



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 pílulas 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 sucessão.

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

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 Winqes, Dr.

Kerley Winqes 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 Hiperfídia Aplicados ao Jornalismo (NEPHI-Jor), inserido no Grupo de Pesquisa Hiperfídia 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 multifídia; 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 Gerales 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 17 de maio de 2021.

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 descontos para funcionários

E mais: para pagamentos antecipados até 30/04/21, você ganha um desconto de 10% no primeiro boleto.

Descontos para ex-alunos SATC:

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.

- 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