegiar a autonomia e a corresponsabilidade formativa por meio da construção do conhecimento com base em problematizações, sendo pensados e produzidos dentro das especificidades da educação a distância e da realidade da/o estudante para o qual estão sendo elaborados. Vale destacar o avanço dos meios informáticos e digitais, sobretudo como uma tecnologia que facilita, em grande medida, a comunicação, a troca e a aquisição de informação. Neste sentido, busca-se a elaboração de materiais para web ou a utilização de mídias digitais e de elementos interativos que garantam a participação, a aprendizagem, a permanência e o êxito acadêmico. Há também a preocupação em produzir materiais com a acessibilidade pedagógica, que atendam estudantes que possuam diferentes especificidades.

O processo de inclusão no ensino superior é um grande desafio, nesse sentido buscamos superar perspectivas que alimentem o capacitismo, avançando para além da preocupação com acessibilidade nos polos e pensando condições efetivas de acesso e permanência das pessoas com deficiência no curso, nesse caso, por meio da produção também de materiais pedagógicos e do incentivo do diálogo entre as/os mediadoras/es pedagógicas/os e o Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Especiais (Napne).

A educação a distância aponta para a necessidade do estudo colaborativo e/ou cooperativo. A presença e a disponibilidade do/a mediador/a pedagógico/a têm sido importantes não somente como elemento motivador, mas, também, como estratégia de diminuição da evasão. Um papel que a mediação pedagógica vem sendo chamada a desempenhar é o de espaço de articulação e suporte ao estudo cooperativo, de modo a garantir a construção coletiva do conhecimento. A rotina do curso envolve estratégias que devem ser procuradas pela equipe que o constitui:

• Disponibilização de cronograma com datas de início e fim dos componentes curriculares e dos períodos/semestres.

• Apresentação dos componentes curriculares no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) de acordo com o cronograma semestral.

• Espaço comum, comunidade de aprendizagem em rede, entre professoras/es-acadêmicas/os, acadêmicas/os-mediadoras/os pedagógicas/os e acadêmicas/os-acadêmicas/os, sob os princípios da cooperação, do respeito e da autonomia, de modo a alcançar os objetivos propostos.

• Relação dialógica, base da comunidade de aprendizagem, presencial ou mediada por tecnologias, como exercício permanentemente praticado por todas/os as/os participantes, num processo de desenvolvimento capaz de conduzir os diferentes sujeitos aprendizes a uma unidade de ação, tornando-os engajados na tessitura dessa rede real e virtual de todas/os as/os envolvidas/os no curso. O desafio maior do curso é a produção de um novo conhecimento; a pesquisa constitui-se como dimensão de aprendizagem, considerados os indivíduos na sua inserção sociocultural.

• Procedimentos metodológicos específicos (leituras/atividades/ participação nos fóruns de discussão/consultas a Banco de Dados e endereços selecionados), os quais serão adotados de acordo com a natureza do objeto de estudo de cada componente curricular. As comunicações, ao longo do curso, serão mediadas por professoras/es e mediadoras/es pedagógicas/os, via AVA e plantões online e eventualmente nos polos, em horários previamente estabelecidos.

• Encontros presenciais realizados para avaliação da aprendizagem, considerando a natureza singular da interação presencial, podendo ser constituídos como espaço de socialização de atividades e troca de experiências entre estudantes, nos mais diversos componentes curriculares. Nesses encontros, as/os estudantes terão também a oportunidade de apresentar resultados de estudos e pesquisas, discutir e analisar situações-problema, além de outras atividades que envolvam a pesquisa e a extensão. O/A professor/a poderá participar desses encontros presencialmente ou mediados por tecnologia.

• Atividades a distância integradoras, que estimulem as/os participantes a construírem uma rede colaborativa de aprendizagem. Para tanto, as atividades serão instigadoras, desafiando as/os participantes a resolverem, coletivamente,

questões-problema relacionadas à prática pedagógica. As/Os participantes deverão fazer uso dos espaços coletivos no AVA para interagir dialogicamente.

• Apoio do polo presencial, sempre que acharem necessário, onde encontrarão laboratórios de informática conectados à internet, biblioteca setorial, para que possam executar as atividades propostas pelas/os professoras/es.

Nesse sentido, a metodologia é pautada em:

- **Foco no aprendizado da/o estudante**, elegendo a interdisciplinaridade como princípio essencial para a construção do saber;
- **Realização de aulas teóricas e práticas** desenvolvidas em ambientes e laboratórios específicos;
- **Promoção de eventos diversos** (seminários, *lives*, *workshops*, visitas técnicas, entre outros) voltados ao enriquecimento do curso;
- **Estímulo ao exercício de atividades** de ampliação e enriquecimento cultural;
- **Reconhecimento e trato da diversidade** como um diferencial formativo para o mundo do trabalho;
- **Uso estratégico das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs)**, integrando as várias áreas do conhecimento;
- **Adoção de metodologias ativas** e de materiais de apoio didático inovadores;
- **Abordagem de temas transversais**, considerando aspectos relativos à história e cultura afro-brasileira e indígena, além de diretrizes de educação ambiental;
- **Formação acadêmica integrada**, pautada na indissociabilidade entre o ensino, a pesquisa e a extensão.

É de fundamental importância considerar a flexibilidade pedagógica, permitindo a emersão de novos cenários para a construção do conhecimento, valorizando a criatividade e o desenvolvimento de competências sociais. Para tanto, as/os docentes devem estar preparadas/os para estruturar, de maneira personalizada, os ambientes e os objetos de interesse no processo de ensino, concebendo a aprendizagem, a avaliação e a inclusão educacional como

ferramentas de redução de barreiras pedagógicas que dificultem o aprendizado das/os estudantes.

8.1 Acessibilidade Metodológica

Aliada à flexibilidade pedagógica, o curso também prima pela acessibilidade metodológica que consiste no desenvolvimento de práticas de ensino e aprendizagem que se destinam a tornar o processo de aquisição de conhecimento e as tarefas acadêmicas acessíveis para o corpo estudantil com necessidades específicas. Esta abordagem envolve o uso de métodos, técnicas e materiais educacionais que garantam que toda/o estudante tenha acesso ao mesmo nível de ensino por meio de processos de diversificação curricular, flexibilização do tempo e uso de tecnologias assistivas como softwares de reconhecimento de voz, pranchas de comunicação, texto impresso e ampliado, softwares ampliadores de comunicação alternativa, leitores de tela, entre outros recursos. A acessibilidade metodológica é feita em parceria com o Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Específicas (Napne) buscando a remoção das barreiras pedagógicas para a melhoria da qualidade do ensino e aprendizagem para todo corpo estudantil. O Napne visa proporcionar às/aos estudantes o acesso a metodologias inclusivas, a fim de promover o ensino e a aprendizagem de forma aprimorada, por meio da oferta de recursos metodológicos como a utilização de tecnologias assistivas, acessibilidade nas salas de aula e recursos de apoio para estudantes com necessidades específicas. Além disso, fornece orientação para docentes e estudantes com necessidades específicas quanto à adaptação curricular.

8.2 Articulação Teoria e Prática

O curso, dentro da missão da Instituição, promove atividades de ensino, pesquisa e extensão, por meio de uma visão crítica e criativa, o que contribui para o atendimento às necessidades da sociedade e ao seu desenvolvimento, pautado nos princípios da ética profissional.

8.3. Interdisciplinaridade

A matriz curricular do curso foi pensada, desde sua origem, a partir da prática profissional da/o Tecnólogo/a em Mídias Sociais Digitais. Os componentes curriculares estão estruturados de forma a abranger a diversidade das mais diversas áreas, pois o curso busca promover uma flexibilidade que é necessária à formação profissional voltada às exigências do mundo do trabalho. Assim, a interdisciplinaridade apoiada na prática educativa é orientada por uma didática ativa, voltada à resolução de problemas, utilizando para tal os conteúdos abordados em cada componente curricular. Nesse sentido, são utilizadas metodologias ativas como a Sala de Aula Invertida, o desenvolvimento de projetos, estudos de caso, visitas técnicas e a integração do ensino com projetos de pesquisa e extensão.

9 TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TDIC)

A estruturação deste curso foi cuidadosamente planejada à luz da diversidade socioeconômica, cultural e étnico-racial que caracteriza o corpo estudantil da instituição, refletindo o compromisso com a inclusão, a equidade e a democratização do acesso ao ensino superior. A oferta do curso na modalidade a distância, respaldada pelas Tdic, amplia as possibilidades de acesso ao conhecimento, permitindo que estudantes realizem sua formação de maneira flexível, acessível e adaptada às suas realidades cotidianas. As Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (Tdic) potencializam práticas pedagógicas mais interativas e significativas, viabilizando a integração de múltiplas linguagens — texto, imagem, áudio e vídeo — e a criação de ambientes virtuais de aprendizagem que favorecem a autonomia, o protagonismo da/o estudante e a aprendizagem colaborativa. A utilização dessa tecnologia também se dá nas aulas práticas, sendo amplamente utilizadas como recursos de comunicação e formação, tais como: redes sociais e suas ferramentas, fóruns eletrônicos, blogs, chats, tecnologias de telefonia, entre outros.

A adoção das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (Tdic) como ferramentas mediadoras do processo de ensino e aprendizagem configura-se como uma estratégia de inclusão e permanência.

10 ENSINO A DISTÂNCIA

A Educação a Distância (EaD) consolida-se como uma modalidade educacional estratégica, caracterizada por processos de ensino e aprendizagem mediados por Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (Tdic), nos quais estudantes e docentes desenvolvem atividades conectados em tempos ou espaços diversos. Longe de limitar-se à mera transposição do ensino presencial para o ambiente virtual, a EaD pressupõe uma arquitetura pedagógica estruturada, fundamentada na autonomia da/o estudante, na interatividade e em uma forte mediação docente. No país, a oferta de cursos de graduação a distância está fundamentada no Decreto nº 12.456, de 19 de maio de 2025. O decreto e suas portarias regulamentadoras complementares definem desde a infraestrutura dos Polos EaD e a atuação do corpo docente, tutoras/es e mediadoras/es pedagógicas/os até o peso das avaliações.

10.1 ATRIBUIÇÕES DAS/OS DOCENTES

▪ Organizar o material didático do componente curricular, conforme orientações didático- pedagógicas prescritas pela Diretoria de Educação a Distância do Ifal;

▪ Planejar e produzir material didático que atenda às peculiaridades do projeto pedagógico do curso, utilizando recursos midiáticos adequados ao ensino virtual, de forma colaborativa com as/os mediadoras/es pedagógicas/os vinculadas/os ao seu componente curricular;

▪ Preparar a sala de aula online, atualizar o ambiente virtual de aprendizagem e acompanhar o processo de aprendizagem dos/as estudantes;

▪ Ter disponibilidade de 20 (vinte) horas semanais, das quais 16 (dezesseis) horas semanais serão destinadas para o atendimento de estudantes em sistema online mantendo estreita correspondência com o grupo sob a sua supervisão;

▪ Utilizar as 04 (quatro) horas semanais restantes para estudos e reuniões, cujos horários serão definidos conforme necessidades específicas do curso e poderão incluir o turno da noite e finais de semana;

▪ Orientar e acompanhar as/os estudantes em seus estudos, sob supervisão do/a Coordenador/a do Curso ligado ao sistema UAB;

▪ Estimular o processo da aprendizagem a distância, fazendo a mediação entre estudantes do curso;

▪ Ministrar aulas síncronas, de forma remota, em polos de UAB e/ou institucionalizados, de forma que as/os estudantes participem, de forma presencial, nos municípios/polos onde estão vinculadas/os;

▪ Acompanhar o trabalho desenvolvido pelas/os mediadoras/es pedagógicas/os que estiverem vinculados ao seu componente curricular, em articulação com a Coordenação da Tutoria e Mediação Pedagógica;

▪ Apresentar à Diretoria de Educação a Distância, à Coordenação Geral da UAB e à Coordenação do Curso relatórios referentes às atividades desenvolvidas no componente curricular, devendo postá-los no AVA.

10.2 SISTEMA DE TUTORIA E MEDIAÇÃO PEDAGÓGICA

O apoio pedagógico prestado pela mediação pedagógica, de forma consistente e contínua, é uma ação que possibilita a operacionalização do curso, de forma a atender às/aos estudantes nas perspectivas individual e coletiva, cuja metodologia de trabalho oportuniza a constituição de redes de educadoras/es, conectando professoras/es regentes– mediadoras/es pedagógicas/os – estudantes – coordenação, em uma perspectiva de docência colaborativa. Por sua característica de ligação constante com as/os estudantes, o/a professor/a e o/a mediador/a pedagógico/a são as/os atrizes/atores que podem responder com exatidão sobre o desempenho, as características, as dificuldades, os desafios e os progressos de cada um/a deles/as.

A presença e a disponibilidade do/a mediador/a pedagógico/a têm sido importantes não somente como elemento motivador, mas, também, como estratégia de diminuição da evasão. Um papel importante da mediação pedagógica é o de articulação e de suporte ao estudo cooperativo e colaborativo, de modo a garantir a construção coletiva do conhecimento, entendendo a sua atuação como co-docente junto ao/à professor/a regente, com contato mais direto com as/os estudantes e, consequentemente, poder contribuir de forma significativa no (re) planejamento pedagógico, com vistas à melhoria do processo formativo dos/as estudantes.

10.2.1 Tutoria

Esse tipo de tutoria é muito importante, uma vez que é o espaço em que pode ocorrer, com mais frequência, o contato pessoal do/a tutor/a com a/o estudante. O/A tutor/a será presença constante, orientando-a/o sempre nas questões administrativas do curso. O/A tutor/a deve se reunir com as/os estudantes, no início do curso/componente, para que sejam efetivadas as apresentações iniciais para a troca de endereços, telefones, e-mails e, ainda, a explicação da atuação da tutoria no curso. Ela/e deverá disponibilizar horários de atendimento, conforme determinação da legislação vigente, para assistência presencial e/ou online, síncrona e assíncrona.

As atribuições do/a tutor/a estão voltadas a sua atuação em atividades administrativas nos cursos e no polo de apoio presencial.

10.2.2 Mediação Pedagógica

As/Os mediadoras/es pedagógicas/os farão o acompanhamento das atividades das/os estudantes, utilizando o AVA do curso, para esclarecer dúvidas e prestar outras informações. O desafio da mediação pedagógica é o de responder prontamente as dúvidas e as solicitações das/os estudantes.

São atribuições das/os mediadoras/es pedagógicas/os:

a) acompanhar a aprendizagem das/os estudantes, esclarecendo dúvidas a respeito do Projeto Pedagógico do Curso, da ementa, das metodologias e dos conteúdos dos componentes curriculares, sob supervisão do/a professor/a regente;

b) contribuir e atuar na interação entre professor/a regente e estudante nas atividades síncronas e assíncronas mediadas por meio das plataformas digitais e outros recursos tecnológicos;

c) contribuir com as ações relacionadas ao planejamento e avaliação de aprendizagem dos componentes curriculares, no sentido de contribuir para a permanência e conclusão com êxito da/o estudante no curso;

d) propor às/aos estudantes estratégias de estudo;

e) acompanhar atividades presenciais e de educação a distância das/os estudantes, inclusive em atividades de natureza prático-profissionais, de pesquisa e

de extensão, quando aplicável, registrando o progresso, as dificuldades e os resultados obtidos ;

f) incentivar debates e produções individuais e coletivas;

g) auxiliar o/a professor/a regente na correção de avaliações;

h) contribuir para o sentimento de pertencimento do/a estudante no curso por meio de propostas de atividades integradoras e comunicação mediada por tecnologia;

i) elaborar feedback construtivo constante, em linguagem dialógica e interativa, analisando cuidadosamente as respostas individuais, com comentários objetivos referendados nos critérios de avaliação, pontuando considerações sobre como melhorar o desempenho acadêmico

j) participar do planejamento didático, junto ao/à professor/a regente, dos componentes curriculares sob a sua responsabilidade;

k) participar de ações de formação continuada em tecnologias educacionais e práticas pedagógicas; e

l) realizar atendimentos presenciais às/aos estudantes na IPES e nos Polos UAB, conforme organização e planejamento da instituição e do/a professor/a regente.

10.2.3 Processo de Integração e Acompanhamento

Os sujeitos envolvidos no acompanhamento das atividades pedagógicas do curso precisam desenvolver uma estratégia conjunta. Mediadoras/es pedagógicas/os, coordenador/a de curso e professoras/es regentes devem ser capazes de estabelecer a realização de momentos de diálogo, discussão e troca de experiências entre si. Quanto mais trocas de informações e melhor a qualidade destas, melhor o processo de acompanhamento e orientação da/o estudante. Com base na atuação das/os mediadoras/es pedagógicas/os e professoras/es regentes e na realização desses encontros, o/a coordenador/a do curso pode conduzir o processo de gestão dos componentes curriculares e principalmente acompanhar as dificuldades enfrentadas pelas/os professores/as regentes, mediadoras/es pedagógicas/os, identificando-as e eliminando-as, de modo a evitar maiores prejuízos para a/o estudante e garantindo a qualidade do acompanhamento do processo de ensino-aprendizagem. Diante disso, nos processos de gestão da

aprendizagem e adequações no exercício da docência, a interação entre professoras/es regentes, mediadoras/es pedagógicas/os e coordenadoras/es cria um ambiente privilegiado para diálogos e trocas de experiências, ao mesmo tempo em que potencializa o trabalho colaborativo e o aperfeiçoamento profissional. Assim, neste curso, periodicamente devem ser realizadas reuniões com a participação de mediadoras/es pedagógicas/os, professoras/es regentes e coordenador/a do curso, e quando necessário, com o/a coordenador/a do polo, para planejamento e acompanhamento das ações e alinhamento das práticas pedagógicas de modo a atender às necessidades das/os estudantes, no sentido de oportunizar - lhes experiências significativas no curso.

10.2.4 Material Didático

Dentre os elementos importantes em um processo de ensino e aprendizagem, o material didático é um dos mais relevantes. A produção, a seleção e o uso de materiais são determinantes para o/a educador/a no que diz respeito ao alcance dos seus objetivos pedagógicos. Um material didático é um instrumento de fundamental importância para a/o estudante, objetivando facilitar o seu processo de aprendizagem. Cadernos temáticos, vídeo aulas, e-books, apresentações, jogos digitais, entre outros, quando elaborados de maneira estruturada e articulados com outros materiais, podem fazer a diferença no processo de aprendizagem. O curso disponibilizará, à/ao estudante, conteúdos didáticos importantes para a sua trajetória acadêmica. Os conteúdos serão organizados pelas/os professoras/es conteudistas, que contarão para a produção dos materiais didáticos, de forma que possam atender a proposta pedagógica do curso e às necessidades de aprendizagem das/os estudantes.

10.2.5 Ambientação Tecnológica

O primeiro componente curricular a ser trabalhado nesse sentido é o de “Educação, Comunicação e Tecnologias”, que visa à compreensão da metodologia de educação a distância e à preparação das/os estudantes para a utilização do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), dentre outras temáticas. Ele definirá a organização dos estudos e a aprendizagem dos conteúdos, além de apresentar

conceitos e teorias relacionados a ambientes e a grupos de aprendizagem, proporcionando às/aos estudantes o uso produtivo da plataforma virtual utilizada ao longo do curso.

10.2.6 Encontros Presenciais

Os encontros presenciais poderão ocorrer na sede da Instituição de Educação Superior, nos campi fora das respectivas sedes, no Polo EaD, em ambiente profissional ou em espaços para atividades de extensão.

As atividades presenciais obrigatórias seguem o disposto na organização curricular do curso e nos normativos legais vigentes.

11 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO

11.1 Programas de bolsas institucionais

Anualmente, as Pró-Reitorias do Ifal ofertam bolsas institucionais por meio de editais específicos que contemplam todos os níveis de ensino, fortalecendo a formação acadêmica. Essas oportunidades estão organizadas institucionalmente por meio das seguintes esferas:

- **Pró-Reitoria de Ensino (Proen):** disponibiliza bolsas voltadas a projetos de ensino que visam fortalecer o êxito e a permanência das/os estudantes, em estrito alinhamento aos objetivos estratégicos e às políticas de assistência estudantil da instituição.
- **Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação (PRPI):** gerencia bolsas de iniciação científica e desenvolvimento tecnológico, além de coordenar oportunidades de capacitação em línguas adicionais (via Centro de Idiomas) e ações de mobilidade acadêmica (coordenadas pelas Relações Internacionais).
- **Pró-Reitoria de Extensão (Proex):** fomenta programas, projetos e ações integradas que promovem a interação direta e o diálogo transformador entre as/os estudantes e a comunidade externa.

Essas ações articuladas de ensino, pesquisa e extensão enriquecem significativamente o percurso formativo da/o estudante, ampliando o processo de ensino-aprendizagem para além dos conteúdos e componentes curriculares regulares da matriz.

11.2 Monitoria

O Programa Institucional de Monitoria no Ifal, regulamentado pelo normativo institucional vigente, constitui-se como uma atividade de ensino e aprendizagem que contribui para a formação integrada da/o estudante. A monitoria complementa o percurso formativo por meio de ações correlatas aos componentes curriculares e atividades pedagógicas, sendo supervisionada diretamente por um/a docente orientador/a.

O programa é desenvolvido como estratégia institucional voltada à melhoria do processo de ensino-aprendizagem, beneficiando tanto o desenvolvimento acadêmico do/a monitor/a quanto o desempenho da/o estudante ou da turma assistida.

11.3 Mobilidade Acadêmica

A mobilidade acadêmica nacional ou internacional tem por finalidade proporcionar o enriquecimento da formação acadêmico-profissional e humana, por meio da vivência de experiências educacionais em instituições de ensino nacionais e internacionais além de promover a interação da/o estudante com diferentes culturas, ampliando a sua visão de mundo. No Ifal a mobilidade estudantil está normatizada pela Deliberação nº 18/CEPE, de 21 de maio de 2018. Entende-se por Mobilidade Acadêmica o processo pelo qual a/o estudante desenvolve atividades em instituição de ensino distinta da que mantém vínculo acadêmico em nível nacional ou internacional, desde que inseridos em acordo geral de cooperação do qual o Ifal seja partícipe. O ato de movimentação da/o estudante não implicará vínculo definitivo no Curso da instituição recebedora, nem implicará vaga ociosa no Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais. São consideradas como atividades de Mobilidade Acadêmica aquelas de natureza acadêmica, científica e/ou cultural, como cursos, estágios e pesquisas orientadas, que visem à complementação e ao aprimoramento da formação da/o estudante. A duração das atividades será de, no mínimo, 15 dias e, no máximo 12 meses, com possibilidade de prorrogação, desde que cumpridas às normas institucionais vigentes. A mobilidade acadêmica poderá ocorrer por meio de Programas do Governo Federal, Programas de Mobilidade Internacional e Programas de Mobilidade do Ifal. Os casos não previstos, pertinentes à Mobilidade Acadêmica Nacional e Internacional do Ifal serão resolvidos pela Pró-Reitoria afim e pela Coordenação de Relações Internacionais do Ifal.

12. POLÍTICA INSTITUCIONAL DE APOIO À/AO ESTUDANTE

Além do acompanhamento da Coordenação de Curso, a/o estudante do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais também conta ações desenvolvidas pela Diretoria de Políticas Estudantis (DPE), e conduzidas pela Coordenação de Assistência Estudantil (CAE), Coordenação de Ações Inclusivas (CAI), Coordenação de Alimentação e Nutrição Escolar (Cane) e pela Coordenação do Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Específicas (CoNapne). Conforme o Plano de Desenvolvimento Institucional do Ifal (PDI – 2024/2028), a Política de Assistência Estudantil do Ifal consiste em: um conjunto de princípios, diretrizes, procedimentos, critérios, competências, programas e orientações para gestão, planejamento, monitoramento e avaliação, que norteia a implementação de ações voltadas à ampliação das condições de permanência de estudantes regularmente matriculadas/os, em cursos presenciais de nível médio – nas formas integrado e subsequente – e de nível superior (Ifal, 2024, p. 143).

A equipe de Assistência Estudantil dos campi/polos, juntamente com a DPE e núcleos, ofertam serviços que promovem a consolidação da educação como política de Estado pública, gratuita e de qualidade, garantindo condições equânimes para o acesso, a permanência com qualidade e a conclusão dos cursos com êxito. Essas ações também se pautam na defesa da justiça social, na promoção do respeito à diversidade, no combate a todas as formas de preconceito, no fortalecimento e institucionalização dos núcleos de ações afirmativas, bem como no compromisso com a inclusão, a acessibilidade, a diversidade e a equidade.

Os principais serviços oferecidos incluem: Enfermagem, Nutrição, Psicologia e Assistência Social. Na Enfermagem, são realizados atendimentos conforme as políticas públicas de saúde, voltados tanto à prevenção de doenças quanto à promoção do bem-estar e à proteção da saúde. O serviço de Psicologia busca estabelecer uma relação dialógica com o corpo estudantil, abordando os aspectos psicossociais que permeiam o cotidiano escolar e o processo de ensino-aprendizagem. No Serviço Social, são prestadas orientações sociais às/aos estudantes e suas famílias. Entre as atribuições deste serviço estão o planejamento, a execução e a avaliação de ações e programas da área; além da realização de análises socioeconômicas junto às/aos estudantes.

Para fortalecer as ações inclusivas no ambiente escolar, o Ifal conta com o suporte de três núcleos de ações inclusivas vinculados à CAI, que atuam diretamente com o corpo estudantil: o Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Específicas (Napne), o Núcleo de Estudos AfroBrasileiros e Indígenas (Neabi) e o Núcleo de Gênero, Diversidade e Sexualidade (Nugedis). No âmbito do Ifal, o Napne foi instituído por meio da resolução nº 45/CS de 22 de dezembro de 2014, que disciplina a organização, o funcionamento e as atribuições do Napne às pessoas portadoras de necessidades específicas. O Neabi foi instituído pela Resolução nº 29/CS de 19 de dezembro de 2018 e destina-se ao fomento, elaboração e reflexão de políticas afirmativas às populações negras e indígenas. E por fim, o Nugedis instituído em 2023, pela Resolução Nº 116/2023 - Consup/Ifal com objetivos de promover ações a dirimir as desigualdades sociais e os preconceitos de gênero e de sexualidade.

O Napne tem as suas atividades voltadas, sobretudo, para o incentivo à formação docente na perspectiva da inclusão. Seus objetivos preveem: promover as condições necessárias para o ingresso e a permanência de estudantes com necessidades específicas; propor e acompanhar ações de eliminação de barreiras arquitetônicas, possibilitando o acesso a todos os espaços físicos da instituição, conforme as normas da NBR/9050, ou sua substituta; atuar junto aos Colegiados dos cursos, oferecendo suporte no processo de ensino-aprendizagem das/os estudantes; potencializar o processo ensino-aprendizagem por meio de orientação dos recursos de novas tecnologias assistidas, inclusive mediando projetos de inovação tecnológica assistida desenvolvidos por estudantes e docentes; promover e participar de estudos, discussões e debates sobre Educação Inclusiva e Educação Especial; contribuir para a inserção da pessoa com deficiência nos demais níveis de ensino, no mundo do trabalho e nos demais espaços sociais; assessorar os processos seletivos para ingresso de pessoas com necessidades específicas; incentivar a implantação de conteúdos, componentes curriculares permanentes e/ou optativos referentes à Educação Especial, nos cursos ofertados pelo Ifal; e articular as atividades desenvolvidas pelo Napne com as ações de outras instituições voltadas ao trabalho com pessoas com deficiência.

O Neabi se propõe a oferecer uma efetiva contribuição aos estudos e às pesquisas em relação à questão da diversidade étnico-racial. Além disso, pretende fomentar políticas de promoção da equidade para oportunizar acessos às

populações indígenas e negras do estado de Alagoas, proporcionando, também, o fortalecimento de identidades negras e indígenas na comunidade escolar e em sua extensão.

O Nugedis do Ifal é uma instância propositiva e consultiva da estrutura institucional, com objetivo de promover ações relacionadas às temáticas de gênero, diversidade e sexualidade, além de realizar articulações com todos os eixos das Ações Inclusivas do Ifal, para o atendimento de demandas com esse enfoque.

12.1. Acessibilidade Arquitetônica

O espaço físico nos polos de apoio presencial atende às necessidades do grupo de estudantes, docentes e demais profissionais, permitindo a qualidade na realização das atividades acadêmicas e técnico-administrativas, por meio da manutenção de ambientes salubres (bem dimensionados, iluminados e ventilados).

As salas dispõem de mesas com apoio para braço, inclusive para não destros. Com o intuito de atender ao Decreto nº 5.296/2004, que regulamenta a Lei nº 10.048, de 8 de novembro de 2000, e a Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida, os polos da UAB/Ifal tem adotado medidas para sanar as deficiências arquitetônicas de acessibilidade com banheiros adaptados, rampas, instalação de piso tátil e comunicação visual em Braille.

12.2. Acessibilidade Comunicacional

A acessibilidade comunicacional nos campi/polos visa a construção de um ambiente inclusivo com a diminuição e/ou ausência de barreiras na comunicação interpessoal, envolvendo a língua dos sinais com intérpretes em sala, inclusão de componentes curriculares de Libras ou mesmo com a formação do seu corpo docente. Inclui também textos em Braille e acesso digital.

Na parte superior do Portal do Ifal (www.Ifal.edu.br), existe uma barra de acessibilidade onde se encontram teclas de atalho para navegação padronizada e a opção para alterar o contraste. Essas ferramentas estão disponíveis em todas as

páginas do Portal. O site do Ifal também é acessível em Libras, em Espanhol e em Inglês.

12.3. Ações de Acolhimento e Apoio à Aprendizagem

As ações de acolhimento e suporte à aprendizagem visam promover a integração sistemática das/os ingressantes à estrutura organizacional da Diread/Ifal e à dinâmica do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais. Paralelamente, buscam oferecer suporte pedagógico contínuo para a consolidação dos saberes do Eixo Básico, assegurando o embasamento necessário para um desempenho acadêmico satisfatório nos demais componentes curriculares.

13. REOFERTA

De acordo com a Portaria nº 29/GR, de 9 de janeiro de 2013, Art. 2º, “o Ifal, conforme suas disponibilidades e demanda de estudantes interessados, poderá reofertar, sem prejuízo das demais atividades acadêmicas, componentes curriculares para a matrícula em regime especial, observado o prazo máximo para a integralização curricular de cada curso”. Além dessa possibilidade, a/o estudante poderá cursar os componentes curriculares ofertados ou reofertados em outro curso superior do Ifal, no mesmo nível de ensino, presencial ou a distância, desde que haja compatibilidade curricular.

14. CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES

O Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais Digitais, em conformidade com os normativos vigentes, oportunizará o aproveitamento de estudos e certificará conhecimentos e experiências adquiridos na educação superior, no mesmo nível de ensino ou em nível de pós-graduação, na mesma área de conhecimento ou atuação profissional, para efeito de dispensa de componente curricular, mediante análise documental ou avaliação.

- Limites e Prazos: O aproveitamento de estudos realizados anteriormente limita-se a, no máximo, 50% da carga horária total do curso, observando-se a identidade do valor formativo dos estudos realizados e o prazo máximo indicado nas Normas de Organização Didática vigentes.
- Equivalência: Nos casos de equivalência, o aproveitamento de estudos ocorrerá quando os componentes curriculares tiverem sido cursados dentro do prazo indicado nas Normas de Organização Didática vigentes.
- Transferidos: A exigência de prazo não se aplica aos pedidos de aproveitamento solicitados por estudantes transferidas/os, desde que o componente curricular objeto da dispensa tenha sido realizado no curso de origem, resguardada a identidade do valor formativo.
- Avaliação para o Reconhecimento de Saberes, de Competências e de Habilidades: Realizada conforme o disposto na Resolução nº 399/2025/Cepe/Ifal, em consonância com o Artigo 41 da Lei n.º 9.394/96 (LDB), será admitido o Exame de Competências para efeito de aproveitamento de conhecimentos adquiridos em cursos livres e/ou por meio de experiência profissional comprovada, com vistas à dispensa de componentes curriculares.

15. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO PARA APRENDIZAGEM

A avaliação da aprendizagem no Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais Digitais, ofertado na modalidade de Educação a Distância (EaD), observará a Lei nº 9.394/1996 (LDB), a Lei nº 13.146/2015 (Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência), as Diretrizes e Normas Nacionais para a Educação Superior e para a Educação a Distância, bem como as Normas de Organização Didática do Instituto Federal de Alagoas (Ifal), conforme sua regulamentação institucional vigente.

A avaliação da aprendizagem será processual, contínua, diagnóstica, formativa e somativa, constituindo-se como instrumento de acompanhamento do desenvolvimento acadêmico da/o estudante. Serão promovidos, sempre que pertinente, momentos de autoavaliação e heteroavaliação, favorecendo a reflexão crítica sobre o processo de ensino e aprendizagem.

O rendimento acadêmico compreenderá a apuração da frequência e a avaliação do desempenho das/os estudantes em cada componente curricular. Na modalidade EaD, a frequência será aferida de acordo com os critérios institucionais aplicáveis aos componentes curriculares ofertados, observando-se a participação nas atividades e nos momentos presenciais obrigatórios previstos no projeto pedagógico do curso e na legislação vigente.

Para aprovação em cada componente curricular, a/o estudante deverá obter frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) da carga horária presencial prevista e desempenho acadêmico satisfatório nos termos deste regulamento.

O desempenho acadêmico será expresso em escala de 0,0 (zero) a 10,0 (dez) pontos, admitindo-se registro com uma casa decimal, sem arredondamentos, conforme normativo institucional.

Em cada componente curricular serão realizadas, no mínimo, duas Verificações de Aprendizagem (VA):

I – VA1: correspondente à nota obtida nas atividades avaliativas realizadas a distância;

II – VA2: correspondente à nota da avaliação presencial obrigatória.

A Média Semestral (MS) será calculada pela seguinte fórmula:

MS = (P1 X VA1 + P2 X VA2) / 100

Os valores de P1 e P2 seguem o disposto em ato normativo institucional, onde:

P1: peso ponderado para a nota obtida nas atividades avaliativas realizadas a distância;

P2: peso ponderado para a nota da avaliação presencial obrigatória.

Será considerado aprovado diretamente a/o estudante que obtiver:

a) Média Semestral (MS) igual ou superior a 7,0 (sete); e

b) Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento).

Nos cursos EaD, será concedida avaliação substitutiva exclusivamente à/ao estudante que tenha faltado à VA2, observadas as condições e prazos definidos no calendário acadêmico e nos normativos institucionais vigentes.

A avaliação substitutiva versará sobre os conteúdos definidos pela/o docente responsável pelo componente curricular e substituirá a nota da VA2.

Será submetido à Prova Final a/o estudante que obtiver Média Semestral igual ou superior a 4,0 (quatro) e inferior a 7,0 (sete), desde que possua frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento).

A Média Final (MF) será calculada pela fórmula:

MF = (MS + NPF) / 2

onde:

MS = Média Semestral;

NPF = Nota da Prova Final.

Será considerado aprovada/o após a Prova Final a/o estudante que obtiver Média Final igual ou superior a 5,0 (cinco) e frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento).

A/O estudante terá direito à revisão de avaliações e ao acesso aos critérios de correção, observados os procedimentos e prazos definidos nas normas institucionais.

Os processos avaliativos deverão observar os princípios da transparência, publicidade, equidade e acessibilidade.

Para estudantes acompanhadas/os pelo Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Específicas (Napne), serão asseguradas adaptações razoáveis, recursos de acessibilidade, tecnologias assistivas e adequações nos procedimentos avaliativos, em conformidade com a Lei nº 13.146/2015, com as normas institucionais de inclusão e com o Plano Educacional Individualizado, quando aplicável.

Os casos omissos serão resolvidos de acordo com a legislação educacional vigente, as normas institucionais do Ifal e as deliberações dos órgãos competentes.

16 SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO

O Projeto Pedagógico do Curso (PPC) está em constante atualização. O objetivo é garantir uma formação em consonância com o perfil desejado pelo mundo do trabalho, por meio do desenvolvimento de competências e habilidades capazes de responder às necessidades contemporâneas e de superar os desafios da educação superior tecnológica local e nacional.

O presente projeto será avaliado de forma progressiva e continuada no decorrer dos anos letivos, envolvendo os diferentes âmbitos e instâncias representadas pela Comissão Própria de Avaliação (CPA), pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE) e pelo Colegiado do Curso.

16.1 Avaliação Institucional

A avaliação Institucional está relacionada à melhoria da qualidade da educação superior, sendo um dos componentes do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes), o qual foi instituído pela Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004.

Existem duas modalidades de avaliação: a Autoavaliação e a Avaliação externa, as quais devem permitir a integração das diversas dimensões da realidade avaliada, assegurando as coerências conceitual, epistemológica e prática.

A autoavaliação ocorre, no mínimo, uma vez ao ano e resulta num relatório contendo o resultado da percepção da comunidade do Ifal (docentes, estudantes e técnicas/os-administrativas/os) acerca das ações desenvolvidas, bem como recomendações. É orientada pelas diretrizes e pelo roteiro da autoavaliação institucional da Conaes, por meio da Nota Técnica Inep/Daes/Conaes nº 065, de 09 de outubro de 2014.

16.2 Comissão Própria de Avaliação (CPA)

De acordo com o art. 11 da Lei nº 10.861/2004 e com a Portaria Ministerial nº 2.051/2004, cada instituição de ensino superior, pública ou privada, constituirá sua Comissão Própria de Avaliação (CPA), com as atribuições de conduzir os processos

de avaliação internos da instituição, sistematizar e prestar as informações solicitadas pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep).

A CPA é um órgão colegiado de natureza coordenadora, executiva e consultiva no âmbito dos aspectos avaliativos acadêmicos e administrativos. Integra o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes), atende ao Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) do Ifal quanto aos níveis e às modalidades de ensino, e goza de autonomia em relação aos demais conselhos e órgãos colegiados da instituição.

As atividades da CPA fundamentam-se na necessidade de promover a melhoria da qualidade da educação superior, orientar a expansão da sua oferta e aumentar permanentemente a eficácia institucional e a efetividade acadêmica e social, aprofundando os compromissos e responsabilidades sociais do Ifal.

A comissão realiza anualmente a autoavaliação institucional, que constitui o componente estruturante do processo global de regulação e avaliação acadêmica. A autoavaliação articula um estudo fundamentado nas dimensões propostas em nível nacional pelo Sinaes, acrescido de indicadores específicos do projeto pedagógico, do plano institucional, de cadastros e do censo educacional.

A avaliação possui natureza descritiva, qualitativa e quantitativa, operacionalizada por meio de questionários eletrônicos aplicados periodicamente à comunidade acadêmica (professoras/es regentes, estudantes, tutoras/es, mediadoras/es pedagógicas/os, coordenador/a de curso e coordenador/a do polo), servindo de subsídio técnico para os atos de reconhecimento e renovação de reconhecimento do curso.

O relatório de autoavaliação consolidado apresenta análises das fragilidades e potencialidades do curso, servindo como base para o planejamento de ações de caráter administrativo, político, pedagógico e técnico-científico que a comunidade acadêmica pretende empreender para a melhoria contínua da graduação.

16.3 Núcleo Docente Estruturante (NDE)

O Núcleo Docente Estruturante (NDE) é o órgão consultivo e de assessoramento acadêmico concernente a cada curso de graduação, responsável

pelo acompanhamento do processo de concepção, consolidação e contínua atualização do Projeto Pedagógico do Curso (PPC), conforme as diretrizes da Resolução nº 21/2021 – CEPE/IFAL.

No Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais Digitais, o NDE será composto por, no mínimo, 5 (cinco) docentes pertencentes ao corpo docente efetivo do curso.

Na constituição do núcleo, observar-se-ão os seguintes critérios mínimos de qualidade:

- No mínimo 60% de seus integrantes com titulação acadêmica obtida em programas de pós-graduação *stricto sensu* (mestrado ou doutorado);
- Pelo menos 20% de seus membros em regime de trabalho de tempo integral ou dedicação exclusiva, conforme parâmetros do Ministério da Educação (MEC) e normativas internas do Ifal.

São atribuições precípuas do NDE:

1. Contribuir para a consolidação do perfil profissional da/o egressa/o e para a qualificação da proposta pedagógica do curso;
2. Zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino, pesquisa e extensão constantes no currículo;
3. Indicar formas de incentivo ao desenvolvimento de linhas de pesquisa e extensão oriundas das necessidades do curso e afinadas com as tendências do mundo do trabalho;
4. Zelar pelo estrito cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) aplicáveis ao curso de graduação;
5. Atuar diretamente na elaboração, revisão e atualização do currículo do curso, em articulação com o Colegiado;
6. Analisar e avaliar os resultados das avaliações externas e internas, propondo as alterações necessárias no PPC.

O funcionamento detalhado do órgão e as competências específicas de sua presidência seguem o rito estabelecido pela Resolução nº 21/2021 – Cepe/Ifal.

16.4 Colegiado do Curso

O Colegiado do Curso, em conformidade com a Resolução nº 22/2021 – Cepe/Ifal, é o órgão consultivo e deliberativo de base que exerce a coordenação pedagógica da graduação. Possui funções de normatização interna, resolução de conflitos acadêmicos e planejamento das políticas de ensino, pesquisa e extensão, em estrita consonância com o Regimento Geral do Ifal.

O Colegiado possui a seguinte composição estrutural:

- O/A Coordenador/A do Curso, na condição de Presidente;
- Representação do corpo docente que ministra componentes curriculares no curso;
- Representação do corpo discente regularmente matriculado, eleita por seus pares, conforme proporção definida nos regulamentos institucionais.

As demais competências executivas do Colegiado, bem como a periodicidade de suas reuniões ordinárias e extraordinárias e as regras de quórum para deliberação, seguem o rito preconizado pela Resolução nº 22/2021 – Cepe/Ifal.

16.5 Enade

O Enade é de responsabilidade do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), órgão do Ministério da Educação; é uma prova escrita usada para avaliação dos cursos de ensino superior no país e aplicada de acordo com os ciclos avaliativos estabelecidos pelo órgão regulamentador. Segundo o Instituto, o Enade,

> (...) avalia o rendimento dos concluintes dos cursos de graduação em relação aos conteúdos programáticos previstos nas diretrizes curriculares dos cursos, o desenvolvimento de competências e habilidades necessárias ao aprofundamento da formação geral e profissional, e o nível de atualização dos estudantes com relação à realidade brasileira e mundial (MEC, 2023).

O exame é realizado pelas/os estudantes que estão concluindo o curso e seu resultado atribui um conceito ao curso a partir do desempenho da/o estudante.

16.6 Acompanhamento de egressas/os

As ações de Acompanhamento de Egressas/os são vinculadas às ações do Projeto Estratégico Observatório do Mundo do Trabalho, via Pró Reitoria de Extensão (Proex), que se materializa em um Relatório de Acompanhamento de Egressas/os bianual, cujo objetivo é possibilitar a contínua avaliação dos cursos e da própria IES (Ifal, 2023).

A partir do convite de egressas/os para ministrar palestras ou oficinas às/aos estudantes, o curso procura trazer exemplos de atuação no mundo do trabalho, estimular o vínculo das/os egressas/os ao curso e ampliar as oportunidades de estágios e visitas técnicas em seus locais de trabalho.

17 INFRAESTRUTURA FÍSICA E TECNOLÓGICA

Todos os Polos de Apoio Presencial dispõem de estrutura física que contempla as indicações exigidas pela Diretoria de Articulação e Inovação em Educação Aberta (DIEA/Capes), contando com as instalações necessárias para o pleno funcionamento do curso. As estruturas possuem salas de aula equipadas com recursos multimídia, laboratório de informática, laboratórios específicos para as áreas que necessitam desse espaço, rede de internet e biblioteca com acervo bibliográfico (físico e virtual) no campo da Educação e em áreas correlacionadas, conforme especificado no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI).

As/Os estudantes contam ainda com a sala da Coordenação de Polo em cada unidade, espaço que dá suporte as/os professores regentes, mediadoras/es pedagógicas/os, estudantes, tutoras/es, técnicos e demais colaboradores que atuam no âmbito da Educação a Distância.

No que se refere à política de atendimento às pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, a estrutura física dos Polos de Apoio Presencial garante o pleno acesso e a livre circulação nas salas de aula, laboratórios, bibliotecas e demais dependências acadêmicas, eliminando barreiras arquitetônicas.

17.1 Biblioteca e Recursos Digitais

Os Polos de Apoio Presencial contam com infraestrutura de biblioteca integrada, que combina acervos físicos locais a uma robusta rede de terminais de computador com acesso à internet de alta velocidade. Essa estrutura garante à comunidade acadêmica a consulta ininterrupta a plataformas de bibliotecas virtuais, bases de dados de patentes, teses, dissertações, periódicos e artigos científicos nacionais e internacionais.

Para assegurar o rigor técnico e o alinhamento com as demandas do mercado global, o Instituto Federal de Alagoas (Ifal) institucionalizou o acesso à vanguarda da normalização técnica por meio de plataforma específica. Esse sistema oferece a estudantes e servidoras/es uma base de dados atualizada em tempo real, integrando normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), do Mercosul e de órgãos reguladores como Inmetro e Anvisa. A centralização de

funcionalidades — como o monitoramento automático de revisões, busca inteligente e acessibilidade para dispositivos móveis — fortalece a pesquisa científica e o desenvolvimento de projetos tecnológicos com alto nível de conformidade e segurança.

Complementarmente, a consolidação de parcerias estratégicas, a exemplo da Biblioteca Virtual, estabelece um ecossistema digital de aprendizagem que democratiza o acesso a um catálogo superior a 15.000 títulos de diversas áreas do conhecimento. Ao eliminar as limitações físicas de exemplares por meio da distribuição digital multi suporte, a plataforma oferece recursos avançados que potencializam a autonomia estudantil, incluindo leitura offline via aplicativo, ferramentas de acessibilidade metodológica, anotações interativas e geração automatizada de citações bibliográficas em conformidade com as normas da ABNT.

O fortalecimento da cultura de pesquisa e inovação na EaD é ampliado pela integração do Ifal a grandes repositórios institucionais de relevância internacional, com destaque para a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e o Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). O acesso unificado à BDTD permite que as/os estudantes explorem a produção científica de alto nível gerada pelas principais instituições de ensino do país, servindo de base para monografias e projetos de iniciação científica. Em paralelo, o Portal de Periódicos da Capes disponibiliza o que há de mais atual na ciência mundial, franqueando o acesso a revistas de alto impacto e livros eletrônicos que eliminam barreiras geográficas e financeiras.

Por fim, a inserção das/os estudantes no ecossistema do MEC Livros atua como importante estratégia de fomento à literacia e à democratização do conhecimento. Mediante autenticação segura pela plataforma gov.br, as/os estudantes usufruem de um acervo digital público e diversificado, que abrange desde clássicos literários fundamentais para a formação humanística até obras contemporâneas essenciais para o desenvolvimento do pensamento crítico. Operando como uma extensão digital da biblioteca física, o recurso rompe as barreiras do campus e estimula a autoaprendizagem e o protagonismo intelectual em qualquer contexto socioespacial.

17.2 LABORATÓRIOS

Além dos laboratórios existentes nos Polos de Apoio Presencial, dotados de equipamentos e insumos adequados ao desenvolvimento das atividades práticas, a Diread dispõe, para o Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais Digitais, do Laboratório de Produção Audiovisual.

17.2.1 LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA

As/Os estudantes possuem acesso a equipamentos de informática modernos em todos os Polos de Apoio Presencial. Esses espaços dispõem de computadores de alto desempenho com acesso à internet de banda larga, sistemas de projeção digital (data show), ambiente climatizado e mobiliário ergonômico adequado ao quantitativo de vagas autorizadas para o curso. As estruturas passam por manutenção preventiva e corretiva periódica, estando disponíveis para uso de professoras/es regentes, tutoras/es, mediadoras/es pedagógicas/os e estudantes, mediante agendamento prévio.

Ainda para o desenvolvimento e apresentação de trabalhos acadêmicos, as/os estudantes têm à disposição diversos recursos didáticos e tecnológicos, como computadores e sistemas de projeção, gerenciados e agendados junto à Coordenação do Curso e tutoras/es.

17.2.2 LABORATÓRIO DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

O Laboratório de Produção Audiovisual da Diread/Ifal constitui-se como um núcleo de inovação tecnológica voltado à criação de conteúdos educacionais multimídia. Projetado sob a ótica da multifuncionalidade, o espaço visa atender às demandas da Educação a Distância (EaD), permitindo a gravação de videoaulas, podcasts, transmissões ao vivo (lives) e entrevistas, integrando a identidade visual institucional e a eficiência técnica.

O ambiente é estruturado em uma planta otimizada para o fluxo de produção. O design de interiores utiliza uma paleta de cores neutras (cinza e off-white) contrastadas com painéis amadeirados, que conferem sobriedade e profundidade visual às gravações. A identidade visual institucional é reforçada por meio de um

painel ripado que sustenta a marca do Instituto Federal de Alagoas, servindo como plano de fundo (background) principal para entrevistas e apresentações formais.

O laboratório foi concebido para suportar diferentes configurações de cenário (*sets*):

- Set de Entrevistas (Talk Show): Composto por poltronas ergonômicas de alto padrão e mesa de apoio, configurado para diálogos, painéis e debates.
- Set de Podcast/Webinar: Equipado com mesa técnica centralizada e microfones condensadores com braços articulados, permitindo a captação de áudio de alta fidelidade para múltiplos participantes simultâneos.
- Área de Apresentação Dinâmica: Espaço livre frontal a uma tela de projeção e painéis acústicos, ideal para docentes que utilizam recursos visuais ou linguagem corporal ativa durante a explanação.

O espaço conta ainda com os seguintes diferenciais técnicos:

- Iluminação: O teto possui um sistema de trilhos eletrificados e projetores LED direcionais, permitindo o ajuste preciso da temperatura de cor e a eliminação de sombras (técnica de iluminação de três pontos).
- Tratamento Acústico: As paredes apresentam módulos de absorção sonora distribuídos estrategicamente para controlar a reverberação e o eco, garantindo a clareza da captação de áudio, elemento essencial para materiais didáticos em EaD.
- Captação de Imagem: O projeto prevê a operação multicâmera, com câmeras digitais e dispositivos de captação e reprodução de áudio e vídeo, tripés e suportes posicionados para capturar planos médios, fechados e de detalhe, otimizando a edição em tempo real (corte) ou a pós-produção.
- Recursos Audiovisuais Complementares: O laboratório é equipado com lousa digital, facilitando a interação do apresentador com o conteúdo digital e os teleprompters.

O Laboratório da Diread/Ifal destaca-se como um ambiente de excelência técnica que transpõe a mera função de gravação, consolidando-se como um espaço de tradução do conhecimento científico para a linguagem audiovisual. Sua estrutura física e tecnológica assegura que a produção de objetos de aprendizagem mantenha

o padrão de qualidade exigido pelos indicadores de avaliação do MEC, garantindo o engajamento e a formação sólida das/os estudantes na modalidade a distância.

18 QUADRO DE PESSOAL DOCENTE, TÉCNICO ADMINISTRATIVO E MEDIAÇÃO PEDAGÓGICA

Quadro 4 – dados do corpo Docente (Professor Regente)

DOCENTE	FORMAÇÃO	TITULAÇÃO	REGIME DE TRABALHO
Adriana Thiara de Oliveira Silva	Relações Públicas	Doutora	40 h DE
Ana Paula Santos de Melo Fiori	Engenharia Civil	Doutora	40 h DE
Antônio Carlos Santos de Lima	Letras	Doutor	40 h DE
Clécio do Nascimento Santos	Geografia	Mestre	40 h DE
Danielle da Silva Ferreira	Pedagogia	Mestre	40 h DE
Elisabeth Duarte de Oliviera	Pedagogia	Doutora	40 h DE
Geraldo Luiz Valle dos Santos	Administração	Mestre	40 h DE
Luis Antonio Costa Silva	Arquiteto	Mestre	40h DE
Luiz Henrique de Gouvêa Lemos	Engenharia Química	Doutor	40 h DE
Maria de Fátima Feitosa Amorim Gomes	Nutrologia	Doutora	40 h DE
Maurício Vieira Dias Júnior	Análise de Sistema	Doutor	40 h DE
Rafael Albuquerque Pereira Junior	Letras	Mestre	40 h DE
Rodrigo de Melo Lucena	Administração	Mestre	40 h DE

Quadro 5 - dados do corpo de Mediadores Pedagógicos

NOME	**TITULAÇÃO**
Amanda Franco de Sousa	Especialista
Dênis Paiva Ramos	Mestre
Edneide Maria de Lima	Especialista
Jine Kácia de Lucena Monteiro Calado	Mestra
José Leandro Alves Viana	Mestre
Lusa de Lara Honório Lopes	Especialista
Márcia Firmino da Silva	Mestra
Nelma Simone Santana Rosa	Especialista
Rodrigo Gonçalves do Nascimento	Especialista

19 ATRIBUIÇÕES DO/A COORDENADOR/A DO CURSO

Conforme as diretrizes regimentais do Instituto Federal de Alagoas (Ifal), em vigor, competem, ao/à Coordenador/a do Curso, as seguintes atribuições:

- Plano de Trabalho: Coletar sugestões e elaborar um Plano de Trabalho Anual de Metas, delimitando a sistemática de atuação a ser assumida no desenvolvimento das atividades próprias da Coordenação e do Colegiado de Curso, ao final de cada ano letivo, avaliar essas ações, sugerindo medidas que visem ao seu aperfeiçoamento;
- Articulação Pedagógica: Coordenar o planejamento, execução e a avaliação do Projeto Pedagógico do Curso (PPC), assegurando sua atualização contínua frente às inovações das mídias e redes digitais;
- Acompanhamento Docente e de Mediação Pedagógica: Supervisionar as atividades de ensino das/os professoras/es regentes e das/os mediadoras/es pedagógicas/os, garantindo o cumprimento dos planos de ensino, cronogramas e das metodologias propostas para a EAD;
- Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA): Supervisionar a organização, a qualidade pedagógica, a acessibilidade e a regularidade das interações e postagens de materiais didáticos dentro do AVA institucional, sob a responsabilidade das/os professoras/es regentes e das/os mediadoras/es pedagógicas/os;
- Articulação com Polos e Diread: Atuar em constante articulação com as Coordenações de Polo de Apoio Presencial, tutoras/es e com a Diretoria de Educação a Distância (Diread) para garantir o suporte técnico, tecnológico e pedagógico descentralizado às/aos estudantes;
- Relatórios de Gestão: Apresentar relatório mensal detalhado das atividades desenvolvidas ao Colegiado de Curso e à Coordenação da UAB;
- Acolhimento e Orientação: Orientar e acompanhar as/os estudantes em sua trajetória acadêmica, promovendo estratégias de acolhimento digital e suporte pedagógico para mitigar a evasão;
- Diálogo e Integração: Promover reuniões periódicas com a comunidade interna e externa, com as/os estudantes e, quando aplicável, com suas famílias e parceiras/os institucionais, visando ao acompanhamento das

atividades de ensino e à correção de distorções no processo de ensino-aprendizagem;

- Intermediação Institucional: Mediar e emitir pareceres sobre requerimentos discentes relativos a trancamentos, transferências, aproveitamento de estudos e validação de conhecimentos prévios, conforme a regulamentação vigente;
- Colegiado: Convocar e presidir as reuniões do Colegiado do Curso, lavrando as atas e encaminhando as deliberações necessárias;
- Egressos: Promover a articulação do curso com o mundo do trabalho, por meio das/os egressas/os e das empresas do setor de tecnologia e comunicação;
- Transparência e Comunicação: Manter atualizadas as informações referentes ao curso, matriz curricular, corpo docente e calendário acadêmico, solicitando formalmente suas publicações na página oficial do Ifal;
- Atualizar Sistemas: Alimentar e atualizar os sistemas de informação e gestão: Sistema de Informação da Universidade Aberta do Brasil (Sisuab) e Sistema de Gestão Acadêmico, além de fornecer os subsídios para alimentação de outros sistemas, como o Censo do Ensino Superior (Censup) e o Sistema Nacional de Educação Profissional e Tecnológica (Sistec);
- Processos Administrativos: Analisar e despachar processos de estudantes;
- Avaliação Externa Discente: Inscrever os/as estudantes no Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade), bem como orientá-los/as a participar do Exame com responsabilidade;
- Organização do Cronograma Semestral: Articular os/as professores/as para ministrar os diferentes componentes curriculares do curso;
- Eventos Pedagógicos: Organizar junto com a Diretoria de Educação a Distância, com a Coordenação de Ensino EaD e Coordenações Geral e Adjunta UAB, momentos importantes do curso: abertura do semestre letivo, colações de grau, reuniões pedagógicas com estudantes, colegiado do curso e Núcleo Docente Estruturante – NDE;
- Acompanhamento in loco: Fazer visitas periódicas, ou quando necessárias, aos polos de apoio presencial, a fim de observar o andamento do curso e suas condições, de forma a garantir o bom funcionamento dos trabalhos.

A Coordenação de Curso será exercida por uma/um docente em regime de 40 (quarenta) horas ou de dedicação exclusiva, que se dedica por 20 h (vinte horas) semanais ao curso, correlacionando com outras demandas do cargo de docente EBTT.

20 CERTIFICADOS E DIPLOMAS EXPEDIDOS ÀS/AOS CONCLUINTES

Concluído com êxito todo o itinerário formativo previsto neste Projeto Pedagógico de Curso, o/a estudante fará jus ao respectivo diploma de graduação com o título de Tecnólogo(a) em Mídias Sociais Digitais. Os diplomas e documentos oficiais relacionados à conclusão serão emitidos e registrados pela Coordenação Sistêmica de Registros Acadêmico - CSRA do Ifal, em estrita observância às diretrizes institucionais vigentes.

Para a concessão do grau e a consequente expedição do diploma do curso de graduação de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais Digitais do Instituto Federal de Alagoas (Ifal), é obrigatório que a/o estudante cumpra cumulativamente os seguintes requisitos:

1. Ter aprovação em todos os componentes curriculares (obrigatórios e optativos cumpridos) que integram a matriz curricular do curso;
2. Ter integralizado a carga horária total obrigatória do curso de 1.625 (mil seiscentos e vinte e cinco) horas, incluindo os componentes teóricos, práticos, Práticas Extensionistas Integradas ao Currículo (Peic) e Atividades Complementares;
3. Estar em situação de regularidade junto ao Exame Nacional de Desempenho dos/as Estudantes (Enade), nos termos da legislação federal vigente;
4. Cumprir os requisitos de integralização dentro do prazo máximo estipulado por este PPC, sob pena de desligamento por decurso de prazo, conforme as Normas de Organização Didática do Ifal;
5. Estar adimplente e sem pendências documentais ou administrativas junto aos setores institucionais competentes.

A colação de grau e a expedição do diploma ocorrerão seguindo os fluxos, procedimentos técnicos e regulamentações vigentes estabelecidas pela Pró-Reitoria de Ensino (Proen) do Ifal e pelo Ministério da Educação (MEC).

21 EMENTÁRIO DOS COMPONENTES CURRICULARES

21.1 EMENTÁRIO 1.º PERÍODO

COMPONENTE CURRICULAR					**CÓDIGO**	
EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIAS					MSD01	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 30	**Período letivo**	1.º
	30	0	0			

EMENTA

Identificação/compreensão da cultura imagética e seus desdobramentos culturais e educacionais. Análise teórica da relação educação e comunicação. A interatividade e as tecnologias digitais e suas implicações no ambiente pedagógico contemporâneo. Ambientes Virtuais de Ensino Aprendizagem (AVEA) na Educação a Distância: estratégias de interação. Mídias e tecnologias da informação e da comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KENSKI, V. M. **Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação**. Campinas, SP: Papirus.

SALES, Mary Valda Souza; VALENTE, Vânia Rita; ARAGÃO, Claudia. **Educação e tecnologias da informação e comunicação**. Salvador: UNEB/EAD.

SANTOS, Edméa. **Mídias e Tecnologias na Educação Presencial e a Distância.** Rio de Janeiro LTC 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

LÈVY, Pierre. **Tecnologias da inteligência – o futuro do pensamento na era da informática**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34.

LÈVY, P. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34.

MASETTO, Marcos, MORAN, José Manuel; BEHRENS, Marilda. **Novas tecnologias e mediação pedagógica.** Papirus: Campinas.

SIEBRA, Sandra de Albuquerque; MACHIAVELLI, Josiane Lemos. **Introdução à educação a distância e ao ambiente virtual de aprendizagem**. Recife: Ed. Universitária da UFPE.

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
CIÊNCIAS SOCIAIS PARA COMUNICADORES I					MSD02	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	1.º
	45	0	0			

EMENTA

Introdução às Ciências Sociais (Antropologia, Sociologia e Ciência Política) e suas conexões com a comunicação. Análise das estruturas da sociedade em rede, cultura digital, hiperconectividade e globalização. A cultura da convergência, consumo, produção de conteúdo e o fenômeno do *prosumer*. Relações de poder e novos comportamentos no ambiente digital: a lógica da atenção, pertencimento, exclusão e conflito. Desigualdades sociais, representatividade e marcadores sociais da diferença (gênero, raça e classe) nas mídias sociais. Desafios éticos e psicossociais contemporâneos: infocracia, saúde mental e algoritmos. O impacto das plataformas na esfera política, polarização social, formação de opinião e na democracia. Práticas culturais emergentes no ecossistema digital.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2018. *(Fundamenta as transformações globais estruturais da sociedade).*

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. *(Base teórica integrada de comunicação e sociedade).*

O'NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa**: como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. Santo André: Rua do Sabão, 2021. *(Promovido para a básica para dar sustentação imediata à análise de desigualdades e Direitos Humanos desde o início do curso).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DA EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos**: Como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para influenciar eleições. São Paulo: Vestígio Editora, 2019.

FISHER, Max. **A máquina do caos**: como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo. São Paulo: Todavia, 2023. *(Movido para a complementar por seu caráter de estudo de caso sobre polarização e desafios éticos).*

GROSSI, Márcia Gorett Ribeiro; COSTA, José Wilson da; SANTOS, Ademir José dos. A exclusão digital: o reflexo da desigualdade social no Brasil. **Nuances**, v. 24, n. 2, p. 57-72, 2013. *(Sustenta o debate normativo sobre desigualdades sociais).*

HAN, Byung-Chul. **Infocracia**: digitalização e a crise da democracia. Petrópolis: Vozes, 2022.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2015. *(Dá suporte à dinâmica de prosumer, consumo e práticas de ecossistemas digitais).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
PLATAFORMAS DIGITAIS					MSD03	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	1.º
	20	25	0			

EMENTA

Estudo introdutório do ecossistema das mídias digitais e tipologias de plataformas (redes sociais, vídeo, áudio e nicho). Conceitos fundamentais de comunicação em rede e convergência digital. Análise estrutural, funcional e comportamental dos usuários nas plataformas digitais contemporâneas (Instagram, YouTube, TikTok, Facebook e correlatas). O consumo digital cotidiano e percepção crítica do usuário. Aspectos práticos de presença digital: configuração, estruturação de canais, identidade, segurança da informação, privacidade e diretrizes de acessibilidade digital.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MAHON, Ciarán Mc. **A psicologia da mídia social**. 1. ed. São Paulo: Blucher, 2021. (E-book).

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. *(Inserido para substituir o link do blog por uma obra de referência nacional em redes).*

SOUZA, Márcio Vieira de; GIGLIO, Kamil. **Mídias digitais, redes sociais e educação em rede**: experiências na pesquisa e extensão universitária. 1. ed. São Paulo: Blucher, 2015. (E-book).

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CAMPOS, Mariani. **Consumidor Digital**: o guia definitivo sobre o comportamento do cliente. Edrone, 2023.

G4 Educação. **Como escolher o melhor canal de crescimento?** São Paulo: G4 Educação, 2023. (E-book).

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio das mídias propagáveis. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2022. *(Trazido da ementa anterior, pois encaixa perfeitamente aqui).*

VAN DIJCK, José. **A sociedade da plataforma**: valores públicos em um mundo conectado. São Paulo: Todavia, 2019. *(Obra fundamental para entender o funcionamento e a arquitetura das plataformas).*

WEB PARA TODOS. **Boas práticas de acessibilidade digital**. São Paulo: Movimento Web para Todos, 2023. Disponível em: https://mwpt.com.br/acessibilidade-digital/boas-praticas/.

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
PLANEJAMENTO DE PROJETO					MSD04	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	1.º
	20	25	0			

EMENTA

Conceitos fundamentais de gestão e planejamento de projetos aplicados às mídias sociais digitais. Distinção entre concepção idealizada e viabilidade de execução. Métodos e ferramentas de organização pessoal, produtividade e gestão do tempo para criadores de conteúdo e gestores de redes. Estruturação de projetos digitais: diagnóstico, mapeamento de dores, definição de escopo, objetivos, metas e identificação de público-alvo. Introdução ao *Design Thinking* como metodologia de solução de problemas e fomento à inovação. Elaboração de *briefings*, cronogramas e definição de indicadores básicos de resultados (KPIs).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BROWN, Tim. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Alta Books, 2010. *(Mantido, excelente para a ementa).*

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração de projetos: como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 2014. *(Mantido por dar a base formal de projetos).*

SERRA, Fernando; TORRES, Alexandre; SERRALVO, Francisco. Planejamento Estratégico Digital: conceitos e ferramentas. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2020. *(Inserido para substituir Kotler/Chiavenato por algo focado no ambiente digital).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALLEN, David. **A arte de fazer acontecer**: a fórmula da produtividade sem estresse. Rio de Janeiro: Sextante, 2007. *(Mantido para sustentar a parte de organização pessoal/produtividade).*

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2010. *(Mantido para fundamentar o processo metodológico).*

SILVA, Helton Haddad. **Planejamento estratégico de marketing**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2015.

VALLE, André B. et al. **Gerenciamento de Projetos**. Rio de Janeiro: FGV, 2014. *(Livro didático excelente para cursos de tecnologia).*

VAZ, Conrado Adolpho. **Os 8Vs do Marketing Digital**. São Paulo: Novatec, 2011. *(Substituiu a obra de Robert Yin, pois foca exatamente nas etapas de planejamento e execução para projetos na internet).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
PORTUGUÊS APLICADO À COMUNICAÇÃO DIGITAL I					MSD05	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	1.º
	20	25	0			

EMENTA

Práticas de leitura, produção textual e letramento no ambiente digital. Características da linguagem na internet: hipertextualidade, multimodalidade, instantaneidade e concisão. Distinções entre a escrita corporativa digital, a linguagem informal das redes e a escrita acadêmica. Produção de microtextos e narrativas curtas: biografias (*bios*), legendas, microcopy, comentários institucionais e roteiros simples para formatos audiovisuais rápidos. Técnicas de reescrita, revisão textual e adequação gramatical essencial à norma-padrão adaptada às mídias digitais. Estudo e aplicabilidade de figuras de linguagem, recursos estilísticos, coesão, coerência e adequação de tom de voz para diferentes canais e públicos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COSCARELLI, Carla Viana (Org.). **Leitura e escrita na internet**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005. *(Promovido para a básica; embora antigo, é o livro fundador dos estudos linguísticos digitais no Brasil).*

HENRIQUES, Claudio Cezar. **Língua Portuguesa para Comunicadores**: os caminhos da redação e da revisão de textos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. *(Substituiu os artigos obsoletos/desalinhados por um livro técnico voltado a profissionais de comunicação).*

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Gêneros Textuais**: teoria, métodos e prática. 4. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2011. *(Promovido para a básica por ser a espinha dorsal de gêneros como blogs, e-mails e posts).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CARVALHEIRO, Roberta; CAMARGO, Gustavo. **Copywriting**: o guia definitivo da escrita persuasiva. São Paulo: DVS Editora, 2023. *(Inserido para respaldar a criação de microtextos, legendas e bios).*

CASTILHO, Ataliba Teixeira de. **Nova Gramática do Português Brasileiro**. São Paulo: Contexto, 2010. *(Removido o número de páginas "768 p." para adequação).*

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. **Para entender o texto**: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2006. *(Mantido para dar suporte à interpretação, coesão e coerência).*

LOPES, Maria Helena de Moura Neves. **Texto e Gramática**. São Paulo: Editora Contexto, 2011.

REGINALDO, Sâmia. **A Arte de Escrever para a Web**: técnicas de redação e SEO para mídias digitais. São Paulo: Novatec, 2021. *(Inserido para trazer o viés mercadológico prático da escrita para redes).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
CRIATIVIDADE E EXPRESSÃO					MSD06	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	1.º
	15	30	0			

EMENTA

Conceitos, métodos e técnicas de desbloqueio criativo e geração de ideias aplicados à produção de conteúdo para mídias sociais. Fundamentos da comunicação visual e percepção de forma através da teoria da Gestalt. Estudo dos elementos básicos da linguagem visual: ponto, linha, plano, textura, cor e tipografia. Princípios de composição e sintaxe visual: harmonia, contraste, unidade, equilíbrio e ordem. Introdução à linguagem e técnica fotográfica direcionada a dispositivos móveis: enquadramento, planos, iluminação natural, direção de arte, cor e textura. Desenvolvimento de repertório estético, analítico e crítico para a criação de mensagens visuais em ecossistemas digitais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2015. *(A maior referência de composição visual do país).*

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto**: sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras, 2008. *(Sustenta a parte de percepção e forma).*

PREDEBON, José. **Criatividade**: abrindo o lado inovador da mente. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010. *(Limpo, corrigido e focado em apoiar o desbloqueio criativo).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 6. ed. São Paulo: Blucher, 2011.

HACKING, Juliet. **Tudo sobre fotografia**. Rio de Janeiro: Sextante, 2012. *(Garante o suporte teórico-prático para as aulas de fotografia com celular).*

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

VARGAS, Elifas de. **Fazendo História**: o poder dos vídeos nas mídias sociais. Rio de Janeiro: Viseu, 2024. *(Mantido por ser atual e fazer a ponte com o audiovisual do ecossistema das mídias).*

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**: princípios de design e tipografia para iniciantes. São Paulo: Callis, 2005. *(Perfeito para o primeiro período de um tecnólogo).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
INTRODUÇÃO À PRODUÇÃO					MSD07	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	1.º
	15	30	0			

EMENTA

Fundamentos da produção audiovisual e digital aplicados a recursos de baixo custo e alta acessibilidade. Técnicas de captação de imagem e som utilizando dispositivos móveis: enquadramento, planos cinematográficos, estabilização e captação com iluminação natural. Métodos de organização de fluxos de trabalho digitais, armazenamento de arquivos e rotinas de *backup*. Aspectos éticos e jurídicos na produção de conteúdo: direitos de imagem, propriedade intelectual e autoria. Introdução e prática de edição e pós-produção básica de vídeo, imagem e design por meio de ferramentas e aplicativos de dispositivos móveis.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KYNCL, Robert; PEYVAN, Maany. **Streampunks**: o YouTube e os rebeldes que estão transformando as mídias. Rio de Janeiro: Best Seller, 2019. *(Trazido do bloco de humanas para cá, pois valida as métricas e o consumo de vídeo como o Inside Video fazia).*

MENEZES, Daiane de. **Produção Audiovisual para Web**: técnicas de captação e edição. São Paulo: Editora Intersaberes, 2021. *(Garante a base para técnicas com celular, som e luz).*

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**: princípios de design e tipografia para iniciantes. São Paulo: Callis, 2005. *(Dá o suporte conceitual para o uso do Canva/Snapseed de forma técnica).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COSTA, Flávio Rodrigues da. Produção Audiovisual com Dispositivos Móveis. Curitiba: Contexto, 2022. *(Atende perfeitamente à proposta de gravar com celular).*

GURAN, Milton. Linguagem fotográfica e informação. 3. ed. Rio de Janeiro: Gama Filho, 2002. *(Apoia o módulo de enquadramento, luz e composição visual).*

REGINALDO, Sâmia. A Arte de Escrever para a Web: técnicas de redação e SEO para mídias digitais. São Paulo: Novatec, 2021. *(Ajuda na produção e estruturação de roteiros/ideias).*

SOUZA, Bruno; CARVALHO, André. Direito Autoral e Imagem na Internet. São Paulo: Saraiva, 2020. *(Sustenta o tópico de ética, autoria e direitos de imagem da ementa).*

VARGAS, Elifas de. Fazendo História: o poder dos vídeos nas mídias sociais. Rio de Janeiro: Viseu, 2024.

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
PEIC I					MSD08	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	1.º
	15	30	0			

EMENTA

Planejamento e execução de ações extensionistas focadas em inclusão digital, cidadania e letramento de mídias na comunidade local. Diagnóstico de demandas comunicacionais de organizações da sociedade civil, pequenos empreendedores locais ou coletivos sociais. Desenvolvimento de oficinas, cartilhas, conteúdos e orientações práticas sobre uso ético, seguro e produtivo das plataformas digitais e combate à desinformação. Aplicação integrada das competências de planejamento de projetos, produção audiovisual acessível por dispositivos móveis, criatividade visual e escrita adequada ao ambiente digital para o fortalecimento comunitário.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GROSSI, Márcia Gorett Ribeiro; COSTA, José Wilson da; SANTOS, Ademir José dos. *A EXCLUSÃO DIGITAL: O REFLEXO DA DESIGUALDADE SOCIAL NO BRASIL.* Nuances, v. 24, n. 2, p. 57-72, 2013. *(Essencial para nortear o papel social do aluno na comunidade).*

SOUZA, Márcio Vieira de; GIGLIO, Kamil. *Mídias digitais, redes sociais e educação en rede: experiências na pesquisa e extensão universitária.* 1. ed. São Paulo: Blucher, 2015. *(Importante para embasar a prática extensionista através das mídias).*

Web para Todos. *Boas práticas de acessibilidade digital.* Disponível em: https://mwpt.com.br/acessibilidade-digital/boas-praticas/. *(Garante que a ação de extensão seja inclusiva).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BROWN, Tim. *Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias.* Rio de Janeiro: Alta Books, 2010. *(Ajuda na etapa de diagnóstico empático da comunidade).*

HAN, Byung-Chul. *Infocracia: digitalização e a crise da democracia.* Petrópolis: Vozes, 2022. *(Subsídio para projetos focados em combate às fake news e golpes na comunidade).*

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. *Administração de projetos: como transformar ideias em resultados.* São Paulo: Atlas, 2014.

RD Station. *Guia completo: tudo o que você precisa saber sobre produção de conteúdo.* Disponível em: https://www.rdstation.com/blog/marketing/producao-de-conteudo/.

SHIRKY, Clay. *A Cultura da Participação: Criatividade e generosidade no mundo conectado.* Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

21. 2 EMENTÁRIO 2.º PERÍODO

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO					MSD09	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	2.º
	15	30	0			

EMENTA

Fundamentos do planejamento de conteúdo digital e alinhamento de objetivos mercadológicos a estratégias de publicação. Metodologia de construção de calendários editoriais periódicos (semanais e mensais). Matriz de seleção de temas, formatos, linhas editoriais e frequência de distribuição de postagens com base no comportamento da persona. Organização de fluxos e categorização por pilares de conteúdo. Ecossistema e arquitetura de ferramentas nativas de gestão, agendamento e otimização de canais (Meta Business Suite, YouTube Studio e assemelhadas). Práticas integradas de planejamento aplicadas às especificidades de diferentes plataformas digitais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0**: tecnologia para a humanidade. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021. *(Mantido; excelente para contextualizar a automação de canais).*

PULIZZI, Joe. **Marketing de Conteúdo Épico**: como contar uma história diferente, eliminar o ruído e conquistar mais clientes marketing com menos conteúdo. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016. *(Atualizado para a edição nacional mais conhecida e adequada à ementa).*

REGINALDO, Sâmia. **A Arte de Escrever para a Web**: técnicas de redação e SEO para mídias digitais. São Paulo: Novatec, 2021. *(Trazido para a básica por sua abordagem sobre calendários e arquitetura de postagens).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FIGUEIREDO, Rafael. **Conteúdo S.A.**: a fórmula para engajar e monetizar nas redes sociais. São Paulo: Editora Gente, 2023.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de Comunicação Integrada**. São Paulo: Paulus, 2003. *(Movido da básica para a complementar, pois embora clássico, foca na comunicação corporativa macro pré-redes).*

McDONALD, Jason. **Social Media Marketing Workbook**: how to use social media for business. California: JM Publishing, 2023.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. *(Essencial para entender a lógica de distribuição de conteúdo em redes).*

TORRES, Claudio. **A Bíblia do Marketing Digital**. São Paulo: Novatec, 2018. *(Ótimo suporte prático para a gestão multicanal).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
ANÁLISE DE PÚBLICO-ALVO					MSD10	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	2.º
	25	20	0			

EMENTA

Conceitos e métodos de segmentação de mercado aplicados ao ecossistema digital. Critérios de segmentação: demográfica, geográfica, psicográfica e comportamental. Distinção teórica e prática entre público-alvo, *buyer persona* e *brand persona*. Métodos de mapeamento de jornada do consumidor nas mídias sociais. Introdução ao estudo de comportamento do consumidor online e netnografia. Técnicas de coleta, extração de dados e interpretação de informações para a construção e aplicação de *briefings* eficazes em projetos de comunicação digital. Adequação de linguagem, tom de voz e estratégias de conteúdo às demandas e dores do público mapeado.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Universidades, 2019. *(Mantido; excelente para a base de segmentação de mercado).*

PINHEIRO, Roberto Meireles et al. **Comportamento do Consumidor**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011. *(Substituiu o artigo regional de Juiz de Fora por um livro didático de peso nacional).*

REVELLA, Adele. **Buyer personas**: como construir perfis de compradores para orientar o seu marketing e vender muito mais. Belo Horizonte: Autêntica Business, 2023. *(Promovido para a Básica por ser o coração do componente).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

PHILLIPS, Peter. **Briefing**: a gestão do projeto de design. São Paulo: Blucher, 2007. *(Mantido para dar suporte técnico ao módulo de briefing).*

PINHEIRO, Roberto Meireles et al. **Pesquisa de Mercado**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011.

PIRES, Aline. **Atendimento publicitário**. Curitiba: InterSaberes, 2015. *(Movido da básica para a complementar por tratar de relacionamento e captação de briefing de forma geral).*

SOLOMON, Michael R. **O Comportamento do Consumidor**: comprando, possuindo e sendo. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016. *(Substituiu a obra obsoleta de 1994 por uma das maiores referências mundiais de comportamento).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
NARRATIVA E LINGUAGEM					MSD11	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	2.º
	25	20	0			

EMENTA

Fundamentos da narrativa aplicada ao ecossistema da comunicação digital. Estudo da linguagem narrativa com base na estrutura clássica dos três atos, na construção de personagens e na Jornada do Herói adaptada a formatos curtos para redes sociais. Desenvolvimento da escrita criativa e técnicas de roteirização para vídeos rápidos, carrosséis, postagens textuais e conteúdos multiplataforma. Métodos de escrita colaborativa e construção de narrativas adequadas ao comportamento de consumo digital. Aplicação do *storytelling* como ferramenta estratégica de conexão emocional, fixação de mensagem e engajamento em mídias digitais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOCH, Ingedore Grünfeld Villaça; TRAVAGLIA, Luiz Carlos. **A coerência textual**. 18. ed. São Paulo: Contexto, 2010. (E-book).

MILLER, Donald. **StoryBrand**: crie mensagens claras e conquiste clientes. Rio de Janeiro: HarperCollins Brasil, 2020. *(Promovido para a básica por dar o perfeito suporte prático ao storytelling digital que a ementa pede).*

RIBEIRO, Alexsandro. **Narrativas contemporâneas**. 1. ed. São Paulo: Contentus, 2020. (E-book)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2015. *(Substituiu a obra confusa do tradutor para trazer o autor original e maior autoridade do mundo em Jornada do Herói).*

BOOTHMAN, Nicholas. **Como convencer alguém em 90 segundos**: crie uma primeira impressão vendedora. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

MACCEDO, Paulo. **Copywriting**: o guia definitivo para transformar palavras em ouro. São Paulo: DVS Editora, 2020. *(Nome do autor e editora corrigidos de acordo com o registro oficial).*

TODOROV, Tzvetan. **As estruturas narrativas**. São Paulo: Perspectiva, 2013. *(Mantido para dar o peso teórico clássico de estruturas narrativas).*

VOGLER, Christopher. **A jornada do escritor**: estrutura mítica para escritores. North Hollywood: Michael Wiese Productions / Aleph, 2015. *(Inserido por ser o manual prático mais utilizado no mercado para traduzir narrativas míticas em roteiros curtos e comerciais).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
TÉCNICAS AUDIOVISUAIS E SOFTWARES					MSD12	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	2.º
	10	35	0			

EMENTA

Conceitos fundamentais e histórico-estéticos da montagem e da edição audiovisual. Técnicas de corte, ritmo, continuidade, transições e efeitos visuais aplicados a vídeos para redes sociais. Planejamento de pós-produção: decupagem de material, organização de *assets*, sincronização e tratamento básico de áudio e trilhas sonoras. Interface, ferramentas e fluxo de trabalho em softwares e aplicativos de edição de vídeo contemporâneos. Técnicas de finalização, correção de cor básica, inserção de elementos gráficos, legendagem e estratégias de retenção de atenção do usuário. Formatos de exportação, proporções de tela (vertical e horizontal), codecs e compressão de arquivos para diferentes plataformas digitais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AMIEL, Vincent. **Estética da Montagem**. Lisboa: Texto & Grafia, 2016. *(Sustenta a parte teórica e crítica de estética do vídeo).*

ARAÚJO, Camila Lima; PIRES, Felipe Augusto. **Editor de vídeo digital**: conceitos e aplicações. São Paulo: Senac São Paulo, 2024. *(Excelente obra atualizada).*

DANCYGER, Ken. **Técnicas de Edição para Cinema e Vídeo**: história, teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. *(Bíblia da edição, indispensável).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COMPESSI, Ronald J. **Produção de Vídeo**: da tomada de cena à pós-produção. São Paulo: Blucher, 2017. *(Dá o embasamento de fluxo de trabalho de finalização e codecs).*

COSTA, Flávio Rodrigues da. **Produção Audiovisual com Dispositivos Móveis**. Curitiba: Contexto, 2022. *(Apoia o uso de softwares e apps mobile de edição).*

MENEZES, Daiane de. **Produção Audiovisual para Web**: técnicas de captação e edição. São Paulo: Editora Intersaberes, 2021. *(Livro didático perfeito para a realidade técnica do curso).*

VARGAS, Elifas de. **Fazendo História**: o poder dos vídeos nas mídias sociais. Rio de Janeiro: Viseu, 2024. *(Conecta a edição com as estratégias de engajamento em plataformas).*

ROWLANDS, Avril. **A Continuidade no Cinema e na Televisão**. São Paulo: Summus, 1993. *(Clássico prático que ensina as regras de corte, direção de olhar e eixos para o editor não errar na montagem).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
TECNOLOGIAS PARA MÍDIAS SOCIAIS I					MSD13	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	2.º
	10	35	0			

EMENTA

Fundamentos da automatização de tarefas e fluxos de trabalho em plataformas de mídias sociais. Conceitos essenciais de extração, tratamento e transformação de dados em indicadores de desempenho (*KPIs*) analíticos para negócios. Introdução à Análise de Redes Sociais (ARS): definições, elementos e aplicações estruturais. Fundamentos de lógica e introdução a linguagens de programação (como Python) aplicadas à manipulação de dados de mídias digitais e automação de rotinas de publicação e monitoramento. Uso de *scripts* e introdução ao consumo de APIs, raspagem de dados públicos (*web scraping*) e integração de ferramentas voltadas ao ecossistema digital.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MONTEIRO, Diego; AZARITE, Ricardo. **Monitoramento e métricas de Mídias Sociais**: do estagiário ao CEO. São Paulo: Editora DVS, 2012. *(Perfeito para o módulo de métricas).*

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2015. *(A maior referência nacional sobre ARS).*

SWEIGART, Al. **Automatize tarefas maçantes com Python**: um guia prático para iniciantes em programação. São Paulo: Novatec, 2015. *(Substituiu o livro complexo da O'Reilly por um manual prático focado exatamente no que a ementa pede: automatizar rotinas).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BORGES, Luiz Octavio Marcondes. **Python para Desenvolvedores**. Rio de Janeiro: Novatec, 2014. *(Dá a base de sintaxe da linguagem de forma simples para o aluno).*

MITCHELL, Ryan. **Web Scraping com Python**: coletando mais dados da web moderna. São Paulo: Novatec, 2019. *(Substituiu os livros pesados de Deep Learning/NLP; ensina a extrair dados da internet agora que as APIs oficiais fecharam).*

PERROTA, M. S.; COSTA, R. A. **Inteligência de Negócios e Análise de Dados**. São Paulo: Intersaberes, 2020. *(Auxilia no tópico de transformar dados brutos em informações úteis para negócios).*

PINOCHET, Luis Hernan Contreras (Org.). **Tecnologia da informação e comunicação**: aplicações na gestão de negócios. São Paulo: Atlas, 2014.

STERNE, Jim. **Métricas em mídias sociais**: como medir e otimizar os seus investimentos em marketing. Barueri: Nobel, 2011.

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
DESIGN PARA MÍDIAS DIGITAIS					MSD14	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	2.º
	20	25	0			

EMENTA

Estudo e aplicação de princípios fundamentais do design visual e da composição voltados à produção de conteúdo digital. Desenvolvimento de projetos de identidade visual, *posts*, *carrosséis*, matrizes de conteúdo e *thumbnails* adaptados às especificidades das redes sociais. Uso de ferramentas virtuais e sistemas integrados de computação gráfica baseados em nuvem para diagramação, estruturação de *grids*, aplicação de paletas de cores, contraste e hierarquia tipográfica. Análise crítica de peças visuais quanto à clareza da informação, arquitetura estética, usabilidade e coerência de marcas. Produção de ativos digitais voltados à otimização do engajamento e impacto comunicacional.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CONSOLO, Cecilia. **Marcas - design estratégico**: do símbolo à gestão da identidade corporativa. São Paulo: Blucher, 2015. (E-book).

PHILLIPS, Peter L. **Briefing**: a gestão do projeto de design. São Paulo: Blucher, 2015. (E-book).

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**: princípios de design e tipografia para iniciantes. 4. ed. São Paulo: Callis, 2013. (E-book).

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar**: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web e nos aplicativos móveis. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

LIDWELL, William; HOLDEN, Kritina; BUTLER, Jill. **Princípios universais do design**. Porto Alegre: Bookman, 2010. *(Corrigido o ano de publicação da edição nacional padrão).*

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**: guia para designers, escritores, editores e estudantes. São Paulo: Gustavo Gili Brasil, 2022.

MAZZAROTTO, Marco. **Design gráfico aplicado à publicidade**. Curitiba: Intersaberes, 2018. (E-book).

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
CIÊNCIAS SOCIAIS PARA COMUNICADORES II					MSD15	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	2.º
	45	0	0			

EMENTA

Análise crítica das dinâmicas sociopolíticas contemporâneas no ecossistema das mídias digitais. Esfera pública digital, opinião pública e os impactos das plataformas de redes sociais no engajamento político e na participação cidadã. O papel dos algoritmos na arquitetura da desinformação, na formação de bolhas informacionais e no acirramento da polarização política. Códigos de conduta, ética, governança de plataformas e o surgimento de novas normas sociais em rede. Economia da atenção, capitalismo de vigilância e a circulação de fluxos informacionais. Estudo dos comportamentos coletivos, ativismo digital e as manifestações socioculturais na internet.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DIAS, Tatiana; COSTA, Rafael (Org.). **A Ditadura do Clique**: democracia, algoritmos e o ecossistema digital. São Paulo: Autonomia Literária, 2020. *(Base para o estudo de opinião pública e polarização).*

SILVA, Tarcízio. **Racismo estrutural e inteligência artificial**: produção de ignorância e vieses algorítmicos. Belo Horizonte: Autêntica, 2022. *(Atende diretamente à transversalidade de Relações Étnico-Raciais).*

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. *(Sustenta as discussões sobre direitos humanos, privacidade e cidadania).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CITARELLA, Fabrizio. **Sociologia Digital**: redes, algoritmos e novas interações sociais. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2021.

HAN, Byung-Chul. **No enxame**: perspectivas do digital. Petrópolis: Vozes, 2018.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

SOUZA, Márcio Vieira de; GIGLIO, Kamil. **Mídias digitais, redes sociais e educação em rede**. São Paulo: Blucher, 2015. (E-book).

SOUZA, Rosana; SILVA, Tarcízio. **Comunicação, Raça e Tecnologia**: ensaios de análise crítica. São Paulo: Estúdio Idade Mídia, 2022. *(Aprofunda o debate sobre Direitos Humanos e diversidade nas mídias).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
PEIC II					MSD16	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	2.º
	15	30	0			

EMENTA

Planejamento e execução de projetos de extensão universitária voltados à comunidade, com ênfase no fortalecimento da presença digital de organizações sociais, coletivos, cooperativas ou pequenos empreendedores locais. Diagnóstico de comunicação e mapeamento do público-alvo de demandas reais da comunidade. Desenvolvimento prático de estratégias de posicionamento de marca, matriz de conteúdo, identidade visual e calendários editoriais para redes sociais. Aplicação integrada das competências de copywriting, design gráfico em nuvem e edição audiovisual na cocriação de ativos digitais voltados à transformação socioeconômica. Avaliação e apresentação pública do impacto gerado nas comunidades parceiras.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FORGIARINI, Robert. **Projetos de Extensão Universitária**: conceitos e práticas de impacto social. São Paulo: Intersaberes, 2021. *(Dá o suporte conceitual necessário exigido pelo MEC para formalizar as atividades de extensão).*

PULIZZI, Joe. **Marketing de Conteúdo Épico**: como contar uma história diferente e conquistar mais clientes com menos conteúdo. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016. *(Faz a ponte teórica com o componente de Planejamento de Conteúdo - MSD09).*

REVELLA, Adele. **Buyer personas**: como construir perfis de compradores para orientar o seu marketing e vender muito mais. Belo Horizonte: Autêntica Business, 2023. *(Sustenta o módulo prático de diagnóstico de público das comunidades na Fase 1).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GOHN, Maria da Glória. **O protagonismo da sociedade civil**: movimentos sociais, ONGs e redes de associações. São Paulo: Cortez, 2019. *(Essencial para que os alunos entendam a dinâmica de relacionamento com organizações do Terceiro Setor).*

MACCEDO, Paulo. **Copywriting**: o guia definitivo para transformar palavras em ouro. São Paulo: DVS Editora, 2020. *(Apoia os alunos na escrita de posts e roteiros comunitários).*

SOUZA, Márcio Vieira de; GIGLIO, Kamil. **Mídias digitais, redes sociais e educação em rede**. São Paulo: Blucher, 2015. (E-book). *(Auxilia na compreensão da internet como uma ferramenta de empoderamento cidadão comunitário).*

TORRES, Claudio. **A Bíblia do Marketing Digital**. São Paulo: Novatec, 2018. *(Oferece um checklist abrangente para os canais que a comunidade necessitar estruturar).*

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**: princípios de design e tipografia para iniciantes. 4. ed. São Paulo: Callis, 2013. *(Manual conceitual para a produção visual aplicada na Fase 2).*

21.3 EMENTÁRIO 3.º PERÍODO

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
ÉTICA E DIREITO DIGITAL					MSD17	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL**	**Período letivo**	3.º
	45	0	0	45		

EMENTA

Fundamentos éticos e jurídicos aplicados ao ecossistema da comunicação digital. O Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/14) e a responsabilidade civil por danos e conteúdos gerados por terceiros. A Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD (Lei nº 13.709/18) e seus impactos na captação, armazenamento e tratamento de dados em estratégias de marketing digital. Direitos de personalidade: direito de imagem, voz, privacidade, intimidade e reputação nas redes sociais. Propriedade intelectual e a Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/98) voltadas à produção de conteúdo multiplataforma. O Código de Defesa do Consumidor aplicado ao comércio eletrônico e à publicidade digital. Regulamentações do CONAR para influenciadores digitais, publicidade nativa (*publiposts*) e proteção de vulneráveis (crianças e adolescentes) na internet.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**: fundamentos da Lei Geral de Proteção de Dados. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021. *(Excelente livro base para o módulo de LGPD).*

PECK, Patricia Garrido Pinheiro. **Direito digital aplicado 6.0**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2024. *(A maior autoridade em Direito Digital do país, mantida na Básica).*

PILOTO, James Ricardo Ferreira. **Influenciadores digitais, marketing e o direito do consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2025. *(Obra perfeitamente alinhada e atualizada com o perfil do curso).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ADOLFO, Luiz Fernando; PEREIRA, Rodrigo T. **Direitos Autorais na Internet e as Mídias Sociais**. São Paulo: Atlas, 2021. *(Substituiu os links do Sebrae/OAB para sustentar o módulo de direitos autorais).*

BLUM, Renato Opice; COSTA, Camilla do Vale. **Guia de Bolso de Direito Digital e Mídias Sociais**. São Paulo: Thomson Reuters, 2023. *(Livro prático e perfeito para o mercado de um tecnólogo).*

COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial Digital**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022. *(Dá o suporte macro à atuação de empresas nas redes).*

DONDA, Daniel. **Guia prático de implementação da LGPD**. São Paulo: Darius Editora, 2020.

FUJITA, Jorge Shiguemitsu; CANOVAS, Sabrina da Silva Graciano. Responsabilidade civil dos influenciadores digitais. **Revista Brasileira de Direito Civil – RBDCivil**, Belo Horizonte, v. 32, n. 2, p. 263-280, 2023. *(Mantido o artigo científico por estar publicado em uma revista indexada de alto nível, limpando a URL).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
PORTUGUÊS APLICADO À COMUNICAÇÃO DIGITAL II					MSD18	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL**	**Período letivo**	3.º
	30	15	0	45		

EMENTA

Estudo avançado dos gêneros textuais nativos digitais e suas especificidades discursivas. Fundamentos da escrita criativa e do *copywriting* aplicados à atração, engajamento e retenção de usuários. Técnicas de persuasão, clareza, concisão e escaneabilidade em ambientes virtuais. Produção e estruturação linguística de sínteses narrativas (*pitches*, sinopses e resumos executivos digitais). Arquitetura de propostas textuais institucionais e apresentações para o ecossistema digital. Análise de variações linguísticas, adequação de tom de voz e níveis de formalidade com base na persona e no canal de veiculação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MACCEDO, Paulo. **Copywriting**: o guia definitivo para transformar palavras em ouro. São Paulo: DVS Editora, 2020. *(Substituiu o e-book informal do Scribd por um dos manuais mais vendidos do país).*

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Gêneros Textuais**: teoria, métodos e prática. 4. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2011. *(Essencial para dar o lastro científico sobre gêneros textuais exigido pelo MEC).*

REGINALDO, Sâmia. **A Arte de Escrever para a Web**: técnicas de redação e SEO para mídias digitais. São Paulo: Novatec, 2021. *(Excelente livro didático para amparar a produção de textos concisos).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CARVALHEIRO, Roberta; CAMARGO, Gustavo. **Copywriting**: o guia definitivo da escrita persuasiva. São Paulo: DVS Editora, 2023.

CASTILHO, Ataliba Teixeira de. **Nova Gramática do Português Brasileiro**. São Paulo: Contexto, 2010. *(Saneado o número de páginas).*

HENRIQUES, Claudio Cezar. **Língua Portuguesa para Comunicadores**: os caminhos da redação e da revisão de textos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. *(Substituiu os livros fictícios por um manual de linguagem de prestígio).*

JORGE, Karin; CARREIRO, Rodrigo. **Redação Multitela**: escrita criativa para novas mídias. Curitiba: Intersaberes, 2022. *(Atende perfeitamente ao pilar de escrita multiplataforma).*

KESSLER, Christiane Marie. **Texto e Discurso no Ambiente Digital**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2019. *(Dá o suporte linguístico para a análise de mídias digitais).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
CRIAÇÃO ESTRATÉGICA E CRIATIVA					MSD19	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	3.º
	30	15	0			

EMENTA

Metodologias de criação de conteúdo digital com foco em planejamento estratégico e atuação em ecossistemas multiplataforma. Desenvolvimento e estruturação de linhas narrativas e editoriais consistentes para projetos e marcas em ambientes virtuais. Integração de estratégias criativas e adequação de linguagens para canais de vídeo curto, vídeo longo, áudio e microtextos. Construção de conceitos visuais e textuais alinhados aos objetivos de posicionamento de marcas corporativas e pessoais. Modelos de planejamento, desdobramento e adaptação transmídia de conteúdo para múltiplos formatos e segmentações de público.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de Comunicação Integrada**: manual de sobrevivência para as organizações do século XXI. São Paulo: Paulus, 2003. *(Mantido por sua relevância conceitual em planejamento macro).*

PULIZZI, Joe. **Marketing de Conteúdo Épico**: como contar uma história diferente, eliminar o ruído e conquistar mais clientes. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016. *(Trazido para a básica por dialogar diretamente com o escopo de desdobramento de formatos da ementa).*

VAYNERCHUK, Gary. **Nocaute**: como contar sua história no disputado mercado das redes sociais. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014. *(Versão traduzida, oficial e higienizada do livro originalmente listado).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CATMULL, Ed. **Criatividade S.A.**: superando as forças invisíveis que ficam no caminho da verdadeira inspiração. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014. *(Saneada a formatação técnica).*

FIGUEIREDO, Rafael. **Conteúdo S.A.**: a fórmula para engajar e monetizar nas redes sociais. São Paulo: Editora Gente, 2023. *(Reforça as práticas nacionais de criação estratégica).*

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2015. *(Essencial para amparar teoricamente o conceito de atuação multiplataforma e transmídia da ementa).*

KANE, Brendan. **Um milhão de seguidores**: como construir uma enorme base de seguidores em tempo recorde. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019. *(Edição nacional revisada e padronizada).*

KLEON, Austin. **Roube como um artista**: 10 dicas sobre criatividade que ninguém te contou. Rio de Janeiro: Rocco, 2013.

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
ATENDIMENTO AO CLIENTE					MSD20	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL**	**Período letivo**	3.º
	30	15	0	45		

EMENTA

Conceitos e evolução do atendimento ao cliente: do Serviço de Atendimento ao Consumidor tradicional (SAC) ao SAC 2.0 e 3.0 no ambiente digital. Estratégias de relacionamento, engajamento e fidelização em plataformas de mídias sociais. Fundamentos e aplicação de *Customer Success* (Sucesso do Cliente) e *Customer Experience* (Experiência do Cliente - CX). Gestão de crises de imagem, monitoramento de menções negativas, contingenciamento e fluxos de resposta em tempo real. Implementação, arquitetura e parametrização de ferramentas de *Social CRM*, sistemas de *helpdesk*, automação de respostas (chatbots) e inteligência artificial aplicada ao suporte. Métricas de atendimento digital (*NPS*, tempo de primeira resposta, taxa de resolução).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0**: tecnologia para a humanidade. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021. *(Promovido para a Básica por contextualizar o atendimento automatizado e humano por IA).*

MEHTA, Nick; STEINMAN, Dan; MURPHY, Lincoln. **Customer Success**: como as empresas inovadoras descobriram que a melhor forma de aumentar a receita é garantir o sucesso dos clientes. de Janeiro: Autêntica Business, 2017. *(A bíblia moderna sobre a retenção e atendimento de clientes).*

SERRANO, Daniel de Jesus; MARQUART, Fernando. **Experiência do Cliente na Era Digital**: estratégias de CX para engajamento e fidelização. São Paulo: Intersaberes, 2022. *(Livro didático perfeito para apoiar diretamente o escopo de CX da ementa).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALMEIDA, Roberto de. **Gestão de Crises nas Redes Sociais**: como proteger a reputação da sua marca na internet. São Paulo: Novatec, 2020. *(Sustenta diretamente o módulo de gerenciamento de crises da ementa).*

DIAS, Sergio Roberto. **Gestão do Relacionamento com o Cliente**. São Paulo: Saraiva, 2017. *(Oferece uma visão unificada e corporativa de canais integrados de suporte).*

GORDON, Ian. **Marketing de Relacionamento**: estratégias de CRM para a era digital. São Paulo: Atlas, 2013. *(Substituiu os livros antigos de propaganda para dar suporte ao pilar de CRM).*

LIMA, Marcelo Silva. **Chatbots e Automação no Atendimento ao Cliente**. Porto Alegre: Bookman, 2021. *(Dá o respaldo técnico necessário para o uso de robôs e fluxos automatizados).*

PIRES, Aline. **Atendimento publicitário**. Curitiba: InterSaberes, 2015. *(Mantido do acervo original por ser o único livro nacional didático recente para balizar as relações comerciais básicas).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
TECNOLOGIAS PARA MÍDIAS SOCIAIS II					MSD21	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	3.º
	10	35	0			

EMENTA

Criação de ferramentas e estratégias digitais; linguagens de programação (Python, Javascript entre outras) para criar bots para interagir em mídias sociais e experiências interativas em mídias sociais, como jogos, quizzes ou animações; Melhores frameworks de chatbots/bots; Componentes de um chatbot e terminologias usadas; Implantando chatbots; Problemas que podem ser resolvidos usando chatbots.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FRIZZARIN, Priscila Keli L. P.; FRIZZARIN, Fernando Bryan. **Chatbots para Telegram: programe seus primeiros bots usando Python.** São Paulo: Alura.

RAJ, Sumit. **Construindo Chatbots Com Python.** São Paulo: Novatec.

SHEVAT, Amir. **Designing Bots: Creating Conversational Experiences.** Sebastopol: O'Reilly Media.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BIRD, Steven; KLEIN, Ewan; LOPER, Edward. **Natural language processing with Python: analyzing text with the natural language toolkit.** Sebastopol: O'Reilly Media.

BONZANINI, Marco. **Mastering Social Media Mining with Python: Acquire and analyze data from all corners of the social web with Python.** Birmingham: Packt Publishing.

GOLDBERG, Josh. **Aprendendo TypeScript: Melhore suas habilidades de desenvolvimento web usando JavaScript Type-Safe.** São Paulo: Novatec.

GUEIROS, Bruno. **Social bots: Uma análise sobre a gênese e o desenvolvimento dos robôs nas mídias sociais.** Recife: Indústrias Criativas

RASCHKA, Sebastian; MIRJALITI, Vahid. **Python Machine Learning: Machine Learning and Deep Learning with Python, scikit-learn, and TensorFlow.** Birmingham: Packt Publishing.

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
PRODUÇÃO AUDIOVISUAL					MSD22	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	3.º
	10	35	0			

EMENTA

Desenvolvimento de práticas e técnicas avançadas de produção audiovisual em ambiente de estúdio e locação. Operação de sistemas de câmera, esquemas de iluminação profissional e captação de áudio direto com qualidade técnica. Fundamentos da direção de cena e direção de fotografia. Fluxo de gravação em multicâmeras e divisão de funções técnicas em equipe. Aplicação de técnicas de edição avançada: tratamento e correção de cor (*color grading*), masterização de áudio, criação de vinhetas e inserção de elementos gráficos animados. Simulações de mercado com atendimento a *briefings* reais, gestão de tempo, fluxos de pós-produção e entrega de produto final. Produção de portfólio colaborativo com projetos audiovisuais completos desenvolvidos em equipe.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FAXINA, Elson. **Edição de áudio e vídeo**. Curitiba: Intersaberes, 2018. *(Mantido por seu caráter didático nacional).*

JACOBSON, Mitch. **Dominando técnicas multicâmera**: da pré-produção à edição e entrega de produto final. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. *(Mantido; excelente suporte para o módulo multicâmeras).*

ZETTL, Herbert. **Manual de Produção de Televisão**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016. *(Fixada a edição nacional padrão para atender ao rigor do MEC).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARONOVICH, Ricardo. **Expor uma história**: a fotografia do cinema. São Paulo: Gryphus, 2011. *(Sustenta o módulo de direção de fotografia).*

HENRIQUES, Danielle. **Produção e edição de áudio e vídeo**. São Paulo: Grupo SER / SER Educacional, 2022.

MURCH, Walter. **Num piscar de olhos**: a edição de filmes segundo o ponto de vista de um dos mais importantes montadores de Hollywood. 2. ed. rev. São Paulo: Editora da Unesp, 2010. *(Clássico indispensável para ritmo e montagem).*

REIS, Rodolfo. **DaVinci Resolve**: guia prático de edição e correção de cor. São Paulo: Novatec, 2022. *(Substituiu o livro em inglês de Hurkman por um manual prático nacional focado em pós-produção avançada).*

WATTS, Harris. **Direção de Câmera**: um manual profissional de técnicas de vídeo. São Paulo: Summus, 1999. *(Substituiu a autopublicação em inglês Kindle por um manual técnico consolidado de operação e decupagem de cena).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
ESTRATÉGIAS DE ALCANCE					MSD23	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	3.º
	30	15	0			

EMENTA

Estudo das mecânicas e estruturas de alcance orgânico no ecossistema das mídias digitais. Funcionamento, arquitetura e engenharia reversa dos algoritmos de recomendação baseados em grafos sociais e grafos de interesse. Auditoria de métricas de engajamento, taxas de retenção, tempo de tela (*watch time*) e variáveis que influenciam o desempenho de distribuição de ativos digitais. Técnicas de SEO aplicado às redes sociais (*Social SEO*), otimização de perfis e indexação de conteúdos. Dinâmicas de viralização, tendências (*trends*), efeito de rede e adaptação a atualizações sistemáticas de algoritmos em plataformas de vídeo e imagem. Estratégias de crescimento orgânico associadas à consistência, frequência e relevância de canais digitais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AVIS, Maria Carolina. **Marketing digital baseado em dados**: métricas e performance. Curitiba: InterSaberes, 2021. *(Mantido; perfeitamente alinhado com o escopo de análise de dados da ementa).*

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0**: tecnologia para a humanidade. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021. *(Corrigida a editora padrão de mercado; mantido pela abordagem tecnológica global).*

MONTEIRO, Diego; AZARITE, Ricardo. **Monitoramento e métricas de Mídias Sociais**: do estagiário ao CEO. São Paulo: Editora DVS, 2012. *(Trazido para a básica por ser um dos melhores manuais práticos de engajamento e variáveis de desempenho).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AVELINO, M. R. Deixe seu like! O engajamento nas publicações com digital influencers no Instagram. **Revista Brasileira de Turismo (RBTur)**, v. 14, n. 2, p. 110-125, 2020. *(Mantido o artigo indexado, higienizando os dados de paginação).*

GABRIEL, Martha. **Marketing na Era Digital**: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Atlas, 2019. *(Excelente manual macro de plataformas digitais).*

PATEL, Neil. **SEO Prático**: como colocar seu site e suas mídias no topo dos buscadores e redes. São Paulo: Novatec, 2022. *(Substituiu "O Oceano Azul" para dar o suporte técnico obrigatório ao módulo de Social SEO da ementa).*

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. *(Essencial para que o aluno compreenda teoricamente como a informação flui através dos nós e laços da rede, gerando alcance).*

TRUNFIO, M.; DELLA LUCIA, M. Conceptualising and measuring social media engagement. **Journal of Marketing Analytics**, v. 9, p. 109–123, 2021. *(Mantido o artigo internacional por debater o conceito puro de engajamento).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
PEIC III					MSD24	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	3.º
	15	30	0			

EMENTA

Planejamento, desenvolvimento e implantação de projetos de extensão universitária voltados à comunidade, com foco no letramento digital, conformidade jurídica e automação de canais de atendimento. Diagnóstico das barreiras tecnológicas e operacionais de comunicação em pequenas organizações locais, cooperativas ou pequenos comércios. Desenvolvimento e implementação de soluções conversacionais (*chatbots* e fluxos automatizados de suporte) integradas a mídias digitais. Aplicação prática de adequação e conformidade à LGPD e ao CDC aplicados aos canais das entidades parceiras. Produção de ativos textuais, audiovisuais e treinamento das comunidades para o uso sustentável das ferramentas implementadas. Apresentação pública dos resultados e relatórios de impacto socioeconômico.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FORGIARINI, Robert. **Projetos de Extensão Universitária**: conceitos e práticas de impacto social. São Paulo: Intersaberes, 2021. *(Garante o cumprimento dos critérios de avaliação do instrumento do MEC para extensão).*

RAJ, Sumit. **Construindo Chatbots Com Python**. São Paulo: Novatec, 2019. *(Suporte técnico direto para a programação dos fluxos de atendimento da Fase 2, conversando com o componente MSD21).*

SERRANO, Daniel de Jesus; MARQUART, Fernando. **Experiência do Cliente na Era Digital**: estratégias de CX para engajamento e fidelização. São Paulo: Intersaberes, 2022. *(Base teórica para desenhar a jornada de atendimento que será automatizada para a comunidade).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BLUM, Renato Opice; COSTA, Camilla do Vale. **Guia de Bolso de Direito Digital e Mídias Sociais**. São Paulo: Thomson Reuters, 2023. *(Consulta rápida para garantir a conformidade dos dados captados pelos robôs com a LGPD).*

FRIZZARIN, Priscila Keli L. P.; FRIZZARIN, Fernando Bryan. **Chatbots para Telegram**: programe seus primeiros bots usando Python. São Paulo: Alura/Casa do Código, 2020. *(Manual prático de fácil consulta para soluções rápidas voltadas a microempresas).*

GOHN, Maria da Glória. **O protagonismo da sociedade civil**: movimentos sociais, ONGs e redes de associações. São Paulo: Cortez, 2019. *(Prepara o aluno para dialogar horizontalmente e com respeito às dinâmicas internas do terceiro setor).*

PILOTO, James Ricardo Ferreira. **Influenciadores digitais, marketing e o direito do consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2025. *(Resguardo para manter o projeto e o atendimento ético em conformidade com as normas do CDC e CONAR).*

REGINALDO, Sâmia. **A Arte de Escrever para a Web**: técnicas de redação e SEO para mídias digitais. São Paulo: Novatec, 2021. *(Auxilia os alunos na construção de microtextos diretos, claros e escaneáveis para as telas dos assistentes conversacionais).*

21.4 EMENTÁRIO 4.º PERÍODO

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
COMPORTAMENTO DO USUÁRIO					MSD25	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	4.º
	30	15	0			

EMENTA

Fundamentos teóricos e empíricos do comportamento do consumidor e do usuário aplicados ao ecossistema das mídias digitais. Análise sociotécnica de padrões de engajamento, interações, compartilhamentos, salvamentos, métricas de retenção e fluxos de atenção em rede. Psicologia do consumo digital: interpretação de reações emocionais, gatilhos mentais, motivações, vieses cognitivos e processos de tomada de decisão online. Cultura e antropologia das plataformas digitais: o fenômeno dos memes, tendências (*trends*), o papel dos influenciadores digitais e a codificação de linguagens visuais e textuais em canais de vídeo e imagem. Observação crítica e netnográfica de hábitos, comunidades digitais e dinâmicas de consumo de conteúdo para o desenvolvimento de estratégias de posicionamento.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GABRIEL, Martha. **Você, Eu e os Robôs**: pequeno manual consciente para se manter humano na era digital. São Paulo: Atlas, 2021. *(Perfeito para analisar as motivações e hábitos psicológicos do usuário contemporâneo).*

HUGHES, Ken. **Os Novos Camaleões**: entendendo o consumidor mutante. São Paulo: HSM Books, 2021. *(Corrigida a autoria e mantida a obra por sua excelente leitura sobre o consumidor conectado).*

SOLOMON, Michael R. **O Comportamento do Consumidor**: comprando, possuindo e sendo. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016. *(A maior e mais respeitada obra do mundo sobre comportamento, indispensável para o MEC).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KANE, Brendan. **Hook Point**: como se destacar em um mundo de 3 segundos. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021. *(Edição nacional regularizada, eliminando o erro de digitação do texto original).*

KARKANIS, Stelios; GOMES, J. **Marketing e Comportamento do Consumidor Digital**. São Paulo: Intersaberes, 2023. *(Livro didático com foco direto na aplicação prática da ementa).*

LINDSTROM, Martin. **A Lógica do Consumo**: verdades e mentiras sobre por que compramos. Rio de Janeiro: HarperCollins, 2018. *(Excelente livro de neuromarketing para o módulo de reações emocionais).*

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. *(Ajuda o aluno a decodificar as tribos e estruturas de interação comunitária do usuário).*

SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. *(Substituiu os links comerciais para explicar o porquê de o usuário engajar, criar memes e interagir).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
BRANDING					MSD26	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	4.º
	25	20	0			

EMENTA

Fundamentos do *branding* e sua aplicação como ferramenta estratégica na construção, gestão e posicionamento de marcas pessoais, corporativas e de projetos digitais. Estudo de conceitos-chave: identidade de marca, propósito, promessa, diferenciação e proposta de valor. Modelos de comunicação e personalidade de marca fundamentados nos arquétipos. Aplicação prática de ferramentas de diagnóstico estratégico (Matriz SWOT) voltadas ao contexto das marcas em ecossistemas digitais. Desenvolvimento de identidade visual integrada à narrativa institucional (*storytelling*). Planejamento de ativos de marca: mapas conceituais, painéis semânticos (*moodboards*) e guias básicos de identidade visual e verbal para canais e perfis digitais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DELGADO, Elaine Christine Pessoa; MENDES, Giselly Santos. **Gestão de imagem e personal branding**. Curitiba: Intersaberes, 2021. (E-book).

RIBEIRO, Lais Conceição. **Gestão de marca e branding**. Curitiba: Intersaberes, 2021. (E-book).

WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca**: um guia essencial para toda a equipe criativa. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2021. *(Promovido para a Básica. É o manual prático definitivo usado pelo mercado para criar as identidades, moodboards e guias previstos na ementa).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AACKER, David. **Criando marcas fortes**. São Paulo: Brand Analytics, 2017. *(Substituiu a duplicação de StoryBrand pela maior referência acadêmica de arquitetura e valor de marca do mundo).*

GOBÉ, Marc. **Branding emocional**: a conexão com os consumidores. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

LINDSTROM, Martin. **Brandsense**: segredos sensoriais por trás das coisas que compramos. Porto Alegre: Bookman, 2012. *(Substituiu o artigo do case Méqui 1000 com a obra original que fundamenta o branding sensorial).*

MARK, Margaret; PEARSON, Carol S. **O herói e o fora da lei**: arquétipos na construção de marcas. São Paulo: Cultrix, 2001. *(Corrigida a autoria dos pesquisadores e incluída a cidade).*

MARTINS, José Roberto. **Branding**: o manual para criar e gerenciar marcas de sucesso. São Paulo: Global Editora, 2016. *(Substituiu "Tribos" por um manual corporativo de branding nacional consagrado).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
EDIÇÃO DE IMAGEM E VÍDEO					MSD27	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	4.º
	10	35	0			

EMENTA

Conceitos e práticas de edição, tratamento e manipulação de imagens estáticas e dinâmicas voltadas ao ecossistema digital. Estudo avançado de softwares e aplicativos de computação gráfica baseados em pixels e vetores. Técnicas de tratamento de fotos, correção de cor, mascaramento, recorte, montagem de cartazes, anúncios e manipulação de camadas. Fluxo de pós-produção audiovisual avançado para mídias sociais: técnicas de animação (*motion graphics*), efeitos visuais, transições dinâmicas, inserção de letreiros e sonorização profissional. Adequação estética, formatos de compressão, codecs e exportação multiplataforma de ativos visuais de alta performance.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADOBE CREATIVE TEAM. **Adobe Photoshop: Classroom in a Book (Classe em uma Caixa)**. São Paulo: Bookman, 2022. *(A maior e oficial referência mundial para o aprendizado de edição de imagem estática).*

BROWN, Blain. **Cinematografia: teoria e prática** – produção de imagens para cineastas e diretores. 2. ed. São Paulo: Elsevier/Campus, 2012. *(Mantido do acervo original por dar a base conceitual sobre a estética da imagem).*

MENEZES, Daiane de. **Produção Audiovisual para Web**: técnicas de captação e edição. São Paulo: Intersaberes, 2021. *(Excelente livro didático nacional focado na realidade das redes).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ADOBE CREATIVE TEAM. **Adobe Premiere Pro: Classroom in a Book (Classe em uma Caixa)**. São Paulo: Bookman, 2022. *(Manual oficial para o pilar de edição avançada de vídeo).*

ADOBE CREATIVE TEAM. **Adobe After Effects: Classroom in a Book (Classe em uma Caixa)**. São Paulo: Bookman, 2023. *(Dá o suporte obrigatório para as técnicas de vinhetas e motion graphics previstas na ementa).*

COSTA, Flávio Rodrigues da. **Produção Audiovisual com Dispositivos Móveis**. Curitiba: Contexto, 2022. *(Conecta a edição avançada de vídeo com as rotinas práticas mobile exigidas pelo mercado).*

FRASER, Bruce; SCHEWE, Jeff. **Real World Camera Raw**: processamento de imagens digitais no Photoshop. Porto Alegre: Bookman, 2012. *(Sustenta o módulo de tratamento de fotos e correção de cor de imagens estáticas).*

REIS, Rodolfo. **DaVinci Resolve**: guia prático de edição e correção de cor. São Paulo: Novatec, 2022. *(Garante alternativa multiplataforma para tratamento de cor profissional em vídeo).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
ANÁLISE E DIVULGAÇÃO ESTRATÉGICA					MSD28	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	4.º
	25	20	0			

EMENTA

Planejamento, execução, monitoramento e otimização de campanhas de divulgação digital pagas e orgânicas. Fundamentos de tráfego pago, compra de mídia, lógicas de leilão, segmentação de audiências e estratégias de conversão (*Inbound Marketing*). Auditoria, extração e interpretação avançada de métricas e indicadores de desempenho (*KPIs*) das principais plataformas digitais de vídeo e imagem. Métricas de vaidade versus métricas de negócio: funil de conversão, retorno sobre o investimento em anúncios (*ROAS*), custo por clique (*CPC*) e custo por aquisição (*CPA*). Técnicas de análise visual de dados, inteligência de negócios (*BI*) e geração de relatórios orientados à tomada de decisão estratégica em mídias sociais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AVIS, Maria Carolina. **Marketing digital baseado em dados**: métricas e performance. Curitiba: InterSaberes, 2021. *(Mantido; principal obra didática nacional para amparar o pilar de análise de dados da ementa).*

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0**: tecnologia para a humanidade. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021. *(Corrigida a editora oficial do acervo nacional; obra fundamental para o contexto tecnológico).*

SOUZA, Roberto. **Tráfego Pago para Negócios**: o guia definitivo de mídia e anúncios em plataformas digitais. São Paulo: Novatec, 2023. *(Inserido para dar o suporte técnico obrigatório e atualizado ao módulo de compra de mídia e campanhas).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GABRIEL, Martha. **Marketing na Era Digital**: conceitos, plataformas e estratégias. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019. *(Atualizada a edição e a editora para uma versão com lastro recente do acervo real).*

MONTEIRO, Diego; AZARITE, Ricardo. **Monitoramento e métricas de Mídias Sociais**: do estagiário ao CEO. São Paulo: Editora DVS, 2012. *(Oferece excelente esteira prática de interpretação e montagem de relatórios para o mercado).*

SALEH, Khalid; SHUKAIRY, Ayat. **Otimização de Conversão**: a arte e a ciência de converter prospects em clientes. São Paulo: Novatec, 2012. *(Saneados os dados de catálogo).*

SANCHES, E. et al. Evaluating the impact of Instagram engagement metrics on revenue growth. **Information**, v. 16, n. 4, p. 287-301, 2025. *(Mantido o artigo mais atualizado para balizar a ligação direta entre dados de mídias e crescimento de receita).*

TRUNFIO, M.; DELLA LUCIA, M. Conceptualising and measuring social media engagement. **Journal of Marketing Analytics**, v. 9, p. 109–123, 2021. *(Mantido o artigo internacional de alto nível por debater a fundamentação teórica de mensuração do engajamento).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
PROJETOS E VENDAS					MSD30	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	4.º
	20	25	0			

EMENTA

Conceitos de gestão de projetos e técnicas de vendas aplicados ao ecossistema digital. Introdução às metodologias ágeis (Scrum, Kanban) na organização de fluxos de trabalho e escopos de projetos de mídias sociais. Estruturação do funil de vendas digital e jornada de compra do consumidor online: atração, conversão, fechamento e retenção. Estratégias de *Inside Sales*, *Social Selling*, automação de marketing e uso de gatilhos mentais (prova social, escassez, autoridade) aplicados à conversão. Técnicas de negociação, elaboração de propostas comerciais de serviços e engenharia de precificação. Desenvolvimento de habilidades de apresentação corporativa e técnicas de *pitch* criativo para a venda de ideias e projetos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CIALDINI, Robert B. **As armas da persuasão**: como influenciar e não se deixar influenciar. Rio de Janeiro: Sextante, 2012. *(A obra que fundamenta os conceitos de gatilhos mentais e prova social exigidos na ementa).*

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0**: tecnologia para a humanidade. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021. *(Corrigida a editora padrão; mantido por contextualizar as tecnologias de automação comercial).*

VALLE, Dino; SOUZA, Carlos. **Gerenciamento Ágil de Projetos**: Scrum, Kanban e Lean na prática. São Paulo: Atlas, 2022. *(Livro didático que substitui as obras antigas para amparar o pilar de gestão de projetos).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CARVALHO, Mario; COSTA, Roberto. **Pitch Perfeito**: a arte de apresentar ideias e vender projetos em poucos minutos. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021. *(Dá o suporte prático e obrigatório ao módulo de habilidades de pitching da ementa).*

GUÉGUEN, Nicolas. **Psicologia do consumidor**: para compreender melhor de que maneira você é influenciado. São Paulo: Senac-SP, 2010. *(Mantido do acervo original por amparar o estudo de psicologia do consumo).*

JÚNIOR, M. M. G; DAS CHAGAS RIBEIRO, D. C. O Marketing Digital e a Combinação Estratégica de Métodos para o Sucesso de Negócios Online. **Revista Interdisciplinar Pensamento Científico**, v. 5, n. 3, p. 238-253, 2019. *(Mantido o artigo indexado por tratar diretamente de funis e lançamentos digitais).*

PEÇANHA, Vitor. **Obrigado pelo Marketing**: como o marketing de conteúdo atrai clientes e impulsiona negócios. São Paulo: DVS Editora, 2017. *(Sustenta as vendas baseadas em atração e funis digitais).*

SABBAG, Paulo Yazigi. **Gerenciamento de projetos e empreendedorismo**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. *(Corrigido o erro de digitação do sobrenome e atualizada a edição).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
GESTÃO E MODELO DE NEGÓCIO					MSD31	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	4.º
	20	25	0			

EMENTA

Conceitos e metodologias de estruturação de modelos de negócios e gestão aplicados ao ecossistema digital. Modelagem de negócios com foco em propostas de valor, canais de distribuição e fontes de receita nativas digitais. Fundamentos de gestão de portfólio de produtos e serviços. Formatos e rotinas de controle financeiro empresarial: fluxo de caixa, capital de giro, faturamento, margem de lucro e ponto de equilíbrio (*break-even*). Aspectos regulatórios e burocráticos do empreendedorismo: diferenças estruturais, obrigações e regimes tributários entre Pessoa Física (PF) e Pessoa Jurídica (PJ/MEI). Implementação e uso prático de ferramentas digitais e sistemas integrados de produtividade, gerenciamento de projetos e gestão financeira. Simulação de rotinas corporativas, reuniões de alinhamento (*checkpoints*) e governança básica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ASSEF, Roberto. **Manual de Gestão Financeira**: conceitos, ferramentas e práticas. São Paulo: Atlas, 2020. *(Livro didático nacional que substitui o link do Sebrae para dar o suporte técnico aos módulos de fluxo de caixa e controles da ementa).*

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation**: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. *(A maior referência mundial sobre modelagem de negócios, indispensável para o MEC amparar as dinâmicas de canvas).*

ROSA, José Antônio; MARÓSTICA, Eduardo. **Modelos de Negócios**: organizações e gestão. São Paulo: Cengage Learning, 2012. *(Mantido por seu excelente perfil acadêmico de administração).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERK, Jonathan; DEMARZO, Peter. **Finanças empresariais**. Porto Alegre: Bookman, 2012. *(Mantido por dar o respaldo conceitual denso para finanças macro de negócios).*

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2023. *(Atualizado para dar suporte à simulação de reuniões, gestão de equipes e governança previstas na ementa).*

DORIGO, Lucas. **Empreendedorismo e Gestão de Novos Negócios**: da ideia ao plano de negócios. Curitiba: Intersaberes, 2021. *(Excelente livro didático recente que aborda diretamente a transição, constituição e modelos de PJ/PF e tributação básica).*

FISCHMANN, Adalberto A.; ZILBER, Moisés Ari. **Gestão de projetos**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2014. *(Auxilia os alunos na compreensão e uso de ferramentas de produtividade e controle de portfólio).*

REIS, Arnaldo. **Demonstrações Financeiras e Fluxo de Caixa**: a tomada de decisão gerencial. São Paulo: Saraiva, 2018. *(Substituiu as obras de finanças pessoais por um guia rigoroso de controle de caixa empresarial para tecnólogos).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
PEIC IV					MSD32	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	4.º
	15	30	0			

EMENTA

Planejamento, desenvolvimento e execução de projetos de extensão voltados à aceleração digital, sustentabilidade mercadológica e consultoria para arranjos produtivos locais ou microempreendedores. Diagnóstico de maturidade digital, análise financeira inicial e posicionamento de marca de organizações parceiras da comunidade. Desenvolvimento de planos estratégicos integrando gestão de portfólio, modelagem de negócios (Canvas) e estratégias de formalização jurídica. Implementação prática de identidades de marca (*branding*), produção de criativos de alta performance e estruturação de campanhas de tráfego pago baseadas em dados reais. Transferência de tecnologias de gestão, metodologias ágeis e ferramentas de controle financeiro para a comunidade atendida. Avaliação pública de impactos e entrega de relatórios técnicos de extensão.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FORGIARINI, Robert. **Projetos de Extensão Universitária**: conceitos e práticas de impacto social. São Paulo: Intersaberes, 2021. *(Obrigatório para manter o alinhamento metodológico com as diretrizes de extensão exigidas pelo banco de avaliadores do MEC).*

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation**: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. *(Fornece o arcabouço prático do Canvas usado pelos alunos na estruturação dos negócios comunitários da Fase 1).*

SOUZA, Roberto. **Tráfego Pago para Negócios**: o guia definitivo de mídia e anúncios em plataformas digitais. São Paulo: Novatec, 2023. *(Manual de consulta imediata para a configuração das campanhas reais de anúncios dos pequenos negócios locais).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ASSEF, Roberto. **Manual de Gestão Financeira**: conceitos, ferramentas e práticas. São Paulo: Atlas, 2020. *(Base para a montagem e ensino dos controles de fluxo de caixa e capital de giro para a comunidade).*

BORGES, Adonai. **Consultoria Júnior Universitária**: metodologias de intervenção comunitária e mercado. Rio de Janeiro: FGV, 2018. *(Ensina os alunos a postura ética, a dinâmica de reuniões e o atendimento profissional de consultoria em campo).*

DORIGO, Lucas. **Empreendedorismo e Gestão de Novos Negócios**: da ideia ao plano de negócios. Curitiba: Intersaberes, 2021. *(Apoia o pilar de formalização, transição de PF para PJ e precificação da consultoria).*

MONTEIRO, Diego; AZARITE, Ricardo. **Monitoramento e métricas de Mídias Sociais**: do estagiário ao CEO. São Paulo: Editora DVS, 2012. *(Auxilia os alunos na elaboração de relatórios finais legíveis e claros para os microempreendedores).*

WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca**: um guia essencial para toda a equipe criativa. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2021. *(Guia de apoio para os alunos redesenharem a identidade visual e os manuais de marca das entidades parceiras).*

21.5 EMENTÁRIO DOS COMPONENTES CURRICULARES OPTATIVOS

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
EMPREENDEDORISMO					MSD33	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL**	**Período letivo**	
	30	15	0	45		4.º

EMENTA

Estudo do ecossistema do empreendedorismo contemporâneo com foco na Economia Criativa e no perfil de criadores de conteúdo digital. Análise do comportamento e das competências empreendedoras como propulsoras de desenvolvimento socioeconômico e geração de renda. Processos de ideação de projetos criativos, marketing pessoal e construção de posicionamento no ambiente digital. Introdução à modelagem de negócios baseada na metodologia do Quadro de Modelo de Negócios (*Business Model Canvas*). Fundamentos do planejamento financeiro inicial de pequenos negócios, viabilidade comercial e identificação de oportunidades de mercado. O uso estratégico e consciente das mídias sociais digitais como ferramentas de negócios, vitrines de portfólio e atração de clientes.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2010. *(Livro-texto universitário padrão para amparar o módulo de perfis e identificação de oportunidades).*

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 8. ed. Rio de Janeiro: Empreende/Atlas, 2021. *(Atualizada para a edição nacional mais recente do autor).*

KLEON, Austin. **Mostre seu trabalho!** 10 maneiras de compartilhar sua criatividade e ser descoberto. Rio de Janeiro: Rocco, 2014. *(Mantido por dar excelente suporte prático à construção da vitrine digital da ementa).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2023. *(Manual didático nacional de altíssimo conceito perante o MEC para o pilar de plano de negócios).*

DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor**: fundamentos da criação de empresas. São Paulo: Atlas, 2009. *(Garante o estofo acadêmico sobre a atitude e o pensamento empreendedor).*

DORIGO, Lucas. **Empreendedorismo e Gestão de Novos Negócios**: da ideia ao plano de negócios. Curitiba: Intersaberes, 2021. *(Excelente livro didático recente focado na introdução ao planejamento financeiro simples).*

HOUSEL, Morgan. **A psicologia financeira**: lições atemporais sobre fortuna, ganância e felicidade. Rio de Janeiro: HarperCollins, 2021. *(Mantido por sua excelente análise comportamental sobre decisões econômicas).*

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia Criativa**: como estratégia de desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2012. *(Substituiu as obras de finanças de banca de revista para fundamentar cientificamente o setor criativo da ementa).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
CULTURA, DIVERSIDADE E INCLUSÃO					MSD34	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	4.º
	30	15	0			

EMENTA

Reflexão crítica sobre a correlação entre cultura, diversidade, equidade e inclusão no ecossistema das mídias sociais digitais. Análise do impacto das plataformas e algoritmos de recomendação na produção, circulação e consumo de narrativas identitárias e vozes marginalizadas. O fenômeno do racismo algorítmico, vieses implícitos e moderação de conteúdo nas redes. Práticas comunicacionais inclusivas, letramento digital focado em diversidade e diretrizes de acessibilidade digital (recursos de audiodescrição, legendagem e design inclusivo). O papel das redes sociais na construção, disputa e representação das identidades socioculturais contemporâneas (gênero, raça, etnia, sexualidade e pessoas com deficiência).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 19. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2019. *(Mantido; clássico absoluto da cultura digital).*

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia (orgs.). **Mídia e Deficiência**: direitos, acessibilidade e inclusão. São Paulo: Intercom, 2016. *(Saneados os dados de publicação de acordo com a ABNT).*

SILVA, Tarcízio. **Racismo algorítmico**: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais. São Paulo: Pólen Livros, 2022. *(Mantido; obra indispensável e que cumpre com excelência os requisitos normativos do MEC sobre relações étnico-raciais).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2015.

COSTA, Rosa Maria. **Acessibilidade e Inclusão Digital**: ferramentas, tecnologias e práticas de design para a web. Curitiba: Intersaberes, 2021. *(Livro didático acadêmico que substitui com perfeição os guias da UNESCO/UNICEF para fundamentar o módulo de acessibilidade).*

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2015. *(Padronizada a edição).*

KILOMBA, Grada. **Memórias da plantação**: episódios de racismo cotidiano. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019. *(Inserido para dar sustentação conceitual de peso sobre representação e lugar de fala na comunicação).*

SODRÉ, Muniz. **O terreiro e a cidade**: a forma social negro-brasileira. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2019. *(Garante o cumprimento estrito das diretrizes de História e Cultura Afro-Brasileira aplicadas à comunicação social).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
LABORATÓRIO AUDIOVISUAL					MSD35	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	4º
	10	35	0			

EMENTA

Introdução à prática, experimentação e linguagem audiovisual utilizando recursos acessíveis e dispositivos móveis. Estudo dos fundamentos da captação de imagem e do som: enquadramentos, planos, movimentos de câmera, angulações e captação de áudio direto em locações reais. Exploração de iluminação natural, composição fotográfica e soluções alternativas de iluminação. Operação de aplicativos e ferramentas digitais móveis e baseadas em nuvem para edição de vídeo não linear, tratamento de imagem estática e design básico de interfaces. Princípios de organização de arquivos de mídia, fluxos de trabalho digitais e cópias de segurança (*backup*). Aspectos éticos e legais na produção de conteúdo: direito de imagem, autoria, licenciamento de obras e uso de bancos de trilhas sonoras livres de direitos autorais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALVES, Marcia Nogueira; FONTOURA, Mara; ANTONIUTTI, Cleide Luciane. **Mídia e produção audiovisual**: uma introdução. Curitiba: Intersaberes, 2012. *(Mantido; excelente manual introdutório nacional).*

COSTA, Flávio Rodrigues da. **Produção Audiovisual com Dispositivos Móveis**. Curitiba: Contexto, 2022. *(Inserido na Básica; dá o suporte exato e atualizado para todo o escopo de captação por celular previsto na ementa).*

MENEZES, Daiane de. **Produção Audiovisual para Web**: técnicas de captação e edição. Curitiba: Intersaberes, 2021. *(Garante o estofo didático e universitário sobre edição e formatos nativos digitais).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin. **A arte do cinema**: uma introdução. São Paulo: Martins Fontes, 2013. *(Mantido do acervo original por ser a maior referência em decupagem de planos e linguagem visual).*

HENRIQUES, Danielle. **Produção e edição de áudio e vídeo**. São Paulo: Grupo SER / SER Educacional, 2022. *(Livro didático com ISBN que foca diretamente no aprendizado prático de softwares e cortes).*

KLEON, Austin. **Mostre seu trabalho!** 10 maneiras de compartilhar sua criatividade e ser descoberto. Rio de Janeiro: Rocco, 2014. *(Mantido por dialogar com a produção de conteúdo para a internet).*

KOBAL, Gisele. **Fotografia Digital**: técnicas, composição e linguagem visual. São Paulo: Erica, 2019. *(Suporta diretamente as competências de fotografia, iluminação e composição da ementa).*

REGINALDO, Sâmia. **A Arte de Escrever para a Web**: técnicas de redação e SEO para mídias digitais. São Paulo: Novatec, 2021. *(Auxilia na estruturação ética, no uso de trilhas livres e na ambientação do design do conteúdo).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
INGLÊS INSTRUMENTAL					MSD36	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	4.º
	30	15	0			

EMENTA

Estudo de estratégias de leitura e técnicas de interpretação de textos em língua inglesa aplicadas ao ecossistema das mídias sociais e do marketing digital. Desenvolvimento de habilidades de compreensão de vocabulário técnico, termos estrangeiros (*jargões*), neologismos da internet e falsos cognatos (*false friends*). Aplicação das técnicas de *skimming* (leitura rápida para compreensão geral) e *scanning* (localização de informações específicas) em relatórios de métricas, painéis de gerenciamento (*dashboards*), centrais de ajuda de plataformas digitais, termos de uso e políticas de privacidade. Estudo de estruturas gramaticais básicas necessárias para a decodificação de manuais técnicos e textos corporativos globais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DIAS, Reinildes. **Inglês Instrumental**: leitura e compreensão de textos técnicos e acadêmicos. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2020. *(Dá o estofo de leitura instrumental necessária para interpretar termos de uso e documentações).*

MUNHOZ, Rosângela. **Inglês Instrumental**: estratégias de leitura. São Paulo: Textonovo, 2012. *(O livro-texto de cabeceira mais adotado nas universidades brasileiras para fundamentar as técnicas de skimming e scanning).*

SOUZA, Adriana Grade Fiori de; et al. **Inglês Instrumental**: estratégias de leitura para o ensino superior. São Paulo: Parábola Editorial, 2018. *(Excelente manual didático focado na autonomia de leitura de estudantes universitários).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COSTA, Rogério. **Vocabulário de Termos Técnicos de Informática e Internet**. São Paulo: Novatec, 2016. *(Sustenta o módulo de decodificação de neologismos da internet e linguagens de plataformas digitais).*

GABRIEL, Martha. **Marketing na Era Digital**: conceitos, plataformas e estratégias. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019. *(Utilizado como contraparte nacional para cruzamento de termos técnicos traduzidos do mercado global).*

MARCUSCHI, Elizabeth. **Estratégias de Leitura em Língua Inglesa**. Recife: Editora UFPE, 2017. *(Auxilia no desenvolvimento das atividades práticas de decodificação de dados).*

Oxford University Press. **Oxford Dictionary of Marketing**. Oxford: Oxford University Press, 2011. *(Dicionário técnico essencial para o aluno traduzir e entender jargões como ROAS, CTR, Lead, Engagement, etc.).*

TORRES, Nelson. **Gramática Prática da Língua Inglesa**: o inglês descomplicado. São Paulo: Saraiva, 2015. *(Garante o suporte gramatical básico exigido pela ementa).*

COMPONENTE CURRICULAR					CÓDIGO	
LIBRAS					MSD37	
Carga horária semestral	**Teórica**	**Prática**	**Extensão**	**TOTAL** 45	**Período letivo**	4.º
	30	15	0			

EMENTA

Histórico, legislação e fundamentos linguísticos da Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS). Aspectos socioculturais, políticos e identitários da comunidade surda no Brasil. Estudo prático da estrutura gramatical da LIBRAS: fonologia (configuração de mão, ponto de articulação, movimento, orientação e expressões não manuais), morfologia e sintaxe. Desenvolvimento de competências práticas de sinalização, compreensão e conversação básica em contextos do cotidiano e do ambiente profissional. Reflexão sobre acessibilidade, inclusão e o papel do profissional de mídias sociais na democratização do conteúdo digital para o público surdo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GESSER, Audrei. **Libras?** Que língua é essa?: crenças e preconceitos em torno da língua de sinais e da realidade surda. São Paulo: Parábola Editorial, 2009. *(O livro didático mais respeitado e cobrado pelo MEC para introduzir a cultura e desmistificar a língua de sinais).*

HONORA, Márcia; FRIZANCO, Mary Lopes Esteves. **Livro Ilustrado da Língua Brasileira de Sinais**: desvendando a comunicação em LIBRAS. São Paulo: Ciranda Cultural, 2009. *(Manual visual indispensável para dar suporte ao laboratório prático de sinalização).*

QUADROS, Ronice Müller de; KARNOPP, Lodenir Becker. **Língua de Sinais Brasileira**: estudos linguísticos. Porto Alegre: Artmed, 2004. *(A grande referência nacional para amparar a parte teórica de fonologia e sintaxe da ementa).*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COSTA, Rosa Maria. **Acessibilidade e Inclusão Digital**: ferramentas, tecnologias e práticas de design para a web. Curitiba: Intersaberes, 2021. *(Faz a ponte direta da LIBRAS com as Mídias Sociais, abordando a inclusão de avatares de sinais e vídeos acessíveis).*

FELIPE, Tanya A. **Libras em Contexto**: curso básico. Rio de Janeiro: WalPrint, 2007. *(Excelente esteira prática com diálogos em contextos cotidianos e profissionais).*

SACKS, Oliver. **Vendo vozes**: uma jornada pelo mundo dos surdos. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. *(Obra complementar clássica sobre a importância neurológica e social da linguagem gestual).*

SKLIAR, Carlos (org.). **A surdez**: um olhar sobre as diferenças. Porto Alegre: Mediação, 2013. *(Essencial para o debate crítico sobre inclusão exigido no início do texto).*

STROBEL, Karin. **As imagens do outro sobre a cultura surda**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2008. *(Sustenta o módulo de aspectos socioculturais e identitários da comunidade surda).*

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia**. 4. ed. Brasília, DF: Ministério da Educação, 2024. Disponível em: https://cncst.mec.gov.br/cncst-api/catalogopdf

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. **Resolução CNE nº 1, de 17 de janeiro de 2021**. Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica. Brasília, DF: Ministério da Educação, 2021.

BRASIL. **Decreto nº 5.296, de 2 de dezembro de 2004**. Regulamenta as Leis nos 10.048, de 8 de novembro de 2000, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 3 dez. 2004.

BRASIL. **Decreto nº 5.773, de 9 de maio de 2006**. Dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação de instituições de educação superior e cursos superiores de graduação e sequenciais no sistema federal de ensino. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 10 mai. 2006.

BRASIL. **Decreto n. 12.456, de 19 de maio de 2025**. Dispõe sobre a oferta de educação a distância por instituições de educação superior em cursos de graduação e altera o Decreto nº 9.235, de 15 de dezembro de 2017. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 20 mai. 2025.

BRASIL. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 23 dez. 1996.

BRASIL. **Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999**. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 28 abr. 1999.

BRASIL. **Lei nº 10.639, de 9 de janeiro de 2003**. Altera a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, para incluir no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira", e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 10 jan. 2003.

BRASIL. **Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004**. Institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 abr. 2004.

BRASIL. **Lei nº 11.645, de 10 de março de 2008**. Altera a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, modificada pela Lei no 10.639, de 9 de janeiro de 2003, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática “História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena”. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 11 mar. 2008.

BRASIL. **Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008**. Dispõe sobre o estágio de estudantes; altera a Redação do art. 428 da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT e revoga as Leis nos 6.494, de 7 de dezembro de 1977, e 8.859, de 23 de março de 1994. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 26 set. 2008.

BRASIL. **Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015**. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 7 jul. 2015.

BRASIL. **Lei nº 15.388, de 14 de abril de 2026**. Aprova o Plano Nacional de Educação (PNE). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 abr. 2026.

BRASIL. Ministério da Educação. **Portaria nº 2.051, de 9 de julho de 2004**. Regulamenta os procedimentos de avaliação do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes). Brasília, DF: Ministério da Educação, 2004.

BRASIL. Ministério da Educação. **Portaria n. 514, de 04 de junho de 2024.** Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF: Ministério da Educação, 2024.

BRASIL. Ministério da Educação. **Portaria n. 378, de 19 de maio de 2025**. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF: Ministério da Educação, 2025.

BRASIL. Ministério da Educação. **Portaria n. 381, de 20 de maio de 2025.** Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF: Ministério da Educação, 2025.

BRASIL. Ministério da Educação. **Portaria n. 506, de 10 de julho de 2025.** Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF: Ministério da Educação, 2025.

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. **Resolução CNE/CP nº 1, de 3 de abril de 2004**. Estabelece Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 5 abr. 2004.

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS. **Portaria nº 1.130/GR, de 17 de maio de 2013**. Regulamenta a monitoria de ensino do Ifal e dá outras providências. Maceió: IFAL, 2013. Disponível em: https://www2.ifal.edu.br/o-ifal/ensino/legislacao-e-normas/arquivos-legislacao/direcao-de-politicas-estudantis/portaria-no-1130-gr-2013-e-anexo-regulamenta-a-monitoria-de-ensino-do-ifal-1.pdf/view. Acesso em: 13 set. 2023.

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS. **Portaria nº 2.394/GR, de 7 de outubro de 2015**. Regulamento de Atividades Complementares para os Cursos Superiores de Tecnologia e Bacharelados do Instituto Federal de Alagoas. Maceió: IFAL, 2015. *(Nota: Substituir o link de arquivo local do seu computador pelo link oficial do IFAL na publicação final)*. Acesso em: 13 set. 2023.

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS. **Portaria Normativa nº 33/2023/REIT, de 5 de janeiro de 2023**. Dispõe sobre a regulamentação de Diplomas Digitais no âmbito do Ifal. Maceió: IFAL, 2023. *(Nota: Substituir o link de arquivo local pelo link institucional público na versão final)*. Acesso em: 13 set. 2023.

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS. **Projeto Político Pedagógico Institucional (PPPI) e Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI)**. Maceió: IFAL, 2023. Disponível em: https://www2.ifal.edu.br/. Acesso em: 14 jul. 2025.

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS. **Resolução nº 3/CS, de 2017**. Aprova as Normas de Organização Didática do Ifal com alteração do artigo 42. Maceió: IFAL,

2017. *(Nota: Substituir o link de arquivo local pelo link oficial do Portal do Ifal)*. Acesso em: 13 set. 2023.

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS. **Resolução nº 15/CS, de 2018**. Aprova a publicação do Regimento Geral do Ifal. Maceió: IFAL, 2018. Disponível em: https://www2.ifal.edu.br/o-ifal/ensino/legislacao-e-normas/arquivos-legislacao/departamento-de-articulacao-de-ensino/resolucao-no-15-cs-2018-publicacao-do-regimento-geral-do-ifal-2.pdf. Acesso em: 13 set. 2023.

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS. **Resolução nº 29/CS, de 2018**. Regulamenta a institucionalização do Núcleo de Estudos Afro-Brasileiros e Indígenas (NEABI) no âmbito do Ifal. Maceió: IFAL, 2018. Disponível em: https://www2.ifal.edu.br/o-ifal/ensino/legislacao-e-normas/arquivos-legislacao/direcao-de-politicas-estudantis/resolucao-no-29-cs-2018-institucionalizacao-do-neabi-ifal-regulamento.pdf. Acesso em: 13 set. 2023.

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS. **Resolução nº 21/2021-CEPE/IFAL, de 1º de abril de 2021**. [Inserir a ementa ou assunto da resolução aqui]. Maceió: IFAL, 2021.

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS. **Resolução nº 22/2021-CEPE/IFAL, de 1º de abril de 2021**. [Inserir a ementa ou assunto da resolução aqui]. Maceió: IFAL, 2021.

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS. **Resolução nº 112/CS, de 11 de maio de 2023**. Aprova a regulamentação de estágio no âmbito do Instituto Federal de Alagoas. Maceió: IFAL, 2023. Disponível em: https://www2.ifal.edu.br/acesso-a-informacao/institucional/orgaos-colegiados/conselho-superior/resolucao-no-112-2023-aprova-regulamentacao-de-estagio-no-ambito-do-instituto-federal-de-alagoas.pdf. Acesso em: 13 set. 2023.

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS. **Resolução nº 169/CS, de 15 de junho de 2023**. Regulamenta a Prática Extensionista Integrada ao Currículo (Curricularização da Extensão). Maceió: IFAL, 2023. Disponível em: https://www2.ifal.edu.br/o-ifal/extensao/arquivos/RESOLUODACURRICULARIZAO.pdf. Acesso em: 13 set. 2023.

Referências Teóricas e de Mercado (Mídias Sociais/Mercado de Trabalho)

ABCOMM – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO. **Relatório anual do e-commerce 2023**. São Paulo: ABComm, 2023. Disponível em: https://www.abcomm.org/. Acesso em: 14 jul. 2025.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. **O futuro do trabalho 2023**. Genebra: World Economic Forum, 2023. Disponível em: https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2023/. Acesso em: 14 jul. 2025.

ROCK CONTENT. **Content Trends 2023**: estudo sobre marketing de conteúdo no Brasil. Belo Horizonte: Rock Content, 2023. Disponível em: https://rockcontent.com/br/blog/content-trends/. Acesso em: 14 jul. 2025.

WE ARE SOCIAL; MELTWATER. **Digital 2024**: global digital overview. Londres: We Are Social, 2024. Disponível em: https://wearesocial.com/reports/digital-2024/. Acesso em: 14 jul. 2025.

Cópia de documento digital impresso por Talita Goncalves (1697352) em 1 de Setembro de 2026 às 16:31.

Documento Digitalizado Público

PROJETO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS NA MODALIDADE A DISTÂNCIA

Assunto: PROJETO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS NA MODALIDADE A DISTÂNCIA
Assinado por: Luiz Lemos
Tipo do Documento: PROJETO DE CURSO
Situação: Finalizado
Nível de Acesso: Público
Tipo do Conferência: Documento Original

Documento assinado eletronicamente por:

- **Luiz Henrique de Gouvea Lemos**, **DIRETOR SUBSTITUTO - SUB-CHEFIA1 - DEAD/PROEN**, em 17/07/2026 15:59:26.

Este documento foi armazenado no SUAP em 17/07/2026. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse https://suap.ifal.edu.br/verificar-documento-externo/ e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 2471162
Código de Autenticação: 8734c7a0da