



MBA em Entretenimento e Mídia

Objetivo do curso: Preparar profissionais para a atuação com comunicação e marketing no mercado do Entretenimento, capacitando-o a desenvolver projetos e negócios inovadores nesta área, bem como a produzir e promover conteúdo, em diferentes linguagens midiáticas, para patrocinadores e seu público-alvo.

Público-alvo: Profissionais graduados em diversas áreas do conhecimento, ligados às atividades de comunicação; Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Letras, entre outras, que pretendem ingressar ou aprofundar seus conhecimentos na área de Entretenimento.

Carga Horária: 432 horas-aula

Estrutura Curricular – componente curricular/carga horária.

FUNDAMENTOS MERCADOLÓGICOS	
Fundamentos de Economia Criativa	32h/a
Estratégia e planejamento em mercados criativos	32h/a
Fontes de financiamento e captação	32h/a
Aspectos legais do entretenimento	32h/a
Carga horária total do módulo	128 horas-aulas
O MERCADO DO ENTRETENIMENTO: ESPECIFICIDADES E CONEXÕES	
Inteligência Competitiva	32h/a
Empreendedorismo e Inovação no Entretenimento	32h/a
A indústria do entretenimento e suas conexões	32h/a
Sociedade, mídia e cultura contemporâneas	32h/a
Carga horária total do módulo	128 horas-aulas
ENTRETENIMENTO COMO ESTRATÉGIA COMUNICACIONAL	
Transmídia, storytelling e experiências em multiplataforma	32h/a
Branded entertainment	32h/a
Entretenimento Audiovisual	32h/a
Entretenimento Digital	32h/a
Carga horária total do módulo	128 horas-aulas
Módulo: Aplicação de Conhecimento	48 horas-aulas à distância
Total da carga horária do curso	432 horas-aulas



FUNDAMENTOS DA ECONOMIA CRIATIVA

Ementa: O paradigma da economia criativa: evolução e conceitos. O DNA da economia criativa brasileira. A criatividade e os novos empreendimentos na economia do século XXI. As indústrias criativas: setores integrantes e conexões com o entretenimento. As classes criativas e os agentes empreendedores. Economia criativa e tecnologia. O papel da economia criativa na comunicação: projetos integrando economia criativa, mídias e entretenimento.

ESTRATÉGIA E PLANEJAMENTO DE MERCADOS CRIATIVOS

Ementa: Conceitos de Comunicação Integrada e Estratégica (Comunicação Interna e Externa). Jornadas Omnichannel em Comunicação e Entretenimento (importância do Digital, Offline e do Conteúdo). Princípios para o planejamento de comunicação (etapas). Aplicação do Planejamento de Comunicação Integrada para o desenvolvimento de estratégias em Mercados Criativos. Estratégias de Comunicação aplicadas a Economia Criativa, seu potencial de geração de engajamento para as novas gerações de consumo. Conexões e reputação das marcas (cases de comunicação de sucesso na economia criativa).

Objetivo: Capacitar o aluno a pensar a comunicação para o entretenimento de forma integrada e a construir e aplicar estratégias condizentes aos mercados criativos e de entretenimento, por meio do Planejamento de Comunicação Integrada de Marketing, considerando as diferentes ferramentas disponíveis, os novos mercados e os públicos envolvidos.

FONTES DE FINANCIAMENTO E CAPTAÇÃO

Ementa: Estratégias para a captação de recursos e estabelecimento de parcerias em projetos de Entretenimento. Fontes de recursos para projetos culturais. Programa



Nacional e outras fontes. Doação e patrocínio. Legislação brasileira de incentivo à cultura e decretos regulamentadores.

Objetivos: Apresentar ao estudante os principais mecanismos públicos e privados de fomento à projetos artísticos e de entretenimento no Brasil. Instrumentar os estudantes para o uso das principais leis de incentivo público à cultura vigentes no país. Discutir as principais estratégias no âmbito privado e O Pitch e a captação de patrocínios no mercado de entretenimento estudante para o desenvolvimento e formatação de projetos de entretenimento a serem apresentados para a captação de patrocínio no setor público e privado.

ASPECTOS LEGAIS DO ENTRETENIMENTO

Ementa: Visão abrangente dos principais aspectos negociais (preventivos e judiciais) do Entretenimento. Questões jurídicas relacionadas às várias indústrias criativas (como exposições de arte, obras musicais, obras audiovisuais, etc.) e a relação com o direito da arte, direito desportivo e direito digital. Questões jurídicas relacionadas à publicidade. Licenciamento de produtos culturais.

Objetivo: Apresentar ao aluno o mundo das leis e práticas jurídicas, fundamentais para a concretização de projetos no mercado de entretenimento. Relacionar as questões jurídicas às diferentes indústrias criativas e à publicidade. Orientar sobre o processo de licenciamento de produtos culturais.

INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

Ementa: O que é inteligência e estratégia nos negócios? Análise estratégica dos cenários contemporâneos: sociedade contemporânea e entretenimento. Levantamento de oportunidades e mapeamento de riscos. Monitoramento e análise de cenários



mercadológicos. Ferramentas para a tomada de decisões em ambientes complexos. Estudos de casos no mercado do entretenimento e das mídias.

Objetivo: Capacitar o discente para compreender a dinâmica competitiva presente nas organizações, seja em contexto brasileiro ou internacional. Observar as principais características presentes na lógica estratégica da Inteligência Competitiva e como seus elementos de gestão podem contribuir para a potencialização das empresas e aumento das perspectivas de crescimento pontual e sustentável.

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO NO ENTRETENIMENTO

Ementa: Conceitos de empreendedorismo e inovação. Relações entre transmídia, entretenimento e ecossistema de inovação. Design thinking como metodologia na criação de produtos e serviços de entretenimento inovadores. Análise de cenários da indústria de entretenimento e identificação de oportunidades de negócio. Criação de valor e desenvolvimento de produtos e serviços para o mercado de entretenimento. Validação de produto minimamente viável (MVP) prévio para o componente Aplicação do Conhecimento.

Objetivo: Capacitar o aluno a identificar oportunidades e desenvolver uma proposta de valor inovadora para um produto ou serviço voltado ao mercado de entretenimento. Instrumentalizar o aluno no uso da metodologia e das ferramentas de *design thinking* com o objetivo de sistematizar e acelerar o desenvolvimento de projetos.

A INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO E SUAS CONEXÕES

Ementa: O entretenimento como ferramenta de ampla transformação de outros setores da indústria e da economia. Storytelling, storydoing, gameficação, cultura streamer e lógica do binge watch como tendências culturais e comportamentais da sociedade.



Aplicação de conceitos da indústria do entretenimento para atualização e inovação em comunidades *entertainment driven*.

SOCIEDADE, MÍDIA E CULTURA CONTEMPORÂNEAS

Ementa: Estudos sobre a emergência da comunicação e da mídia nos cenários sociais e geopolíticos do século XX. Análise das possibilidades interativas entre a Comunicação e Cultura. Análise das convergências entre comunicação, tecnologia e linguagens e seus impactos cognitivos na sociedade. Circulação de informações e avanços dos impactos digitais. Análise dos impactos digitais na cultura da comunicação no século XXI, seus usos em diferentes espaços e tempos, e seus possíveis cenários futuros.

Objetivos: Habilitar o aluno para a leitura dos cenários contemporâneos da comunicação. Capacitar o aluno para a utilização de referências atuais para a pesquisa sobre os impactos das tecnologias nos processos de comunicação

TRANSMÍDIA, STORYTELLING E EXPERIÊNCIAS MULTIPLATAFORMA

Ementa: A construção de narrativas como cultura e agente do entretenimento. Conceitos fundamentais para narrativas e mídias. Convergência de mídias e linguagens. Narrativas lineares e multilineares: as características interativas dos meios digitais. Conexões de informação e sentido: a complementação de sentido em narrativas transmidiáticas. Inteligência coletiva e as comunidades de conhecimento: o espectador como coautor do processo narrativo. Estudo de narrativas hipertextuais/ transmidiáticas; Roteirização e storytelling para novas mídias. Planejamento de narrativas hipertextuais/ transmidiáticas. Desenvolvimento e aplicação de modelos estratégicos em projetos crossmidiáticos para o entretenimento.

Objetivo: Instrumentar o aluno a desenvolver múltiplas possibilidades narrativas. Capacitar o aluno a entender as ferramentas que o processo transmidiático oferece na



construção de marcas e determinação do propósito das mesmas, adequados ao seu público, personas e usuários. Habilitar o aluno a produzir sentidos de forma intencional, utilizando o storytelling e seus princípios voltados à comunicação institucional e respectivo plano de marketing e plano de negócios corporativo.

BRANDED ENTERTAINMENT

Ementa: Compreensão dos princípios básicos fundamentais das marcas no contexto do Entretenimento. O conteúdo de Entretenimento e a experiência com a marca. Phygital: novas experiências para o usuário. Conteúdo e entretenimento no cenário digital: redes sociais, hotspots, games. Ações para a criação de conteúdo para marcas no Entretenimento. Plataformas de streaming, ativações, naming rights, product placement, merchandising, eventos proprietários. Desenvolvimento de projeto de branded content voltado para o Entretenimento.

Objetivo: Capacitar o aluno a desenvolver conteúdos que atendam ao objetivo comunicacional de uma marca que queira se conectar com o universo do entretenimento, bem como práticas inovadoras de *branding*. Desenvolver um projeto de branded content voltado para o Entretenimento.

ENTRETENIMENTO AUDIOVISUAL

Ementa: O audiovisual e suas múltiplas naturezas. O audiovisual como entretenimento: evolução, conceitos e formatos. O mercado audiovisual de Entretenimento no Brasil e no Mundo. Identidade de marca e produção audiovisual no Entretenimento. Os diferentes formatos de entretenimento audiovisual tradicional e inovador. Manipulação dos elementos da estrutura narrativa em roteirização para diversos formatos de entretenimento audiovisual: programas TV, eventos esportivos e musicais, cinema, publicidade, webséries, ficção seriada e experiências inovadoras.



Objetivo: Habilitar o aluno a caracterizar os diferentes formatos audiovisuais e sua adequação enquanto produtos de entretenimento. Instrumentalizar para a produção nas diferentes plataformas. Conscientizar acerca do uso dos produtos audiovisuais enquanto veículos identitários de marcas. Capacitar para o desenvolvimento e produção de projetos audiovisuais em diferentes plataformas.

ENTRETENIMENTO DIGITAL

Ementa: Conceitos de cibercultura e vida conectada. A cultura digital: um olhar sobre o entretenimento digital, conectado e em redes. Marketing e entretenimento digital: conceitos, evolução e classificações. Conteúdos narrativos, audiovisuais e formatos inovadores. Os jogos digitais: ascensão, conceitos e negócios. Comportamento do consumidor nos ambientes digitais do entretenimento. Mobile Marketing. Tendências no contexto mercadológico e tecnológico do Entretenimento Digital.

Objetivo: Capacitar o aluno para um melhor entendimento sobre a sociedade no contexto digital e as suas atualizações, bem como analisar o cenário híbrido que há algumas décadas se apresenta como ambiente para vivências; oferecer elementos que possam ser base para que o discente problematize as circunstâncias e desenvolva soluções e produtos criativos.

APLICAÇÃO DO CONHECIMENTO

Ementa: Projeto multidisciplinar que pretende proporcionar ao aluno a possibilidade de aplicação prática das diferentes competências adquiridas ao longo do curso, relacionando estrategicamente canais e ferramentas de comunicação integrada, público e mensagens para o desenvolvimento de um Plano de Marketing e Comunicação destinado a divulgação do projeto desenvolvido na disciplina de Empreendedorismo e Inovação no Entretenimento.



Objetivo: Fornecer subsídios e acompanhar o desenvolvimento de um Planejamento de Comunicação Integrada de Marketing (CIM) para o projeto concebido na disciplina *Empreendedorismo e Inovação no Entretenimento*. Dar a oportunidade de aplicação dos saberes desenvolvidos ao longo do curso, procurando, de forma prática e aplicada, conectar as necessidades de negócios inovadores em mercados criativos, às práticas da Comunicação e do Marketing. Além do projeto escrito, será solicitado ao aluno que desenvolva um *pitch* (em vídeo) para apresentação do projeto, conectando-se, assim, ao ecossistema de inovação e empreendedorismo da UPM. O trabalho será composto por 2 entregas preliminares e uma entrega final.