



Escola de Comunicação e Artes

Projecto do Programa de Cursos de Curta Duração e Livres

Maputo, Abril de 2024

Copyright © 2023. Escola de Comunicação e Artes.

É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte. É vedada a impressão, distribuição, reprodução desta obra para fins comerciais sem a prévia e expressa anuência da Escola de Comunicação e Artes.

Director

Prof. Doutor Eduardo Lichuge

Directora-adjunta para graduação

Ms. Loide Pacho

Director- adjunto para Investigação e Extensão

Prof. Doutor Fulgêncio F. Muchisse Fulane

Assistentes da Direcção para Investigação e Extensão

Lic. Delso Luís Cossa

Lic. Sinésio Adelino Mucoque

Sumário

1. Apresentação.....	4
2. Objectivos.....	4
3. Público-Alvo.....	5
4. Coordenação e corpo docente (Formadores).....	6
5. Eixos de formação.....	6
6. Documentos necessários para inscrição.....	7
7. Créditos dos Cursos.....	7
8. Proposta financeira.....	7
9. Proposta de Cursos de Curta Duração de licenciatura Marketing e Relações Públicas..	7
Quadro 10: Modelo de Curso de Chatbot para Negócios com Dialogflow.....	13
Modulo de Curso de Chatbot para Negócios com Dialogflow	13
Quadro 11: Modelo de Gestão de dados em Marketing Digital.....	14
Quadro 12: Modelo de Sistemas Informatizados de gestão de Documentos e Processos	14
Quadro 13: Modelo de Gestão de bibliotecas escolares.....	14
Quadro 14: Modelo de Marketing digital para Unidades de Informação.....	15
Modelo de Marketing digital para Unidades de Informação	15
Quadro 15: Teatro Infantil.....	15
Modelo de Teatro Infantil	16

1. Apresentação

A Universidade Eduardo Mondlane (UEM) tem como missão, segundo Plano Estratégico 2018-2028 (2017:17) “produzir e disseminar o conhecimento científico e promover a inovação através da investigação como fundamento dos processos de ensino-aprendizagem e extensão, educando as gerações com valores humanísticos de modo a enfrentarem os desafios contemporâneos em prol do desenvolvimento da sociedade”. Visando cumprir com missão, e consciente de seu papel social, a UEM através da Escola de Comunicação e Artes (ECA)¹ resolveu ofertar diferentes cursos de curta duração e livres na áreas de comunicação, ciências de informação e artes com objectivo central de atender as demandas sociais e empresariais existentes actualmente.

A curricularização da extensão faz parte, de um lado, da indissociabilidade do ensino, da pesquisa e da extensão na universidade, e, de outro, da necessária conexão da universidade com a sociedade, realçando o papel social da universidade, bem como a relevância social do ensino e da pesquisa.

Desta forma, a acção extensionista desta actividade se desenvolverá a partir de eixos temáticos correlacionados a comunicação, informação e artes, consubstanciando-se na acção académica que materializa a relação da universidade com a sociedade e que, possibilita diálogo dos saberes sistematizados na universidade com os saberes da comunidade e transformações nos processos pedagógicos e na produção do conhecimento como resultante do confronto com a realidade.

2. Objectivos

Actualmente as áreas de comunicação, informação e artes, constituem um dos campos profissionais que se apresentam em constante e rápida transformação, impulsionada especialmente pelos avanços tecnológicos dos meios de comunicação e pela revolução digital, que vêm promovendo mudanças profundas no manejo da informação sobre os fatos e realidades, reflectidas nas manifestações comunicativas. O comunicador de hoje deve ser capaz de transpor, sem receio, as fronteiras entre os diversos meios e mercados, recolhendo, processando e difundindo a informação, orientando acções de pesquisa e divulgação dos agentes económicos, gerindo os sistemas industriais da produção cultural, criando e organizando o entretenimento audiovisual e tantas outras intervenções no processo da comunicação humana, em todos os seus níveis e especialidades. Consciente disso, a ECA-UEM define os seguintes objectivos para o Programa de Cursos de Curta Duração e Livres:

Prover domínio do conhecimento, das técnicas e dos instrumentos necessários para propor e executar soluções de comunicação eficazes para atender aos objetivos de mercado ou de negócios de anunciantes e institucionais, em conformidade com os preceitos éticos da profissão, além de buscar o respeito às peculiaridades culturais e mercadológicas de cada espaço;

Prover a sociedade de habilidades com formação teórica e prática no campo da Comunicação, informação e artes, para actuar nos diversos meios de comunicação de massa, assessorias de comunicação, agências de publicidade, organizações privadas, instituições governamentais e

¹ A ECA apresenta-se, pois, como um centro de reflexão, produção e difusão de conhecimentos teóricos e práticos nos campos da comunicação social, informação e artes.

não-governamentais, que tenham a capacidade de intervir no processo de comunicação humana, em todos os seus níveis e especialidades, e atender, de maneira crítica e eficiente, às demandas da sociedade contemporânea;

Tornar os formandos com capacidade de planejar, criar, produzir, difundir e gerenciar a comunicação publicitária, as ações promocionais e de incentivo, eventos e patrocínio, actividades de marketing, venda pessoal, design, gestão de documentos e informações digitais, concepção de eventos artísticos e gerenciamento de artistas;

Dotá-los com capacidade de traduzir objectivos e procedimentos de comunicação apropriados os objectivos institucionais, empresariais e mercadológicos;

Desenvolver um programa académico-pedagógico integrado à dinâmica do mercado e sintonizado com as demandas da sociedade;

Capacitar o formando a agir em condições de produção, ritmo e periodicidade compatíveis ao quotidiano da profissão;

Oferecer formação cultural e humanística com o intuito de desenvolver junto ao futuro profissional uma postura ética, democrática e crítica.

3. Público-Alvo

Os cursos oferecidos pelo Programa de Cursos de Curta Duração e Livres, destinam-se à todos aqueles que trabalham ou desejam trabalhar na área do curso oferecido, sejam eles estudantes da UEM ou não (trabalhadores e empresas privadas ou públicas).

4. Coordenação e corpo docente (Formadores)

A ECA-UEM é formada por uma equipe multidisciplinar de profissionais que compõem o corpo docente e que actua de forma articulada com seus objectivos e com suas metas, estabelecendo o fluxo e a inter-relação das ações. Essa equipe será responsável pela concepção, tecnologia, produção, divulgação e avaliação decorrentes de todo o processo de lecionação dos cursos. Para atender estas demandas, a equipe buscará assegurar seu aperfeiçoamento em diversas frentes das três áreas (Comunicação, Informação e Artes).

As ações de formação serão desenvolvidas e promovidas para fazer frente às necessidades das áreas, às necessidades individuais dos formandos, focando e instrumentando para o alto desempenho, e para o enfrentamento de situações não previstas, mas que tenham relevância para a consecução dos objectivos estratégicos de cada um. Para isso, as ações poderão se dar na modalidade presencial, semi-presencial e a distância

5. Eixos de formação

A classificação das oportunidades, em razão do público a que se destinam, se dará por meio de três eixos de desenvolvimento: **Comunicação, Informação e Artes**. Os temas relacionados ao eixo **Comunicação** são aqueles ligados aos processos e actividades sobre a discussão das dinâmicas de comunicação nos dias actuais. Já os temas relacionados ao eixo **Informação** são aqueles mais ligados directamente aos assuntos de gestão de Informação,

priorizando a questão de tratamento de informação no âmbito dos avanços tecnológicos e o eixo das **Artes** pretende são aqueles ligados a discussão das dinâmicas das artes, práticas e gestão artística na contemporaneidade.

O levantamento das necessidades de oferta do Programa dos Cursos de Curta Duração e Livres resultou na lista de temas para enfrentamento das lacunas e desafios que o mercado oferece hoje em dia. Serão agrupados de acordo com os cursos de licenciatura oferecidos/lecionados pela unidade orgânica.

A oficialização dos Cursos de Curta Duração e Livres alinha-se na especialização de cada professor que goza de autoridade de desenhar o plano temático. E para publicação dos cursos precisa-se ter em conta a disponibilidade dos professores que lecionam cursos de formação e também a organização dos cursos de graduação. Os coordenadores dos cursos são responsáveis juntos com Gabinete para Investigação e Extensão para oficializar a aceitação e publicação, assim como coordenar com outros sectores chaves como património, financeiro e recursos humanos.

6. Requisitos para inscrição

- O talão de depósito da taxa de inscrição (950,00mts) e a primeira mensalidade;
- Cópia de Bilhete de Identidade;
- Certificado de habitações literárias (partir da 10ª classe, excepto cursos infantis).
- Cartão de estudante ou outros documentos comprovativos da função.

No fim da formação, os formandos têm direito de receber o certificado que comprova a confirmação de formação dos cursos.

7. Sistema de Créditos

Atribuição dos créditos oferece a credibilidade dos cursos, por isso, cada professor podem definir o número de crédito de acordo com os mecanismos legais. Realçar que cada crédito equivale a 30H, e divisão de horas por estudo independente equivale 20 à 15 horas e estudo presencial equivale a 5 à 10h.

Os Cursos de Curta Duração e Livres têm duração de 4 semanas (2 horas por dia) e para Livres têm duração de 3 dias ou 5 dias que corresponde 20h. Os cursos podem avançar com 8 a 20 estudantes.

8. Coordenação e gestão dos cursos

1. Coordenador do projecto;
2. Assistente do projecto;
3. Gestor de publicidade;
4. Secretária;

5. Financeiro.

9. Proposta financeira

A implementação dos Cursos de Curta Duração e Livres tem implicações financeiras inscritas no pagamento de despesas dos honorários para os formadores, assim como na criação das condições técnicas e infraestruturais para a ministração dos cursos.

Tabela 1: preço por curso

Cursos	Valor por semana (3-5 dias)		Valor por 2 semanas		Valor por 3 semanas		Valor por 4 semanas	
	%	Freq. abs	%	Freq. abs	%	Freq. abs	%	Freq. abs
Design Gráfico I		6500		5500		5000		4000
Marketing Digital		6000		5500		5000		3500
Design Gráfico II		5500		5000		4500		4000
Gestão de Marcas		5000		4500		4000		3500
Design Gráfico III		5500		5000		4500		4000
Relações Públicas- Comunicação Interna		4000		3800		3500		3300
Gestão de Atendimento ao Cliente e Técnicas de Venda		4000		3800		3500		3300
Comunicação Empresarial e Etiqueta		4500		4200		4000		3800
Marketing Pessoal e Artístico		4000		3800		3600		3400
Mobile Marketing		3500		3300		3100		3000
Pesquisa social		3500		3200		3000		2800
Secretariado Executivo		3500		3300		3200		3100
Comunicação Comunitária		4500		4300		4000		3800
Etiqueta Empresarial		4000		3700		3500		3300
Assessoria de Imprensa		6500		6300		6100		5800
Filmagem e Edição do Vídeo		6500		6300		6100		5800
Produção e Edição de Fotografia		5500		5300		5100		4800

Narrativas Digitais		3500		3300		3100		2800
Planeamento da Comunicação: Tipos, Fases, Instrumentos e Operacionalização da Estratégia da Comunicação		6000		5800		5600		5400
Data Science para Empresas		3500		3200		3000		2800
Chatbot para Negócios com Dialogflow		3500		3200		3000		2800
Gestão de dados em Marketing Digital		3500		3200		3000		2800
Modelo de Sistemas Informatizados de gestão de Documentos e Processos		3500		3200		3000		2800
Modelo de Gestão de bibliotecas escolares		3500		3200		3000		2800
Modelo de Marketing digital para Unidades de Informação		3500		3200		3000		2800
Modelo de Sistemas Informatizados de Gestão de Documentos e Processos		3500		3200		3000		2800
Prática de Violino		6500		5200		4000		3800
Teatro Infantil		6500		5200		4000		3800
Prática do Piano		6500		5200		4000		3800
Harmonia Tonal e Funcional		6500		5200		4000		3800
Produção de Espectáculos		6500		5200		4000		3800
Gestão de carreira Artística		6500		5200		4000		3800
Instrumentos (Mbira, Bondolim e Timbela)		6500		5200		4000		3800
Técnicas de Voz e expressão Oral		6500		5200		4000		3800
Direcção de actores (Figurino e cenografia)		6500		5200		4000		3800

Improvisação de Jazz para vários Instrumentos		4500		4000		3800		3500
Musicoterapia e Dramaterapia		6500		5200		4000		3800
Dramaturgia do Corpo		6500		5200		4000		3800
Finale e Musescore		6500		5200		4000		3800
Flauta Transversal		6500		5200		4000		3800
Saxofone		6500		5200		4000		3800
Teoria de Música/Linguagem Musical (básica)		6500		5200		4000		3800

Tabela 2: Valor agregado por empresa/particulares

Nomes	Valor por semana (3- 5 dias)	Valor por 2 semana	Valores por 3 semanas	Valor por 4 semanas
Empresas (privadas, públicas e ONGs)	80,000Mts- 120,000,00mts			
Estudantes	50.000Mts – 60.000,00mts			
Particulares	20.000mts- 40.000mts			

A ECA tem diversas especificidades nos cursos, o que significa a cobrança das taxas de mensal/semanal para a formação pode ser definida consensualmente pelos professores, assim como a solicitação para os colaboradores das empresas nos períodos de uma/duas semanas, por indivíduo cobra-se 3.500,00mts à 12.000,00mts. O valor monetário para empresas pode aumentar ou reduzir dependendo do professor do módulo.

Os estudantes com comprovativo de cartão de estudantes e outros documentos que comprovam a função, devem ter um desconto de 55% do valor cobrado por pessoa;

No valor de inscrição fica para a conta da Unidade Orgânica;

O pagamento dos professores dos módulos de acordo com números dos inscritos sugerimos a seguinte proposta: 70% do valor total. O resto do valor fica para compra de material de aulas e publicidade (15%) e 15% para subsidiar o pessoal de gestão do projecto;

A lecionação dos Cursos de Curta Duração e Livres exige grande esforço por parte do professor, aprimorar a leitura/ensaio das temáticas, porque os candidatos que vão frequentar estes cursos têm um pouco de experiência no mercado.

10. Proposta de Cursos de Curta Duração de licenciatura Marketing e Relações Públicas

Quadro 1: Módulo de Mobile Marketing

Modulo Mobile Marketing	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 10:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
		• Oferecer aos participantes conhecimentos que possam ser aplicados para o desenvolvimento de acções de performance mobile. • Apresentar os conceitos e técnicas de marketing em dispositivos mobile, promovendo uma visão de mercado, ferramentas e tecnologias. • Ensinar técnicas de divulgação de marcas e produtos através de campanhas mobile • Demonstrar o uso do mobile marketing nas empresas • Mostrar o mapeamento de métricas de sucesso em ambientes	Aula 1 – Conhecer o mercado de mobile Aula 2 – Estudar mobile marketing Aula 3 – Elaborar campanhas de publicidade para o ambiente mobile Aula 5 – Implementar e monitorar campanhas publicitárias para ambiente mobile Aula 5 – Elaborar relatório de campanhas de

			publicitárias para ambiente mobile
Referências Bibliográficas			

Quadro 2: Módulo de Gestão de Marca

Modulo Gestão de Marca	Crédito: 3 H. E.P: 30:00h H.E.I: 60:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
		Aprimorar os discentes em ferramentas de identidade visual de uma marca/produto; Treinar as técnicas para escolhas de slogan, logótipo e comunicação das cores; Demonstrar o impacto de Storrtelling para a marca/produto; Compreender as fases da marca/produto; e Formar em produção de embalagem.	Identidade visual de marca e produto; Elementos da marca/produto (atributos); Desenho de slogan/logótipo; Comunicação das cores; Storytelling; (Re)posicionamento de marcas; Linhas de gestão de marca/produto: Extensão, arquitetura e Portfólio; e Produção de embalagem.
Referências Bibliográficas	BLUME, M. & LEDERMANN, M. <u>Gestão de produtos e marcas</u>. Brasil: Ijuí, 2009. LEE, A. <i>et al.</i> <u>The strategy of global branding and brand equity</u>. London: Routledge, 2015. Pp PETER, J. P., JAMES, H. e DONNELLY, Jr.. <u>A Preface to Marketing Management</u>. 3th. EUA: McGraw-Hill, 2011. P.254-281		

Professores: dr. Sinésio Mucoque e Mestre Evanisse Gomes

Quadro 3: Módulo de Gestão de Atendimento ao Cliente e Técnico de Venda

Modulo Gestão de Atendimento ao Cliente e Técnico de Venda	Crédito: 3 H. E.P: 30:00h H.E.I: 60:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
		Adoptar os seus formandos com postura profissional, cuidados nos atendimentos aos clientes; Tornar marcante e garanta a manutenção do cliente; ampliar a gama de serviços utilizados e traga novos cliente; e Apresenta também os desafios diários do vendedor, inúmeras técnicas de vendas a serem aplicadas.	Segredos para acalmar um cliente insatisfeito; Liderança na gestão; Técnicas e vendas; Estratégias promocionais utilizadas o pós-venda e a fidelização do cliente;
Referências Bibliográficas			

Professores: Mestre Pascal Nkula e dr: Delso Cossa

Quadro 4: Módulo de Comunicação Empresarial e Etiqueta

Módulo de Comunicação	Crédito: 3 H. E.P: 30:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
--	--	-------------------	--------------------------------

Empresarial e Etiqueta	H.E.I: 60:00h		
		Aprimorar as ferramentas do marketing pessoal; Treinar os discentes em técnicas de etiqueta para canais digitais; Demonstrar o poder da tonalidade da voz e articulação gestual; Formar a discente gestão de comunicação não-verbal, fala ao público; e O poder de espaço para atracção do público.	Poder da etiqueta empresarial; Etiqueta organizacional; Etiqueta para canais de comunicação digital Técnicas de comunicação interpessoal; Padronização da tonalidade da voz/retórica e articulação da gestual; Influências de comunicação não-verbal (imagem pessoal); Técnicas de comunicação/fala ao Público; e O Poder de look (<i>dresscode</i>) nos diversos espaços dos eventos; e Organização espacial do orador para atrair o público.
Referências Bibliográficas	CARNEGIE, Dale. <i>Como falar em público e encantar as pessoas</i> . In; tradução VIVELA, António Carlos. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2012		

	MARTINS, Rogério. <i>Etiqueta Empresarial, Comportamento Social e Postura Profissional</i>. Brasil, 2014. MALERBA, Rafael. <i>Técnicas de cerimonial e protocolo</i>. São Paulo: instituto federal de educação, ciência e tecnologia, 2010. MESQUITA, Anabela <i>et al.</i> <i>Protocolo e etiqueta organizacional</i>. Portugal: Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, 2009.
--	--

Professores: Henrique Mutemba e Sinésio Mucoque

Quadro 5: Módulo de Marketing Digital

Modulo de Gestão de Marketing Digital	Crédito: 3 H. E.P: 30:00h H.E.I: 60:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
		O objetivo deste curso é capacitar os participantes com conhecimentos sólidos em marketing digital e fornecer-lhes as habilidades práticas necessárias para desenvolver e implementar estratégias eficazes. Ao final do curso, os participantes serão capazes de criar e executar campanhas de marketing digital bem-sucedidas para impulsionar o crescimento de negócios online.	Conceitos Gerais de Marketing; Marketing Digital; Marketing de Conteúdo e Copywriting; Estratégias de Branding Online; Métricas e Análise de Dados; Explorando as Redes Sociais; Ferramentas e Estratégias Avançadas (e-mail Marketing, SEO (Search Engine Optimization), Google Analytics, Publicidade Online, Projecto Prático e Apresentação).
Referências Bibliográficas			

Quadro 6: Módulo de Design Gráfico

Módulo de Design Gráfico	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
	Curso de Design Gráfico – Básico	Formar profissionais preparados para conceber e desenvolver projectos de comunicação visual para meios digitais e impressos. ·Desenvolver a capacidade analítica, crítica, criativa e expressiva para problemas de comunicação visual ·Fornecer conhecimentos sobre os softwares da Adobe mais utilizados no design gráfico: Illustrator e do Photoshop, bem como, a importância da fotografia e da imagem para o design gráfico.	Unidade I: Introdução ao Design Gráfico 1.1.Conceito e tipos de design 1.2.História e evolução do design gráfico 1.3.Softwares edição 1.4.Introdução à comunicação visual 1.5.Cor 1.6.Tipografia 1.7.Imagem 2.Unidade II: Adobe Photoshop 2.1.Introdução ao Adobe Photoshop 2.2.Ambiente de trabalho 2.3.Conceitos fundamentais sobre imagem digital 2.4. Tamanho e recorte de imagem 2.5.Ajustamento e restauração de imagens 2.6.Ferramentas de selecção 2.7.Layers 2.8.Ferramentas de texto 2.9.Ferramentas de desenho 2.10.Exportação de arte final 3.Unidade III: Adobe Illustrator 3.1.Introdução ao Adobe Illustrator 3.2.Ambiente de trabalho

			3.3.Vectores e ferramentas de desenho 3.4.Selecção, agrupamento e organização de vectores 3.5.Preenchimento e contorno 3.6.Efeitos 3.7.Ferramentas de texto 3.8.Imagens 3.9.Exportação de arte final 4.Unidade IV: Seminário de conclusão 4.1.Projecto final do curso 4.2.Seminário de indução ao trabalho
Referências Bibliográficas			

Curso	Objectivos	Carga horária	Conteúdos programáticos
Curso de Design Intermédio - Módulo 2	Formar profissionais preparados para conceber e desenvolver projectos de comunicação visual para meios digitais e impressos. ·Desenvolver a capacidade analítica, crítica, criativa e expressiva para problemas de comunicação visual ·Fornecer conhecimentos sobre os softwares da Adobe mais utilizados no design gráfico:	60 HORAS	1. Introdução 1.1. Introdução ao curso e plano temático <u>Photoshop</u> 2. Camadas (Layers) 2.1. Como usar camadas no Adobe Photoshop 2.2. Navegação básica e como combinar imagens no photoshop

	Illustrator e do Photoshop, bem como, a importância da fotografia e da imagem para o design gráfico.		3. Camadas de Cor e Ajuste 3.1. Como corrigir uma imagem usando níveis no photoshop 3.2. Como realçar cores no Photoshop usando vibração 3.3. Como mudar a cor de algo no Photoshop usando Hue 3.4. Como alterar apenas uma cor no Adobe Photoshop CC 3.5. Como fazer uma imagem em preto e branco no Photoshop CC 3.6. Como adicionar um gradiente a uma imagem e texto no Photoshop. 4. Formas(Shapes) 4.1. Criando um documento de tamanho específico no Photoshop 4.2. Como desenhar a forma de um círculo, quadrado, estrela no Photoshop 4.3. Copiar Cores 5. Texto
--	---	--	--

			5.1. Como criar texto 5.2. Como distorcer o texto 5.3. Como fazer o texto seguir uma linha ou círculo 6. Estilos de Camada 6.1. Como adicionar uma linha ao redor do texto 6.2. Como fazer um relevo no texto 6.3. Como adicionar uma sombra ao texto 6.4. Apresentando do seu trabalho no portfólio 6.5. Projeto 1 - Criar uma poster 7. Corte/Crop 7.1. Como recortar uma imagem 7.2. Como recortar uma imagem para um quadro 7.3. Como endireitar a linha do horizonte 7.4. 8. Filtros 8.1. Como adicionar filtros e efeitos
--	--	--	---

			8.2. Como transformar uma imagem em uma pintura 8.3. Projeto de Aula – Pintura a Óleo 8.4. Como criar o efeito de pôster de meio-tom pontilhado 8.5. Exercício de aula - meio-tom 8.6. Como criar desfoque de movimento realista 8.7. Efeito Lens Flare <u>Illustrator</u> 9. Re-Introdução ao Adobe illustrator 9.1. Dicas 10. Desenho 10.1. Desenhar com o Adobe Illustrator 10.2. Desenhar com as ferramentas de forma e linha 10.3. Desenhe um animal com formas e linhas 10.4. Melhorar os designs com a ferramenta Shape Builder
--	--	--	--

			10.5. Desenhar com a ferramenta Shape Builder 10.6. Desenhar um logotipo personalizado 10.7. Desenhar com a ferramenta Curvature 10.8. Desenhar e pintar 10.9. Desenhar com a Ferramenta Caneta/Pen Tool 10.10. Desenhe um animal com Pen Tool 10.11. Desenhe com a ferramenta Pencil e opções avançadas de traçado 10.12. Usando Brushes no Illustrator 10.13. Desenhar com a Ferramenta Pencil 10.14. Usando a Ferramenta de Largura 10.15. Criação de um Projecto 11. Fontes e Tipos 11.1. Como usar tipos e fontes 11.2. Texto curvado em Emblema 11.3. Desenhe um logotipo de tipo Emblema 11.4. Destruir e separar Texto
--	--	--	--

			<u>InDesign</u> 12. Introdução ao InDesign 12.1. O que o InDesign faz? 13. Projecto 1 13.1. Como alterar mm para pixels? 13.2. Novo documento no InDesign - o que é sangramento (bleed) e espaçamento? 13.3. Como criar suas próprias cores RGB e CMYK no Adobe InDesign 13.4. Como copiar cores de um logotipo 13.5. Como colorir o fundo de uma página 13.6. Importar, redimensionar, girar e inverter imagens e logotipos 13.7. Como importar texto do Microsoft Word 13.8. Como agrupar, desagrupar e girar imagens 13.9. Como fazer uma linha pontilhada, linha tracejada e bordas 13.10. Qual a melhor forma de visualizar o trabalho
--	--	--	---

			13.11. Como fazer um PDF simples 13.12. Como salvar arquivos do InDesign como JPEG 13.13. Projecto de Aula: Flyer 14. Projecto 2 14.1. Ideias, inspiração e modelos iniciais 14.2. Trabalhando com documentos do InDesign de outras pessoas, imagens em falta 14.3. Como encontrar fontes em falta? 14.4. Como substituir imagens? 14.5. Opacidade e transparência 14.6. Ficheiros convertidos 14.7. Arquivo InDesign vs PDF? 15. Projecto 3: Excel e Cartões de Visita 15.1. Combinar uma planilha do Microsoft Excel no InDesign?
--	--	--	--

			15.2. Projecto de Aula: Criar cartão de visita
Curso de Design Avançado - Módulo 3		60 HORAS	<u>Illustrator</u> 1. Cores 1.1. Cor no Adobe Illustrator CC 1.2. O que é RGB e CMYK? 1.3. Copiar cores de uma imagem 1.4. Ferramenta de cores 1.5. Como fazer gradientes 2. Máscaras 2.1. Mascarar uma imagem 2.2. Cortar buracos em formas 3. Efeitos

			3.1. Efeitos e padrões no Adobe Illustrator CC 3.2. Liquidificar e Distorcer 4. Editar Formas 4.1. Desenhar sua Própria Fonte 4.2. Dobrar e distorcer formas e texto 4.3. Desenhar Formas Repetidas 4.4. Projetar um gráfico de forma repetitiva 4.5. Padrões repetitivos 4.6. Projetar seu próprio padrão 5. Vectores 5.1. Vetorizando uma Imagem 5.2. Criar um recorte de estêncil de uma imagem 6. Exportar 6.1. Exportar para impressão 6.2. Exportar para Web
--	--	--	--

			<u>Photoshop</u> 7. Objetos no Photoshop 7.1. Objeto inteligente/Smart objects 7.2. O que é um objeto inteligente no Adobe Photoshop CC 8. Transformar e Distorcer 8.1. Como dobrar um logotipo em uma imagem de forma realista 8.2. Como fazer um céu descascar como papel 8.3. Projeto de aula - Ceu Descascado 8.4. Como encolher partes do corpo com liquify 8.5. Como criar efeito de texto de tinta a pingar 8.6. Projeto de aula - texto com tinta a pingar 9. Retoques 9.1. Como remover pessoas e texto de uma imagem
--	--	--	---

			9.2. Como remover olhos vermelhos de fotos 9.3. Como retocar a pele 9.4. Projeto de Aula - Retoque 9.5. Melhorando os olhos 9.6. Como consertar dentes 10. Modos de mesclagem/Blending modes 10.1. Como remover instantaneamente o fundo branco de um logotipo 10.2. Usar modos de mesclagem com cores 10.3. Como colocar imagens dentro de uma garrafa 10.4. Projeto de aula - Barco em uma garrafa 11. Estilos Visuais 11.1. Como criar o efeito Duotone Projeto de aula - Duotones 11.2. Projeto de Aula - Duotone 11.3. Como criar o efeito Anaglyph dos óculos 3D
--	--	--	--

			11.4. Projeto de aula - Anaglyph 11.5. Como criar o efeito de corte de papel 11.6. Projeto de aula - efeito de corte de papel 12. Seleção e Mascaramento/Masks 12.1. Como copiar de uma imagem para outra 12.2. Como recortar imagens dentro do texto 12.3. Como remover o fundo 12.4. Projeto de aula - ferramenta de seleção rápida 12.5. Como colocar texto atrás de uma pessoa 12.6. Como criar uma máscara de camada 12.7. Projeto de aula - Recorte uma pessoa de 1 imagem e coloque-a em outra imagem 12.8. Como fazer Blend fade de uma imagem em outra 12.9. Como fazer objectos interligados 12.10. Textos interligados 12.11. Como selecionar o cabelo
--	--	--	---

			12.12. Projeto de aula - Selecionar o cabelo 12.13. Como selecionar coisas com bordas retas 12.14. Como obter texto para interagir com tinta e plantas 12.15. Projeto de aula - Interação de texto e imagem 13. Artboards 13.1. Como usar artboards no Adobe Photoshop CC 14. Modos de cor e resolução 14.1. Qual é a diferença entre RGB e CMYK no Adobe Photoshop CC 14.2. Resolução no Photoshop CC 15. Pincéis 15.1. Como criar efeitos de pintura splatter 15.2. Como criar efeito de tinta a pingar 15.3. Projeto de aula - Pincel a pingar
--	--	--	--

			15.4. Como criar efeito de fumo com uma imagem 15.5. Projeto de aula - efeito de fumo 16. Sombras 16.1. Como fazer uma sombra forte de vetor 16.2. Como fazer uma sombra realista no chão 16.3. Sombra curva sob uma imagem 17. Exportar Como exportar imagens do Photoshop para impressão na web e mídias sociais <u>InDesign</u> 16. Projecto 3: Newsletter/Brochuras Empresariais 16.1. Criar um newsletter o ou brochura da empresa, o que são spreads
--	--	--	---

			16.2. Usar uma página master no Adobe InDesign 16.3. Adicionar numeração automática de página a um arquivo 16.4. Remover uma página-master e excluir partes da página-master 16.5. PPI efetivo e resolução de imagem no painel de links do InDesign 16.6. Sombras projetadas a uma imagem ou logotipo 16.7. Adicionar os símbolos de direitos autorais, marcas registradas e marcas comerciais no InDesign 16.8. Adicionar texto de espaço reservado e lorem ipsum e obter uma contagem de palavras 16.9. Importar texto do Microsoft Word e manter ou remover a formatação 16.10. Criar colunas em uma caixa de texto 16.11. Justificar o texto e desativar a hifenização 16.12. Sublinhar o texto 16.13. Criar um estilo de parágrafo 16.14. Atualizar um estilo de parágrafo
--	--	--	--

			16.15. Localizar e remover espaços duplos após um ponto ou ponto final 16.16. Copiar cores de imagens 16.17. Projecto de Aula: Publicação em revista 17. Projecto 4: Documentos Empresariais Complexos 17.1. Copiar muito texto para o InDesign de uma só vez. 17.2. Importar estilos de parágrafo de outro documento? 17.3. Inserir páginas completamente em branco 17.4. Criar um gradiente 17.5. Como usar camadas 17.6. Opacidade avançada, marcas d'água e efeitos de transparência 17.7. Cantos arredondados a uma imagem ou caixa 17.8. Como Capitular texto? 17.9. Espaço entre as letras (Tracking ou Ke) 17.10. Mover texto em uma imagem ou forma usando quebra automática de texto?
--	--	--	---

			17.11. Desenhar uma seta ou triângulo ou estrela 17.12. Colocar uma imagem dentro de outras formas como um círculo? 17.13. Adicionar marcadores e listas numeradas 17.14. Criar uma tabela dentro do Adobe InDesign? 17.15. Converter tabelas do Microsoft Word ou Excel em Adobe InDesign? 17.16. Mover imagens com o texto 17.17. Criar uma quebra de linha, quebra de coluna e quebra de página 17.18. Sumário automático 17.19. Mudar as abas 17.20. Numeração das páginas
--	--	--	---

Professor: Prof. Doutor Fulgêncio e Manuel Manguê

Quadro 7: Pesquisa Social

Módulo de Pesquisa social	Crédito: 3 H. E.P: 30:00h H.E.I: 60:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
----------------------------------	--	-------------------	--------------------------------

		Capacitar estudantes universitários, profissionais de diferentes áreas de actuação, funcionários de organizações não-governamentais, organizações de base comunitária e outras pessoas interessadas em conhecimentos e desenvolver habilidades teórico - práticas que lhes possibilitem a colaborarem na realização de pesquisas sociais.	Desafios e perspectivas para a pesquisa social em Moçambique; Métodos e técnicas de Pesquisa Social; Análise de dados qualitativos e quantitativos na Pesquisa Social; Ética na pesquisa Social.
--	--	---	---

Proposta de Cursos de Curta Duração de licenciatura Jornalismo

Professor: Mestre Adão Matimbe

Quadro 7: Módulo de Assessoria de Imprensa

Módulo de Assessoria de Impresa	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
Referências Bibliográficas			

Quadro 8: PLANEAMENTO DA COMUNICAÇÃO: TIPOS, FASES, INSTRUMENTOS E OPERACIONALIZAÇÃO DA ESTRATÉGIA DA COMUNICAÇÃO

Professor: Prof. Doutor Vassoa

Mestre Arlete Mambo

Modulo	Credito: H.D: 40:00h H.I: 80:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
PLANEAMENTO DA COMUNICAÇÃO: TIPOS, FASES, INSTRUMENTOS E OPERACIONALIZAÇÃO DA ESTRATÉGIA DA COMUNICAÇÃO		Definir o conceito de planeamento nas diferentes perspectivas Identificar A importância do planeamento numa organização Apontar as vantagens do planeamento numa organização Identificar os níveis de planeamento numa organização Identificar as etapas da comunicação Conhecer os instrumentos para operacionalização da estratégia da comunicação	Aula 1 – apresentação e discussão do conceito de planeamento, sua importância, vantagens s e desvantagens; Aula 2- Desenvolver planeamento estratégico de uma organização Aula 3 – Desenvolver um planeamento tático de uma organização Aula 5 – Desenvolver um plano operacional de uma organização 6 - Elaborar programas projectos e programas de comunicação em múltiplos <i>media</i> e redes sociais.
	Referências Bibliográficas Baldissera, R. (2009). <i>Estratégia, Comunicação e Relações Públicas</i>. XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação (pp. 1- 11). Campo Grande: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Duarte, J. A. (2020). <i>Estratégia em Comunicação</i>. Comunicação Estratégica, 219-289.		

Espanhol, P. M. (2020). *Definição de estratégias de Relações Públicas: As metodologias utilizadas pelas agências e consultoras associadas da APECOM*. Escola Superior de Comunicação Social.

Fachinell, A. C., Rech, J., Mattia, O. M., & e Roveda, V. (2007). *Vigília e Inteligência Estratégica: Ferramentas Metodológicas para Definição de Estratégia de Relações Públicas*. Conexão - Comunicação e Cultura (pp. 161 -192). Caixas do Sul: UCS.

Kunsch, M. M. (2003). *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus Editorial.

Lal, C. (2020). *7 Step Guid For Social Media Campaign*. Retrieved from <http://curatorsocial.com>

Lozano, E. S. (2020). *As estratégias de relações públicas nos média sociais: análise de campanhas para a mudança social no setor da educação em Espanha e Portugal*. Journal Open Edition - Comunicação e Sociedade, 175-196.

Miranda, D. R. (2014). *Los Estudios Organizacionales. Un campo de conocimiento comprensivo para el estudio de las organizaciones*. Revista INNOVAR, 43-58.

Pereira, K. G. (2011). *Relações públicas em Portugal: desconhecimento do conceito ou não reconhecimento da actividade?* Lisboa: ESCS - Escola Superior de Comunicação Social. Retrieved 07 18/07/2023, 2023.0

Professor: Mestre Adão Matimbe

Quadro 8: Modelo de Novas Narrativas Digitais

Modulo de Novas Narrativas Digitais	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
--	--	-------------------	--------------------------------

Referências Bibliográficas			

Proposta de Cursos de Curta Duração de licenciatura Ciência de Informação

Professor: Mestre Alírio Rungo

Quadro 9: Modelo de Data Science para Empresas

Modulo Data Science para Empresas	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos ● Apresentar o conceito e as práticas de gestão de dados para empresas ● Conhecer o ecossistema de big data; ● Conhecer ferramentas de gestão de big data;	Conteúdos programáticos ● Introdução à Gestão de grandes Dados/Big data ● Plano de Gestão de Big data ● Fontes e Busca de Dados ● Gestão de Dados para empresas ● Instalação e Configuração de ferramentas e gestão de dados: MS Power BI; Organge Canvas.
Referências Bibliográficas			

Proposta de Cursos de Curta Duração de licenciatura Ciência de Informação

Professor: Mestre Alírio Rungo

Quadro 9: Aplicação da Inteligência Artificial para Marketing Digital

Módulo de Aplicação da Inteligência Artificial para Marketing Digital	Crédito: 3 H. E.P: 30:00h H.E.I: 60:00h	Objectivos Usar prompts profissionalmente para obter as melhores respostas da IA; Impulsionar a produtividade aplicando Inteligência Artificial (IA); Utilizar a inteligência artificial para impulsionar estratégias de marketing; Aumentar a compreensão de como a AI pode ser aplicada especificamente em negócios; Adquirir habilidades práticas para melhorar as estratégias de marketing; Automatizar tarefas repetitivas e demoradas, aumentando a produtividade; Usar as ferramentas da IA generativa de maneira profissional, independente da de actuação.	Conteúdos programáticos Conceitos e teorias de marketing e Inteligência artificial Aplicação de prompts na prática para criar: O plano de marca; Acampanha de Marketing; O conteúdos para canal do YouTube; Criar postagens com SEO para mídia social com CTA e hashtags; O uso o 3VAS Framework para redes sociais; Criar gerador de descrição do produtos; Automatizar legendas ou captions para redes sociais; Criar script ou roteiro de para vídeo sobre negócios.
--	--	---	--

Referências Bibliográficas			

Proposta de Cursos de Curta Duração de licenciatura Ciência de Informação

Professor: Mestre Alírio Rungo

Quadro 9: Módulo de Uso da Inteligência Artificial para Trabalhos Científicos

Módulo de Uso da Inteligência Artificial para Trabalhos Científicos	Crédito: 3 H. E.P: 30:00h H.E.I: 60:00h	Objectivos Familiarizar os participantes com conceitos básicos de IA generativa: Capacitar os pesquisadores e estudantes do ensino superior com o conhecimento necessário sobre inteligência artificial generativa, incluindo suas aplicações e potencialidades específicas para a produção de trabalhos científicos. • Demonstrar as capacidades das ferramentas de IA generativa: Apresentar e explorar diferentes ferramentas de IA generativa, como ChatGPT e BaiChat, fornecendo aos participantes uma	Conteúdos programáticos Introdução à Inteligência Artificial (IA) Generativa Ferramentas de IA Generativa; Oportunidades e Desafios da IA Generativa na Pesquisa Científica; Aplicação Prática da IA Generativa em Trabalhos Científicos; Aspectos Éticos e Responsáveis do Uso da IA em Pesquisa Científica
--	--	---	--

		compreensão prática de como essas tecnologias podem ser utilizadas para melhorar a produtividade na realização de trabalhos científicos diversos. • Explorar oportunidades e desafios da IA generativa na pesquisa acadêmica: Discutir as oportunidades oferecidas pela IA generativa para o ensino, aprendizado, pesquisa e produção de materiais científicos, ao mesmo tempo em que se abordam os desafios éticos, sociais e técnicos associados ao uso dessas tecnologias. • Capacitar os participantes na aplicação prática de IA generativa em seus trabalhos científicos: Proporcionar aos participantes experiências práticas e exercícios que os ajudem a incorporar efetivamente ferramentas de IA generativa em seus processos de pesquisa, redação e apresentação de trabalhos científicos. • Promover uma abordagem ética e responsável para o uso da IA em trabalhos científicos: Incentivar a reflexão crítica sobre o papel da IA na pesquisa científica, enfatizando a importância da transparência, responsabilidade e ética no desenvolvimento e utilização dessas tecnologias, visando sempre à integridade e qualidade da produção científica.	

Referências Bibliográficas	
----------------------------	--

Professor: Mestre Alírio Rungo

Quadro 10: Modelo de Curso de Chatbot para Negócios com Dialogflow

Modulo de Curso de Chatbot para Negócios com Dialogflow	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos ● Construir chatbots para negocios e terceiros; ● Criar assistentes automatizados para negócios; ● Integrar chatbots as redes sociais: messenger, whatsapp, Telegram e o Facebook; ● Automatizar interações digitais; ● Otimizar a experiência do cliente por meio do Dialogflow	Conteúdos programáticos 1 – Tendência global na comunicação online entre empresas e usuários; 2 –Inteligência Artifical e Conversacional; 3 – Treinamento de gentes e bots pré-existentes; 4 – Critérios do projecto: personas, contexto e usabilidade para criar fluxos de conversas; 5 – Configurar, aplicar, executar: agentes e intenções (intents) e aplique na execução de projetos.
---	---	---	---

Referências Bibliográficas			

Professor: Mestre Alírio Rungo

Quadro 11: Modelo de Gestão de dados em Marketing Digital

Modulo de Gestão de dados em marketing digital	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos ● Conhecer o data Science ● Aplicar o data science e a governança de dados no marketing ● Conhecer as estratégias de gestão de dados em marketing ● Aumentar receitas e diminuir custos com a inteligência da dados.	Conteúdos programáticos ● Importância da gestão de dados em marketing ● Fontes de dados para marketing ● Instalação e Configuração de ferramentas e gestão de dados: MS Power BI; Organge Canvas.
Referências Bibliográficas			

Quadro 12: Modelo de Sistemas Informatizados de gestão de Documentos e Processos

Modulo de Sistemas	Crédito: 2	Objectivos	Conteúdos programáticos ● Gestão de Documentos
---------------------------	-------------------	-------------------	---

Informatizados de gestão de Documentos e Processos	H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	● Conhecer o ciclo de vida dos documentos ● Conhecer a organização do sistema de tratamento ● Conhecer o tratamento informático da informação ● Conhecer a legislação nacional e internacional sobre a gestão de documentos e processos ● Instalar e configuração de sistema de gestão de documentos e processos	● Aspectos legais de gestão de documentos e processos ● Requisitos para sistemas de gestão de documentos e processos ● Instalação e configuração de sistema de gestão de documentos e processos
Referências Bibliográficas			

Professores: Mestre Delfina Mateus

Quadro 13: Modelo de Gestão de bibliotecas escolares

Modelo de Gestão de bibliotecas escolares	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos ● Ampliar o conhecimento sobre o funcionamento de uma biblioteca escolar-BE	Conteúdos programáticos ● Instalação e configuração KOHA ● Actividades da BE
--	--	---	--

		• Conhecer as actividades extracurriculares a serem desenvolvidas na BE • Aprender a instalar sistemas para a gestão de BE • Aprender a administrar a BE	• Formação e desenvolvimento de acervo na BE • Serviços de referência na BE • Conceção criativos e recreativos na BE
Referências Bibliográficas			

Quadro 14: Modelo de Marketing digital para Unidades de Informação

Modelo de Marketing digital para Unidades de Informação	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos • Conhecer as estratégias de gestão da imagem digital das instituições publicas (bibliotecas, museus e arquivos) • Conhecer estratégias para a criacao e desenho de conteudo para UI • Aprender a usar Canva para a criacao de conteudos	Conteúdos programáticos • Estratégias de markentig para UI • Facebook e Instagram Marketing • Design no Canva
--	--	--	--

		• Aprender a configurar redes sociais para UI	
Referências Bibliográficas			

Proposta de Cursos de Curta Duração de licenciatura Música e Teatro

Quadro 15: Teatro Infantil

Modelo de Teatro Infantil	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos Conhecimentos teóricos sobre o violino; Oferecer aos participantes conhecimentos técnicos de execução de violino; Desenvolver a capacidade interpretativa e compreensão das músicas; Aperfeiçoar e desenvolver a musicalidade em grupo; Alargar o conhecimento de repertório de música em geral; e	Conteúdos programáticos Aula 1 – Teórica-Prática : conceitos básicos Aula 2: Teórica -prática Regras básicas - Pontualidade; - Disponibilidade; Aula 3 - Improvisação; - Texto, corpo e acção
---------------------------	--	---	--

		Desenvolver o conhecimento de interpretação musical.	
		Permitir que as crianças brinquem com o mundo da fantasia; Motivar o exercício do pensamento;	Aula 4
		Adquirir conhecimentos básicos sobre marrabenta e xigubo; e Despertar a consciência corporal e a coordenação motora.	Aula 5 Criação colectiva; Ensaio geral
		Ensinar a criança a trabalhar em grupo e a relacionar-se com as outras crianças.	Aula 6 Actores, texto e público
Referências Bibliográficas			

Regente: Marta Massango

Quadro 16: Prática do Violino

Curso	Objectivos	Carga horária	Conteúdos programáticos
Prática de Violino	Conhecimentos teóricos sobre o violino; Oferecer aos participantes conhecimentos técnicos de execução de violino; Desenvolver a capacidade interpretativa e compreensão das músicas; Aperfeiçoar e desenvolver a musicalidade em grupo; Alargar o conhecimento de repertório de música em geral; e Desenvolver o conhecimento de interpretação musical.	72h	Aula 1 – Teórica-Prática : conceitos básicos Aula 2: Teórica -prática Regras básicas - Pontualidade; - Disponibilidade;

Quadro 17: Linguagem Musical

Linguagem Musical	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
		•	
Referências Bibliográficas			

Quadro 18: Teoria Rítmica e percepção (Básica e Avançada)

Teoria Rítmica e percepção (Básica e Avançada)	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
Referências Bibliográficas			

Quadro 19: Harmonia Tonal e Funcional

Harmonia Tonal e Funcional	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
----------------------------	---	------------	-------------------------

erências liográficas			

Quadro 20: Instrumentação e Orquestração

Instrumentação e Orquestração	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
erências liográficas			

Quadro 21: Direcção Coral

Direcção Coral	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
erências liográficas			

Quadro 22: Técnica de Cantos

ênica de Cantos	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
erências liográficas			

Quadro 23: Composição e Arranjo

omposição e anjo	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
erências liográficas			

Quadro 24: Produção de Espectáculos

dução de ectáculos	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
erências liográficas			

Quadro 24: Gestão de carreira Artística

	Instrumentos (Saxofone, Flauta, Mbira, Bondolim e e Timbela)		Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h		Objectivos		Conteúdos programáticos	
tão de eira stica		Crédito: 2		Objectivos		Conteúdos		
		H. E.P:						
		Referências						
		Bibliográficas						
		50:00h			programáticos			
erências liográficas								

Quadro 25: Empreendedorismo em artes

Compreendedorismo Artes	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objetivos	Conteúdos programáticos
Referências Bibliográficas			

Quadro 26: Instrumentos (Saxofone, Flauta e Mbira, Bondolim e Timbela)

Quadro 27: Técnicas de Voz e expressão Oral

Técnicas de expressão corporal	Direcção de actores (Figurino e cenografia)	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
	Referências Bibliográficas		Objectivos	Conteúdos programáticos

Quadro 28: Direcção de actores (Figurino e cenografia)

Quadro 29: Musicoterapia e Dramaterapia

Musicoterapia e Dramaterapia	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
Referências Bibliográficas			

Quadro 30: Regências para Orquestras infantis e Juvenis

Regências para Orquestras infantis e Juvenis	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos

Referências Bibliográficas			

Quadro 31: Dramaturgia do corpo

Dramaturgia do corpo	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
Referências Bibliográficas			

Quadro 32: Perfomance e Identidade

Perfomance e Identidade	Crédito: 2 H. E.P: 20:00h H.E.I: 50:00h	Objectivos	Conteúdos programáticos
Referências Bibliográficas			