

PROJETO DE CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU

MBA EM REDES SOCIAIS

Área: Comunicação

Modalidade: EAD (a distância)

Apresentação do curso:

Com a globalização e o fácil acesso à internet um número significativo de consumidores transita pelas redes sociais e planejam suas ações pelas informações ali obtidas. Dados apontam que mídias do meio digital vêm ampliando seu número de acessos. O Facebook, por exemplo, possui quase dois bilhões de usuários. O Twitter, outra ferramenta social, conta com 750 milhões de cadastros feitos desde 2006. Assim, é mais do que necessário criar oportunidades de capacitação de profissionais nesse segmento mercadológico.

Saber como criar valor a partir das redes sociais tornou-se uma competência fundamental para todos os profissionais. As Redes Sociais não são apenas um modismo – vieram pra ficar, pois possibilitam com eficácia ouvir as pessoas num canal de comunicação. A internet deixou de ser apenas um canal de comunicação e distribuição, de importância inegável para a maioria das marcas e passou a ser o ponto de encontro e de partilha. Um novo espaço social, à escala global. É neste contexto que as marcas procuram respostas às novas questões. Como criar valor numa nova dimensão social, onde a publicidade tradicional não é bem acolhida, e cada vez menos eficaz? Como podem as marcas dialogar com os seus consumidores, numa conversa que é liderada e controlada por eles próprios? E como se pode articular um meio disruptivo e inovador, com a visão ainda industrializada da maioria das organizações? Estas e outras questões são o ponto de partida para o MBA em Redes Sociais. Um curso que assegura aos seus alunos a aquisição das técnicas de comunicação e marketing mais relevantes e eficazes para criar marcas mais fortes nas redes sociais.

Objetivos:

- ✓ Proporcionar ao aluno conhecimento a respeito da comunicação, marketing, ambiente virtual e redes sociais web, seus papéis, suas principais ferramentas e características, de forma a promover uma nova forma de relacionamento, de geração e de desenvolvimento dos negócios.
- ✓ Capacitar o cursista para que gere valor em sua área de atuação profissional, seja na empresa onde atua, seja em sua carreira.

Proporcionar aos participantes uma visão geral sobre o Marketing e Redes Sociais Web, mostrando como os meios digitais estão alterando as abordagens tradicionais do marketing.

Desenvolver nos alunos uma visão integrada e inovadora do Marketing Digital.

Apresentar ao aluno a versatilidade e importância do Marketing Digital na construção e posicionamento de marcas, produtos e serviços.

Proporcionar ao aluno pleno conhecimento a respeito das Redes Sociais Web, seus papéis, suas principais ferramentas e características, de forma a promover uma nova forma de relacionamento, de geração e desenvolvimento dos negócios.

Desenvolver habilidades pessoais em comunicação, planejamento e liderança.

Público-alvo:

Portadores de diplomas de graduação, emitidos por entidades reconhecidas pelo MEC, que atuem ou tenham interesse em Redes Sociais Web..

Organização curricular:

DISCIPLINAS	CARGA HORARIA
VISÃO ESTRATÉGICA	40 h
FERRAMENTAS DA QUALIDADE E GESTÃO POR PROCESSOS	40 h
VISAO HUMANISTA	40 h
GESTAO ESTRATEGICA PARA NEGOCIOS DIGITAIS	40 h
DIDATICA E METODOLOGIA EM CURSOS SUPERIORES	20 h
REDES SOCIAIS	40 h
WEB MARKETING	40 h
MARKETING DE RELACIONAMENTO NA WEB	40 h
REDES SOCIAIS WEB E MARKETING DIGITAL	40 h
SEGURANÇA E AUDITORIA DE SISTEMAS	40 h
AVALIAÇÃO FINAL	20 h
TOTAL DAS DISCIPLINAS	420 h

Ementas:

DIDATICA DO ENSINO SUPERIOR

EMENTA: O professor do ensino superior e a legislação; A relação professor-aluno e a construção da afetividade no processo de ensino aprendizagem; planejar as aulas; Exemplo de plano de ensino; Procedimentos de ensino; Apresentação do grupo; Apresentação de idéias; Aula expositiva; Debate

Ensino com pesquisa; Estudo de caso; Estudo dirigido; Seminário; Grupo de verbalização e grupo de observação (GVGO); Grupos de oposição; avaliar a aprendizagem do aluno.

VISÃO ESTRATÉGICA

EMENTA: Conhecimento dos conceitos e do processo do planejamento estratégico; Visão ampla de empreendedorismo interno e externo e elaboração de um business plan.

VISÃO HUMANISTA

EMENTA: Os aspectos humanos da estrutura do negócio, envolvendo liderança, motivação e relações interpessoais na equipe. A humanidade ante a mudança tecnológica.

GESTÃO ESTRATÉGICA PARA NEGÓCIOS DIGITAIS

EMENTA: Gestão Estratégica. Marketing Digital. Negócios digitais. Estudos de Caso.

REDES SOCIAIS

EMENTA: História das Redes Sociais; Redes sociais: conceito e tipos; O poder das redes sociais na internet; Redes Sociais no Brasil; Influência das Redes Sociais na imagem corporativa; Globalização e Redes Sociais. Redes Sociais e sua relação com publicidade e propaganda, relações públicas e jornalismo. Principais redes sociais. Articulação entre as Redes Sociais e os Meios Tradicionais. Comparação entre as diferentes interfaces e sua funcionalidade. Análise Crítica. As redes sociais e os movimentos do eu e do coletivo. teóricas e práticas, elaboração de instrumentos avaliativos.

WEBMARKETING

EMENTA: O mundo on-line. Cenários de pesquisa na Internet; Como funcionam as ferramentas de busca? Principais ferramentas de busca; marketing viral; • Redes Sociais e Search Engine Optimization (SEO); Campanhas de branding. de promoção e de comunicação interna. Elementos para planejamento de campanhas utilizando sites de redes sociais. Inbound Marketing. Marketing de conteúdo.

MARKETING DE RELACIONAMENTO NA WEB

EMENTA: O comportamento do consumidor on-line; Importância do marketing de busca; Como promover relacionamento e colaboração. Conceitos de marketing de relacionamento. Uso de celebridades no marketing de relacionamento. Fidelização de marca. A celebridade como marca.

REDES SOCIAIS WEBE MARKETING DIGITAL

EMENTA: A evolução do marketing em redes sociais. Fundamentos de relacionamento social no marketing. Redes sociais e a comercialização de produtos. E-commerce, publicidade online e acesso a redes privadas. Tipos de redes sociais na Internet. Categorização de sites de redes sociais. Fluxo de informação online. Comportamento do usuário em redes sociais da Internet. Estatísticas.

SEGURANÇA E AUDITORIA DE SISTEMAS

EMENTA: Conceitos básicos de Segurança e Auditoria da Tecnologia da Informação, com destaques para: Segurança Lógica, Segurança Física, Segurança Ambiental, Política de Segurança, Continuidade Operacional, Planos de Contingência, Acesso Lógico, Controle de Acesso, Pontos de Controle. Importância e o valor das informações como um ativo de qualquer organização, entidade, órgão ou indivíduo. Facilitar o desenvolvimento da capacidade de reconhecer riscos e ameaças aos ativos de T.I. Apresentar soluções e medidas preventivas e corretivas para eliminar, corrigir ou defender os ativos contra as referidas ameaças. Análise de crédito. Formas de cobrança e recuperação do crédito. Controle da inadimplência. Relacionamento com organismos de controle de crédito.

Metodologia e avaliação:

A construção da aprendizagem se dá por meio da nossa plataforma do aluno, onde o aluno encontrará todo o apoio acadêmico:

- ✓ Vídeo-chat;
- ✓ Chat;
- ✓ Sala de aula/Cronograma;
- ✓ Notas e faltas;
- ✓ Material de estudos;
- ✓ Financeiro;
- ✓ Ocorrências;
- ✓ Publicações do estudante;
- ✓ Correio Eletrônico;
- ✓ Secretaria Virtual;
- ✓ Avaliação final.

Avaliação final: No final do curso o aluno realizará uma Avaliação contendo 30 questões objetivas por meio do Portal do Aluno. Essa avaliação aborda de maneira resumida, todo o conteúdo aplicado ao longo do curso, e possui como principal objetivo certificar a evolução do aluno. A prova pode ser realizada em qualquer lugar, havendo controle através de reconhecimento facial do aluno durante sua realização.

A data será informada por meio do cronograma disponível no portal do aluno e para obter aprovação o discente deverá obter nota igual ou superior a 7,00 (sete).

Após a aprovação em todas as disciplinas e na Avaliação Final, o aluno poderá solicitar, também no Portal do Aluno, seu Certificado.

Corpo docente*:

DOCENTE	TITULAÇÃO
Raul Fonseca (<i>Coordenação</i>)	Mestre
Paulo Renato Lima	Mestre
Cristiane Maldonado Dos Santos Gouget	Mestra
Claudia Hofart Guzzo	Mestra

*Sujeito a alterações

Certificação:

Credenciado pelo Decreto de 24 de novembro de 1997, publicado no Diário Oficial da União de 25 de novembro de 1997; reconhecido pela Portaria nº. 505, de junho de 2015, publicada no Diário Oficial da União de 05 de junho de 2015.

Credenciado para oferecimento de cursos na modalidade à distância pela Portaria nº 1.109 de 27 de novembro de 2015, publicada no Diário Oficial da União em 30 de novembro de 2015.