



## Objetivo Geral:

Aprimorar e habilitar profissionais para atuar na concepção de produtos e serviços digitais que produzam experiências relevantes para seus usuários. O curso discute e leva à prática conceitos, ferramentas e processos do UX Design, do Branding e do Marketing Digital voltados a elaboração de ações estratégicas para plataformas digitais.

## Objetivos Específicos:

Desenvolver uma visão sistêmica sobre experiência do usuário em plataformas digitais.

Facilitar a compreensão sobre o UX design, o Branding e o Marketing Digital visando a produção de experiências relevantes em plataformas digitais.

Projetar experiências em plataformas digitais por meio do UX Design.

## Público-Alvo:

O curso é voltado para profissionais e empreendedores das mais diversas áreas de atuação interessados em dominar as competências, habilidades e ferramentas necessárias para projetar experiências relevantes para os usuários de produtos e serviços digitais. O curso destina-se, principalmente, aos profissionais e empreendedores que atuam ou pretendem atuar nas áreas de Design, Tecnologia da Informação, Comunicação, Publicidade e Propaganda, Marketing, Administração, Comercial, Recursos Humanos e Gestão.



## Matriz Curricular:

Track Comum (36h)	Track UX Design (108h)	Track Marketing Digital (108h)	Track Branding (108h)
Cinco ponto zero (12h)	Experiência do Usuário (12h)	Comportamento do consumidor on-line (24h)	Branding, Propósito e Impacto (24h)
Seminário de Integração dos Projetos (24h)	User Research (24h)	Estratégias para Redes e Mídias Sociais (24h)	Estratégias e Diferenciação de Marca (24h)
	Arquitetura da Informação e Design de Interação (24h)	Search Engine Marketing e Optimization (24h)	Posicionamento de Marcas (24h)
	Design Sprint (12h)	Liderança e Cultura Digital (12h)	Psicologia de Marcas (12h)
	Usabilidade e Interface (12h)	CRM, BI & Analytics (12h)	Marcas e Diversidade (12h)
	Prototipação e Testes de Usabilidade (12h)	Laboratório de Marketing Digital (12h)	Laboratório de Branding (12h)
	Laboratório de UX Design (12h)		

Horas Totais	360h
--------------	------



## Conteúdo Programático:

O curso de Especialização em Experiência do Usuário e Plataformas Digitais atende as demandas atuais de transformações dos negócios em meio digital. Com uma abordagem contemporânea que relaciona o UX Design, o Branding e o Marketing Digital, ele é voltado para a produção de experiências relevantes para usuários em plataformas digitais a partir do entendimento e mapeamento do ecossistema do usuário bem como da utilização de processos ágeis para a proposição de produtos, serviços e negócios inovadores em plataformas digitais. O curso permite a vivência de experiências de aprendizado sobre User Research, Design Sprint, Arquitetura da Informação e Design de Interação, Comportamento do Consumidor on-Line, Estratégias para Redes e Mídias Sociais, Estratégias e Diferenciação de Marca, entre outras.

O curso conta com professores de mais alta qualificação, de instituições de ensino em nível nacional. As aulas valorizam os aspectos multidisciplinares do design e da comunicação e possibilitam a vivência prática dos conceitos trabalhados, unindo o pensamento criativo, os métodos e a visão empreendedora para desenvolver projetos e negócios inovadores e que produzem experiências relevantes para seus usuários. A vivência com diferentes profissionais de áreas diferentes permite a construção de um networking valioso entre os estudantes.

As pilulas do conhecimento que compõem a estrutura curricular têm como princípio a formação completa do aluno e, por conta disso, o curso está dividido em quatro eixos do conhecimento devidamente nomeados de Tracks, sendo estes:

**Track Comum** - O objetivo é introduzir os temas gerais do curso bem como concentrar as atividades interdisciplinares que concernem o escopo geral do curso.

**Track UX Design** - O objetivo principal é capacitar o profissional ao desenvolvimento de estratégias para garantir a melhor experiência possível ao usuário nos ambientes on e off line, por meio de processos e métodos de gestão eficiente.

**Track Marketing Digital** - O objetivo desta Track é capacitar o profissional a mediar as relações nas redes e, sobretudo, entender o movimento e o comportamento dos diversos tipos de consumidores visando a elaboração de estratégias focadas em resultado.

**Track Branding** - O objetivo é capacitar profissionais a atuar no branding, na criação e gestão estratégica de marcas, tendo em vista os diferentes aspectos da marca e as diferentes interações que são constituídas entre as marcas e as pessoas.



## Ementas

### Track Comum

**Pílula:** Cibercultura e Novas Mídias

**CH:** 12h

**Ementa:** Discussão teórica sobre conceitos de cibercultura, hipermídia e novas mídias. Evolução histórica, características e aplicações das diferentes mídias no campo do design. Multiplataformas de mídias digitais. Novas mídias e processos interativos.

**Pílula:** Seminário de Integração dos Projetos

**CH:** 24h

**Ementa:** A disciplina visa a estruturação, a socialização e a avaliação das soluções para problemas correlatos à área do Curso, relacionando a teoria e a prática nos projetos desenvolvidos durante todo o curso.

---

### Track UX Design

**Pílula:** Experiência do Usuário

**CH:** 12h

**Ementa:** Conceitos teóricos sobre a experiência do usuário. Design Centrado no Usuário. Relações entre UX e Interação Humano-Computador. Aplicações do UX.

**Pílula:** User Research

**CH:** 24h

**Ementa:** Métodos, técnicas e ferramentas de pesquisa com usuários, da coleta à análise dos dados. Empatia e alteridade Etnografia Convencional e Digital. Mapa de experiência e objetivos do usuário. Construção de Personas. Identificação das necessidades e estabelecimento de requisitos dos usuários.

**Pílula:** Arquitetura da Informação e Design de Interação

**CH:** 24h

**Ementa:** Conceito de informação e navegação no meio digital interativo. Fundamentos teóricos da Interação Humano Computador. Processos de design da interação. O projeto da interação. Avaliação de sistemas interativos. Conceitos sobre Arquitetura da Informação. Metodologias, ferramentas e entregáveis de Arquitetura da Informação: escopo e funcionalidade, rotulações e técnicas de navegação. Wireframing. Tangibilização e viabilização da experiência do usuário na construção da interação.

**Pílula:** Prototipação e Testes de Usabilidade

**CH:** 12h



**Ementa:** Métodos, técnicas e ferramentas de prototipação e validação com os usuários. Protótipos de baixa e alta fidelidade. MVP. Métricas de usabilidade. Testes de usabilidade.

**Pílula:** Design Sprint

**CH:** 12h

**Ementa:** Métodos ágeis de projeto. Fundamentos do Design Sprint. O processo do Design Sprint. Projetar experiências com Design Sprint. Ferramentas e técnicas para métodos ágeis.

**Pílula:** Usabilidade e Interface

**CH:** 12h

**Ementa:** Definição e caracterização das interfaces digitais. A relação da interface, a usabilidade e a experiência do usuário. Processos, métodos e técnicas para o desenvolvimento de interfaces. Ergonomia visual e Layout. Design System e Design Patterns. Cores em interfaces. Componentes da Interface. Tipografia. Boas práticas no projeto da interface.

**Pílula:** Laboratório de UX Design

**CH:** 12h

**Ementa:** Laboratório de práticas de UX Design usando a metodologia de Aprendizagem Baseada em Projeto que alia a teoria à prática com o projeto de solução de um problema real.

---

## Track Marketing Digital

**Pílula:** Comportamento do Consumidor on-Line

**CH:** 24h

**Ementa:** Estrutura do comportamento de compra do consumidor on line. Jornada de compras. Funil de vendas. Fatores de influência do comportamento e determinantes. Influências ambientais (situacionais, sociais e culturais) e processos decisórios do consumidor on-line. Aspectos psicológicos de engajamento.

**Pílula:** Search Engine Marketing e Optimization

**CH:** 24h

**Ementa:** Entendendo os Buscadores. Sistemas de classificação. Técnicas de buscas avançadas. Desenvolver um plano de SEO para tráfego, branding e venda. Arquitetura de SEO e SEM para novos sites e para sites existentes. Ferramentas para SEO e SEM.

**Pílula:** Liderança e Cultura Digital

**CH:** 12h

**Ementa:** Liderança como elemento central da cultura da empresa. Cultura digital. Cultura organizacional na era digital. Liderança em cenários de constante mudanças e



paradoxos. Liderança na era das competências e seu papel na cultura digital. Motivação como ferramenta da liderança. Liderança e sucesso.

**Pílula:** CRM, BI & Analytics

**CH:** 12h

**Ementa:** Sistemas de Informação Pessoais, de Grupos e Corporativos; Administração de Sistemas de Informação; Sistemas de Informação Gerenciais; Sistemas de Apoio à Decisão; Aplicações de Sistemas de Informação. Ferramentas para Web Analytics. Participação nas vendas; Margem de Contribuição; Hábitos e processos de coleta, organização, análise e monitoração de clientes.

**Pílula:** Estratégias para Redes e Mídias Sociais

**CH:** 24h

**Ementa:** Redes de relacionamento. Marketing de conteúdo; Fundamentos das mídias sociais; Marketing de busca, conversão e performance; Mídias sociais e nichos digitais. Ferramentas estratégicas avançadas para Mídias sociais.

**Pílula:** Laboratório de Marketing Digital

**CH:** 12h

**Ementa:** Laboratório de práticas de Marketing Digital usando a metodologia de Aprendizagem Baseada em Projeto que alia a teoria à prática com o projeto de solução de um problema real.

---

## Track Branding

**Pílula:** Branding, Propósito e Impacto

**CH:** 24h

**Ementa:** Historicidade dos conceitos de marca. Compreendendo todos os pontos de contato da marca com seus stakeholders. Construção do Brand equity para geração de impacto. Arquitetura e extensão de marcas. Desenvolvimento de vantagens competitivas. Definição de propósito.

**Pílula:** Estratégias e Diferenciação de Marca

**CH:** 24h

**Ementa:** Conceitos e abordagens de estratégia. Vantagem competitiva sustentável e suas métricas. As noções de atratividade e de competitividade. Estratégias de diferenciação. propósito, missão, visão e core-values. Formas de controle das estratégias.

**Pílula:** Posicionamento de Marcas

**CH:** 24h

**Ementa:** Posicionamento Estratégico. Técnicas e ferramentas de construção e análise de posicionamento. Táticas e estratégias de posicionamento de marcas.

**Pílula:** Psicologia de Marcas

**CH:** 12h

# user experience e plataformas digitais



**Ementa:** Tipologia do Comportamento do Consumidor. Fases do processo de decisão de compra. Variáveis das influências psicológicas nas relações de consumo (Percepção, Atitudes, Aprendizagem, Motivação, Personalidade). Arquétipos, suas influências e variáveis.

**Pílula:** Marcas e Diversidade

**CH:** 12h

**Ementa:** Relações de gênero e diversidades culturais, sexuais e de raça. Marcos de diversidade cultural (gênero, sexo e raça) na produção de conteúdo de marcas. Marcas fortes e diversidade: análise interdisciplinar.

**Pílula:** Laboratório de Branding

**CH:** 12h

**Ementa:** Laboratório de práticas de Branding usando a metodologia de Aprendizagem Baseada em Projeto que alia a teoria à prática com o projeto de solução de um problema real.



## Corpo Docente:

### Mateus Vilela, Dr.

(Linkedin) Doutor em Comunicação Social, pela PUCRS, com parte da formação realizada na Universidade do Minho, Portugal, o maior centro de comunicação da Europa. Mestre em Comunicação Social, pela PUCRS, e Designer gráfico, pela UFPel, universidade brasileira com o terceiro melhor curso na área. Parte da formação universitária foi realizada no Instituto politécnico de Bragança, Portugal, reconhecido como maior instituto politécnico de Portugal. É autor dos livros "Televisão, literatura e mídias sociais: sociabilidade, convergências e pós-modernidade", de 2019, e "Televisão Digital Brasileira: Um estudo sobre processos comunicativos e avanços tecnológicos", de 2013. Além disso, organizador de "Redes e convergências", de 2007, "Redes e convergências: telas, interações e conectividades", de 2018, e "Conexões digitais e convergentes: sentidos, afeto e cultura", de 2019. Soma-se ainda 17 artigos publicados em periódicos e 7 capítulos de livros.

### Henrique Stopassoli, Esp.

Graduado em Design pela Faculdade SATC e pós-graduado em Design de interação. Possui 8 anos de experiência em projetos de design digital tendo como principal foco a área de UX e front-end design. Já facilitou cursos de Teste de Usabilidade e UX Design pela UI Lab tanto presencialmente quanto online em parceria com grandes empresas como Warren, Quero educação e Loft. Co-fundador da Stoika, uma consultoria de Design especializada em atender grandes empresas e startups do Brasil e do exterior.

### Willian Matiola, Esp.

Graduado em Design pela Faculdade SATC e pós-graduando em Neurociências e Comportamento pela PUCRS. Trabalha há mais de 10 anos com projetos de interfaces digitais para múltiplas plataformas e já atuou em empresas como Philips Clinics Division Blumenau, Homeyou (Boston - MA) e Organizze. Natural de Içara, é co-fundador da UI Lab e da Choco La design, dois grandes projetos de fomento e ensino de Design no Brasil. Além disso, atua como Local Leader do capítulo de Criciúma do IxDA (Interaction Design Association) promovendo encontros e atividades com foco na área de Design de Interação. Também é co-fundador da Stoika, uma consultoria de Design especializada em atender grandes empresas e startups do Brasil e do exterior.

### Davi Denardi, Me.

Pesquisador e consultor em experiência do usuário (UX), Usabilidade e Design. Professor nos cursos de graduação e pós-graduação em tecnologias aplicadas e comunicação digital da Faculdade Satc. Cofundador e colaborador do Laboratório de Orientação em Design (LOD) da Faculdade Satc. É mestre em Design pela UDESC e doutorando em Design pela UFRGS.

### Kerley Winques, Dr.



Kérley Winques é doutora e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJOR/UFSC). Pesquisadora do Núcleo de Estudos e Produção Hiperâmídia Aplicados ao Jornalismo (NEPHI-Jor), inserido no Grupo de Pesquisa Hiperâmídia e Linguagem, vinculado ao CNPq. Professora nos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Sistemas para Internet da Faculdade Ielusc, de Joinville (SC).

Tem experiência de pesquisa nos seguintes temas: jornalismo digital; produção multimídia; mediações algorítmicas; plataformas digitais; circulação, consumo e recepção; produção e circulação de sentidos.

### **Diego Piovesan, Dr.**

Diego Piovesan Medeiros é Formado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (Unisul), Mestre em Design (UFRGS) e Doutor em Design (UFSC). Professor e Pesquisador nos cursos de Design e Comunicação na Faculdade Satc em Criciúma/SC. Consultor Estratégico e Criativo na Metoludi atuando na construção de ferramentas criativas para inovação e gestão de marcas.

### **Daniel Padilha, Dr.**

Consultor e estrategista de marca para startups e empresas emergentes. Especialista em conectar marcas e pessoas em projetos transdisciplinares. Idealizador do The Ugly Lab – Laboratório de Inovação e Aprendizagem. Possui especialidade em criação, estratégia, gestão de marcas e educação. Co-produz e trabalha ativamente com novas metodologias e ferramentas para facilitar a autonomia do Branding em aceleradoras e incubadoras pelo Brasil. Tem atuado no desenvolvimento de novos modelos de negócios que unem inovação, tendências e futurismo. É MBA em Branding pela Faculdade Integrada Rio Branco e bacharel em Design com ênfase em Design Digital pelo Centro Universitário Ibero-Americano.

### **Joanna Búrigo, Me.**

Joanna Burigo é fundadora da Casa da Mãe Joanna – Comunicação e Educação Feminista sobre Gênero. Atuou no mercado de publicidade e marketing no Brasil e no Reino Unido, onde também trabalhou como professora. Cofundadora do Guerreiras Project e Gender Hub, e coordenadora pedagógica da Emancipa Mulher, vem se dedicando a projetos feministas desde que completou seu mestrado em Gênero Mídia e Cultura pela London School of Economics. Joanna também edita e organiza livros pela Editora Zouk. Seus textos podem ser encontrados em Carta Capital, The Intercept Brasil e HuffPost, entre outros.

### **Gutemberg Alves Geraldês Jr, Dr.**

Possui Doutorado em Ciências da Linguagem, pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL-2014); Mestrado em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL-2007); Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Tiradentes (UNIT-2002). Atua na área de Marketing e Projetos Publicitários e Culturais. É professor titular da UNISATC, onde coordena o Curso de Publicidade e Propaganda. Orienta pesquisas nas áreas de literatura, artes visuais, estética e mídias. Participa do Grupo de Pesquisa: "Linguagem, Estética e processos culturais" (UNISUL); Projeto de Pesquisa: "Identidades e Migrações" (UNISUL) e do Grupo de Estudo em Comunicação e Design - GECED (UNISATC).

**Fernando Webster, Esp.**

Especialista em Marketing Estratégico pela FASC, Gestor de Pessoas pela UNESCO. Atuou em grandes empresas da região, como Grupo RBS, NSC Comunicação, Damyller, Grupo Catarinense de Rádios e Resultados Digitais. Atualmente é Consultor de novos negócios na Clipescola, empresa focada na comunicação entre pais e escola. É sócio da Uma Firma, agência de marketing digital sediada em Florianópolis, empreendedor digital co-founder da Men-bro.

**Gabriela Pereira, Esp.**

Sou uma privilegiada por fazer o que amo. Me permito ser uma eterna aprendiz de marketing e comunicação. Sou uma curiosa digital, uma observadora de comportamento de consumo e não consumo. Uma traça de livros. Gosto de compartilhar, acredito que a tua cultura amplia a minha. A pintura e poesia me emocionam. Já quis ser mágica, artista plástica e filósofa. Mas resolvi ser tudo isso de uma forma diferente. Minha atuação em mais de 15 anos no mercado de comunicação social permitiu ampliar a bagagem em estratégias de comunicação interna e externa, planejamento e execução de eventos e exposições, negociações, direcionamento de projetos gráficos como catálogos, revistas e PDV. Voltados para a experiência do cliente, desenvolvi plano de relacionamento com a imprensa, influenciadores e formadores de opinião. Já nas frentes digitais, estruturei novos sites, criações de canais e curadoria de conteúdo. Dois projetos que tenho o maior orgulho foram: estruturar do zero um departamento de marketing e executar projeto de Arquitetura de Marcas. Tudo isso eu não fiz sozinha, sempre estive cercada de pessoas e de equipes, com as quais aprendi e aprendo todos os dias a desenvolver a liderança.

**Claudia Nandi Formentin, Dra.**

Doutora e mestra em Ciências da Linguagem. Possui graduação em Jornalismo (2001) e em História (2008) pela Universidade do Sul de Santa Catarina. Especialista em Comunicação nas Organizações, todos os cursos realizados na Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL). Atualmente é professora da Faculdade SATC (Criciúma), da Faculdade SENAC (Tubarão) e da Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL). Desde 2004 atua como docente no ensino superior. Tem interesse em pesquisas que girem em torno das questões relacionadas a formação das identidades nacionais, o esporte e suas linguagens bem como as questões de gênero na sociedade contemporânea.



## Informações Gerais

### Início:

Previsto para o primeiro semestre de 2022.

### Horário das aulas:

As aulas acontecem de forma intensiva nas segundas, terças e quartas-feiras entre 18h30 e 22h30, com intervalos semanais entre diferentes disciplinas. Todo o percurso do curso pode ser realizado em 12 meses.

### Política de descontos:

*10% de desconto para colaboradores das empresas com Termo de Parceria.  
25% de desconto para funcionários*

### Descontos para ex-alunos SATC:

*5% de desconto para quem cursou somente o ensino fundamental.  
5% de desconto para quem cursou somente o ensino médio e/ou técnico.  
10% de desconto para quem fez o ensino fundamental, médio e/ou técnico.  
10% de desconto para quem fez graduação na UNISATC.  
15% de desconto para quem fez graduação e ensino médio e/ou técnico na SATC.  
20% de desconto para quem fez graduação, ensino médio e/ou técnico e ensino fundamental.*

### Desconto amigo:\*

Indique 1 amigo, e ganhe 100% de desconto na última mensalidade.  
Indique 2 amigos ou mais, e ganhe 100% de desconto na última e penúltima mensalidade.

*\*(o valor do desconto fica limitado a R\$ 475,00. Caso a parcela seja maior, o desconto terá esse teto. O desconto vale quando os dois alunos estiverem estudando. Maiores informações consulte o regulamento).*

- Os descontos não são cumulativos.
- Os descontos são aplicáveis independentemente do parcelamento escolhido.

### Documentos para matrícula:

Diploma da graduação;  
Histórico da graduação;  
Comprovante de residência;  
Carteira de identidade;  
CPF.

**Local das aulas:** UniSATC, Criciúma, Santa Catarina

### Informações:

Rua Pascoal, R. Imigrante Meller, 73 - Bairro - Universitário, Criciúma - SC, 88805-380  
Telefones: (48) 3431-7693 | (48) 3431-7688 - WhatsApp Business  
E-mail: comercial@satc.edu.br