

Componente Curricular: Exclusivo de curso ()		Eixo Comum ()	Eixo Universal (x)
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MKT E CRIAÇÃO		Núcleo Temático: CONHECIMENTOS ESSENCIAIS	
Nome do Componente Curricular: CENÁRIOS DO FUTURO DA COMUNICAÇÃO		Código do Componente Curricular:	
Carga horária: 2 horas aula 32h/ 38ha	(X) Sala de aula () Laboratório () EaD	Etapa: 1	
<p>Ementa:</p> <p>Estudos sobre as possibilidades de caminhos dos cenários comunicacionais no futuro próximo. Análise da cultura da comunicação no século XXI e seus possíveis desdobramentos no contexto da circulação de informações e avanços dos impactos digitais.</p>			
<p>Conteúdo Programático:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cultura da Conexão e da convergência - Relações da Comunicação com a (neuro)ciência - Indústrias criativas e olhar sobre o futuro: o papel da Ficção científica - Inteligência Artificial e Big Data - Humanidade e futuro - Mobilidade e Internet das coisas - Comunicação e Economia Criativa - Sociedade e tecnologia no futuro - Comunicação e consumo em cenários futuros 			
Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas	

1	Introdução aos conceitos e estratégias de ensino e avaliação	
2	Introdução aos cenários macroambientais em Comunicação. Novos conceitos da área	KOTLER, Philip; KELLER, K.L. Administração de marketing. 14ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.
3	Conceito de Futuro	CASTELLS, M. Galáxia Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
4	Introdução à neurociência	PREDEBON, José. Criatividade: abrindo o lado inovador da mente. São Paulo: Pearson, 2013
5	Interfaces em produtos audiovisuais: estudo de caso	JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2a ed. São Paulo: Aleph, 2009.
6	O futuro e as novas identidades da área de comunicação	CASTELLS, M. Galáxia Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
7	Novas necessidades conceituais para a Comunicação	CASTELLS, M. Galáxia Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2003
8	Avaliação I	
9	BigData e economia criativa	JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2a ed. São Paulo: Aleph, 2009.
10	Sociedade e futuro	JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2a ed. São Paulo: Aleph, 2009.
11	Cenários da Comunicação e da economia e indústrias criativas	JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2a ed. São Paulo: Aleph, 2009.
	Laboratórios de Cenários Futuros - cases	

12		
13	Laboratórios de Cenários Futuros - cases	
14	Laboratórios de Cenários Futuros - cases	
15	Laboratórios de Cenários Futuros - cases	
16	Laboratórios de Cenários Futuros - cases	
17	Laboratórios de Cenários Futuros - cases	
18	Laboratórios de Cenários Futuros - cases	
19	Avaliação II	
20	Considerações finais da disciplina	
21	Considerações finais da disciplina	

Bibliografia Básica:

CAPPO, Joe. O futuro da propaganda: nova mídia, novos clientes, novos consumidores na era pós-televisão. 2. ed São Paulo, SP: Cultrix, 2006
 CHURCHILL Jr.; G. A.; PETER, P.J. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2012.
 KOTLER, Philip; KELLER, K.L. Administração de marketing. 14ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

Bibliografia Complementar:

CASTELLS, M. Galáxia Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
 GABRIEL, Martha. Você, eu e os robôs. Pequeno Manual do mundo digital: Atlas, 2017
 HARARI, Yuval. 21 lições para o século XXI. Cia das Letras, 2018

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2a ed. São Paulo: Aleph, 2009.

PREDEBON, José. Criatividade: abrindo o lado inovador da mente. São Paulo: Pearson, 2013.