



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E LETRAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**



PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

**Manaus – Amazonas
Ano 2012**

Administração Superior

Profa. Doutora Márcia Perales Mendes Silva
Reitora

Prof. Doutor Hedinaldo Narciso Lima
Vice-reitor

Profa. Doutora Rosana Cristina Pereira Parente
Pró-reitora de Ensino de Graduação

Prof. Doutor Francisco Adilson dos Santos Hara
Pró-reitor Adjunto de Ensino de Graduação

Profa. Doutora Selma Suely Baçal de Oliveira
Pró-reitora de Pesquisa e Pós-Graduação

Prof. MSc. Luiz Frederico Mendes dos Reis Arruda
Pró-reitor de Extensão e Interiorização

Téc. Esp. Valdelário Farias Cordeiro
Pró-reitor de Administração e Finanças

Tec. Esp. Francisco Benedito Gaspar de Melo
Pró-reitor para Assuntos Comunitários

Prof. Doutor Cícero Augusto Mota Cavalcante
Pró-reitor de Planejamento e Desenvolvimento Institucional

Membros da Comissão de Elaboração

Professores (as) **Célia Maria da Silva Carvalho, Henrique Wendhausen, Inara Regina Batista da Costa, Judy Lima Tavares, Maria Emilia de Oliveira Abbud, Jonas da Silva Gomes Junior** e o acadêmico **Bruno Strahm**.

Orientação e Acompanhamento Pedagógico - DAE/PROEG

Prof.^a MSc. Tereza Cristina T. dos Santos Barbosa
Diretora do Departamento de Apoio ao Ensino

MSc. Marnice Araújo Míglio
Pedagoga – DAE/PROEG

MSc. Neylanne Aracelli de Almeida Pimenta
Técnica em Assuntos Educacionais – TAE/DAE/PROEG

SUMÁRIO

Apresentação.....	6
1. MARCO REFERENCIAL.....	10
1.1. CARACTERIZAÇÃO DO CURSO.....	10
1.1.1. Diagnóstico da área no país e quadro geral de conhecimentos;.....	10
1.1.2. Formação de Pessoal e Mercado;.....	10
1.1.3. Campos de Atuação Profissional;.....	11
1.1.4. Regulamento e Registro da Profissão;.....	11
1.1.5. Perfil do profissional a ser formado;.....	12
1.1.6. Competências e Habilidades: Gerais e Específicas;.....	12
1.1.7. Objetivos do Curso:.....	14
. Objetivo Geral;.....	14
. Objetivos Específicos.....	14
1.2 . ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO DO CURSO:.....	14
1.2.1 Titulação;.....	14
1.2.2 Número de Vagas Oferecidas pelo Curso no PSC, PSM e PSMV;.....	14
1.2.3 Turno;.....	15
1.2.4 Local de Funcionamento;.....	15
1.2.5 Reconhecimento do Curso.....	15
1.3. MATRIZ CURRICULAR.....	16
1.3.1. Conteúdos Curriculares: Formação Básica Geral.....	16
1.3.2. Conteúdos Curriculares: Formação em Comunicação.....	16
1.3.3. Conteúdos Curriculares: Formação em Relações Públicas.....	16
1.3.4. Conteúdos Curriculares: Formação Suplementar / Optativas.....	17
1.3.5. Estrutura Curricular – Periodização.....	17
a. Componentes Curriculares Obrigatórios.....	17
b. Componentes Curriculares Optativos.....	18
1.3.6. Estágio Supervisionado e Projetos Experimentais de Conclusão de Curso.....	19
1.3.7. Atividades Complementares.....	20
1.3.8. Ementário.....	21
1.4 . CONCEPÇÃO METODOLÓGICA.....	58
1.5. PRINCÍPIOS NORTEADORES DA AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM.....	65
1.5.1 Avaliação do Projeto Pedagógico.....	67
1.6 RELAÇÕES ENTRE ENSINO-PESQUISA-PÓS-GRADUAÇÃO E EXTENSÃO.....	68
2. INFRAESTRUTURA NECESSÁRIA.....	75
3. CORPO DOCENTE E TÉCNICO ADMINISTRATIVO.....	77
APÊNDICES/ANEXOS	
Apêndice A – Regulamento do Estágio Curricular Obrigatório do Curso de Graduação em RP.....	78
Anexo 1 – Relatório Final de Estágio.....	86
Anexo 2 – Controle de Frequência Mensal.....	87
Anexo 3 – Plano de Estágio.....	88
Anexo 4 – Avaliação do Professor Orientador.....	90

Anexo 5 – Avaliação do Aluno pela Empresa.....	91
Anexo 6 – Auto-avaliação do Aluno.....	92
Apêndice B – Regulamento dos Projetos Experimentais de Conclusão de Curso do Curso de RP.....	92
Apêndice C – Regulamento das Atividades Complementares do Curso de RP.....	98
Apêndice D – Regulamento da Agência Experimental de Comunicação.....	105
Apêndice E – Quadro de Transição entre os Currículos de 1984 e 2012.....	110
Apêndice F – Quadro de Equivalência do Curso de Graduação em RP.....	111
Anexo 7 – Ata de Aprovação do PPC de Relações Públicas e Estágio/ TCC e Atividades Complementares.....	113

Apresentação

O Curso de Comunicação Social¹ da Universidade Federal do Amazonas foi criado em 1969, por meio da Resolução nº 02/69 – CONSUNI, inicialmente como curso de Jornalismo, ligado à extinta Faculdade de Filosofia, Ciências Humanas e Letras. Contudo, a implantação do curso só ocorreu em 1970, com a realização de seu primeiro vestibular, o qual ofertou 30 vagas. Nessa fase de implantação, o então curso de Jornalismo recebeu a contribuição de professores da Universidade São Paulo – USP, bem como de professores oriundos de áreas do conhecimento em Ciências Humanas da UFAM, haja vista que, naquele tempo, eram poucos os profissionais qualificados para a docência em Manaus.

No bojo da Reforma Universitária de 1969, aconteceu a reestruturação dos cursos da Universidade, surgindo então a ideia das habilitações. Dessa forma, em 1971, o curso passou a denominar-se Curso de Comunicação e, em 1972, definiram-se as habilitações de Jornalismo e Relações Públicas para as turmas que entraram naquele ano. No entanto, de acordo com Patrícia Ferreira da Silva e Sandra da Silva Castro, naquele tempo, o ensino de Relações Públicas fazia parte do currículo de Comunicação apenas enquanto disciplina (1998, p. 07). Quem elucida essa passagem é o prof^o Walmir de Albuquerque Barbosa, o primeiro coordenador do curso de Comunicação Social da UFAM, em entrevista concedida exclusivamente para esta pesquisa.

Com a Reforma Universitária, criou-se o curso de Comunicação Social com as habilitações. No caso das Universidades que não tinham as habilitações, como era o caso da UFAM, que só ofertava Jornalismo, estabeleceu-se o seguinte: o curso de Comunicação era genérico e eram vistas disciplinas de algumas habilitações, sendo que os egressos saíam com uma habilitação genérica, podendo trabalhar como Jornalista, Relações Públicas e como Editor. Isso não agradou. Durou pouco mais de um ano, e nova reforma foi feita, sendo que foram feitas as distinções. No caso da UFAM, assim ficou: Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo (BARBOSA, 2011).

¹ Conforme a monografia “Um olhar sobre políticas dos egressos de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas”, de autoria de Francielma da Costa Barbosa, 2011.

A criação das habilitações pelo MEC, ainda em conformidade com BARBOSA (2011), gerou um problema para os Jornalistas. Somando a criação das habilitações à questão da ditadura militar e da censura, o curso de Jornalismo deixou de ser procurado pela elite, e assim houve uma “proletarização do Jornalismo”. A essa altura, em meio a diversas mudanças que ocorriam no âmbito social e econômico, uma em especial já abalava as estruturas dos negócios em todo o Brasil: o mercado passou a enquadrar-se no sistema de Administração moderna, cujo maior valor era dado à questão da imagem empresarial. Dava-se início, então, a um período em que eram maiores as ofertas de emprego na área, sendo que, enquanto antes se valorizava mais os Assessores de Imprensa, passou-se a valorizar mais os chamados Assessores de Relações Públicas.

Em 1975, com a extinção da Faculdade de Filosofia, Ciências Humanas e Letras, o curso de Comunicação foi transferido para o recém-criado Instituto de Ciências Humanas e Letras – ICHL. Este processo resultou na criação do Departamento de Comunicação Social.

Em um sábado, o então Reitor, profº Anderson Dutra, chamou-me na Reitoria. Chegando lá, ele mesmo redigiu a Portaria, criando o DECOM, nomeando-me chefe de departamento e coordenador do curso de Comunicação Social. Saí de lá com o documento na mão. (BARBOSA, 2011).

Com a criação do DECOM, houve a necessidade de repensar o curso de Comunicação Social dentro da Reforma Universitária. O mercado de trabalho já evocava a criação do curso de Relações Públicas, mas o que determinou sua criação foi o incentivo do então chefe do departamento de Administração da UFAM, o profº Randolpho Bittencourt - que possuía especialização em Relações Públicas pela Fundação Getúlio Vargas /FGV/RJ – e, principalmente, o incentivo do prof. Cândido Teobaldo de Souza Andrade, que, por meio de parceria estabelecida com a Universidade do estado de São Paulo - USP, naquele período prestava seus serviços à UFAM como docente do curso de Jornalismo, ministrando a disciplina de Relações Públicas.

Em 1957, o profº Andrade nos incentivou a participar de um congresso da ABRP que haveria em Belém. Assim, por meio da Reitoria da Universidade, fomos ao congresso eu, profº Randolpho Bittencourt e o profº Ruy Solto de Alencar. Fiquei animado porque era uma forma de ampliarmos o curso, atendermos às novas demandas do mercado e aos alunos, que já se

interessavam pela criação da nova habilitação. Ao voltarmos do congresso, marcamos uma audiência com o Reitor, fizemos a sugestão e ele autorizou com a criação da habilitação (2011).

Assim, curso de graduação em Comunicação Social, por meio da Resolução nº 005 de 1977 – CONSUNI, passou a formar profissionais nas habilitações Jornalismo e Relações Públicas. Com isso, Relações Públicas passaram a compor uma habilitação específica, possuindo elenco próprio de matérias. A primeira turma formou-se em 1978, com seis finalistas.

Em 1975, o curso de Comunicação Social adquiriu os primeiros equipamentos necessários para realização das aulas práticas, sendo que um ano depois foram instalados os primeiros laboratórios. Em 1984 houve a implantação do currículo mínimo para os Cursos de Comunicação Social e habilitações, sendo que o curso de Relações Públicas o mantém até os dias atuais, porém, em processo de implantação de uma nova estrutura curricular.

Vale ressaltar que em 2006, foi designada uma comissão para elaborar uma nova estrutura curricular, como afirma a prof^a Maria Emília Abbud, em entrevista concedida para esta investigação.

2006 foi um ano de diversas discussões acerca da estrutura curricular. Chegamos a produzir uma nova estrutura curricular, a qual foi apresentada aos alunos e a profissionais oriundos da UFAM, que contribuíram com diversas sugestões em relação à manutenção e remanejamento de disciplinas (ABBUD, 2011)

Com o início do movimento para estabelecer Diretrizes Nacionais para os Cursos de Relações Públicas, a Comissão optou por esperá-las para realizar as alterações em conformidade com as novas diretrizes. Em 2011, por meio da Portaria nº 20/2011 – ICHL foi criada uma Comissão de competência para elaborar o Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas, com previsão de implantação de nova estrutura curricular em 2012.

O curso é operacionalizado com base em disciplinas obrigatórias e optativas, oferecidas em 08 períodos, totalizando assim 04 anos; além da obrigatoriedade do aluno cumprir 360 horas de estágio e 180 horas de atividades complementares de extensão, pesquisa e/ou monitoria. As disciplinas obrigatórias do curso visam oferecer ao aluno uma formação humanística, crítica e analítica do mercado de

trabalho, sendo assim distribuídas em disciplinas teóricas, técnicas e de pesquisa da área da comunicação.

O estágio obrigatório visa aproximar o aluno do mercado de trabalho, para assim aplicar e desenvolver habilidades e competências discutidas em sala de aula. As atividades de extensão visam levar o aluno a perceber a comunidade como campo de atuação de sua futura atividade profissional, compreendendo seu papel como cidadão, como por exemplo, a participação através da Agência Experimental de Comunicação e nos projetos oferecidos pelos docentes através da Atividade Curricular de Extensão (ACE) e Ações de Fluxo Limitado (PIBEX).

As atividades de monitoria têm por objetivo apresentar ao aluno a atividade docente, tendo um papel de apoio ao professor da disciplina. As atividades de pesquisa oferecidas visam formar o aluno-pesquisador, o qual, ainda nos primeiros períodos de faculdade tem a possibilidade de investigar cientificamente a área da comunicação, o que ainda poderá contribuir no ingresso do aluno no Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM), também pertencente ao Departamento de Comunicação. Atualmente, o aluno pode participar dos seguintes grupos de pesquisa: Grupo de Pesquisa em Relações Públicas, Programa de Educação Tutorial (PET), Grupo de Pesquisa em Semiótica da Comunicação (Mediação) e Grupo de Estudos e Pesquisa em Ciências da Comunicação, Informação, Design e Artes (INTERFACES). Ou ainda, pode desenvolver pesquisas através do Programa de Iniciação Científica (PIBIC).

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. CARACTERIZAÇÃO DO CURSO:

1.1.1. Diagnóstico da Área no País e no Quadro Geral de Conhecimentos

A história das Relações Públicas no Brasil é marcada pelas práticas dos profissionais no mercado de trabalho, por sua institucionalização por meio de amparo legal e pelas ações de suas diversas entidades de classe, e ainda por sua evolução e seu amadurecimento enquanto campo acadêmico.

Segundo o Relatório da Comissão de Especialistas, instituída pela Secretaria de Educação Superior do Ministério da Educação (Portaria nº 595 de 24 de maio de 2010), constituída com a competência de subsidiar a formulação das diretrizes curriculares dos cursos de Relações Públicas, a formação dos profissionais é feita atualmente por 107 cursos de graduação, sendo que esta Comissão estimou um contingente de 3.200 egressos no país. O Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (ENADE) avalia o conjunto de cursos de Relações Públicas desde 2006.

1.1.2. Formação de Pessoal e Mercado

As intensas mudanças na sociedade, com a revolução científica e tecnológica, apontam para um novo cenário vivido pelas organizações e pela sociedade de modo geral. No que se refere ao campo científico da comunicação, percebe-se que as novas formas de comunicação digital e da tecnologia da informação e comunicação, e especificamente o crescimento das práticas de relações públicas, passam a exigir o redimensionamento da formação superior desse profissional, que contemple outras abordagens e o desenvolvimento de competências gerais e específicas nas dimensões técnica, estética e ética, que atenda ao perfil desejável do profissional de relações públicas diante das transformações políticas, culturais, sociais e tecnológicas, de forma condizente com a sociedade do conhecimento.

Nesta perspectiva a formação do profissional de relações públicas deverá proporcionar o desenvolvimento de competências e habilidades que o torne apto a: atuar nas áreas de comunicação nas organizações públicas, privadas e do terceiro setor, por meio do estabelecimento de políticas, estratégias e instrumentos de

comunicação e relacionamento; desenvolver atividades de pesquisa e análise, de assessoria e consultoria, de planejamento e de divulgação, podendo ser também um empreendedor da área para diversos segmentos.

1.1.3 Campos de Atuação Profissional

As atividades de relações públicas envolvem todas as ações de uma organização de qualquer natureza no sentido de estabelecer e manter, pela comunicação, a compreensão mútua com os públicos aos quais está diretamente ligada. Dirigem-se primordialmente à consecução de objetivos institucionais, identificando, propondo e/ou implementando soluções para o aprimoramento da gestão dos processos comunicacionais das organizações.

Constituem práticas voltadas para a gestão de relacionamentos que se materializa pelo uso de técnicas de comunicação no ambiente organizacional, seja de organizações públicas, privadas ou do terceiro setor. Essas práticas podem ser desenvolvidas na qualidade de profissional autônomo, nos departamentos das organizações, em empresas de assessoria e consultoria de relações públicas, ou ainda em diversos outros segmentos afins.

1.1.4. Regulamento e Registro da Profissão

A profissão de relações públicas é disciplinada desde 1967, pela Lei 5.377, e pelo Regulamento que define o seu exercício, por meio do Decreto 63.283, de 26/09/68. A constituição do Conselho Federal e dos Conselhos Regionais de Profissionais de Relações Públicas foi instituída pelo Decreto-Lei 860, de 11/09/69.

A Resolução Normativa nº 43, de 24/08/02, atualizou as funções e atividades privativas dos profissionais de Relações Públicas, tendo como fundamento as conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas, que foi o esforço nacional realizado e organizado pela categoria sob o comando do seu Conselho Federal, com o intuito de modernizar a atividade a adequar-se às exigências dos novos tempos.

1.1.5. Perfil do Profissional a Ser Formado

O egresso do Curso de Relações Públicas deve ser profissional comprometido com a ética, ser humanista, ser crítico e reflexivo, com as seguintes características:

1. Compreensão do campo técnico-científico da comunicação de forma a estabelecer uma visão sistêmica das políticas e estratégias de relações com os diversos públicos;
2. Articulação no exercício de interlocução entre as áreas da comunicação e na gestão dos processos de comunicação nas organizações;
3. Equilíbrio entre formação geral, humanística e específica, comportamento ético, e um perfil técnico que o capacite a responder aos desafios das suas atividades profissionais;
4. Desenvolvimento da aptidão de empreender negócios no campo da comunicação organizacional, buscando auxílio das novas tecnologias e técnicas disponíveis.

1.1.6. Competências Gerais/ Habilidades/Atitudes/Valores

a. Competências gerais

- Dominar as linguagens e técnicas utilizadas no processo de comunicação e nas diversas mídias, articulando as dimensões de criação, produção e interpretação;
- Articular de forma multidisciplinar e interdisciplinar as interfaces existentes nas diferentes áreas da comunicação, e outros campos do saber, promovendo a integração teórica e prática;
- Atuar em consonância com os princípios éticos de comunicação para a cidadania, considerando as questões contemporâneas de sustentabilidade;

- Produzir conhecimento científico no campo de comunicação e na área das Relações Públicas.

b. Habilidades específicas

- Desenvolver pesquisas, estratégias e políticas que favoreçam a interpretação da conjuntura sócio-organizacional;
- Criar, executar e avaliar planos, programas, campanhas e projetos estratégicos de relações públicas integrados às demandas organizacionais e da opinião pública;
- Sistematizar os conhecimentos necessários à prática profissional, nos âmbitos da gestão de processos comunicacionais, da cultura organizacional e das inovações tecnológicas;
- Utilizar técnicas e instrumentos adequados ao desenvolvimento de atividades específicas: assessoria de imprensa, organização de eventos, cerimonial e protocolo, ouvidoria, comunicação interna, pesquisa de opinião pública e de mercado;
- Realizar serviços de auditoria, consultoria e assessoria de comunicação de empresas;
- Atuar de forma qualificada em atividades de lobby/relações governamentais e comunicação pública;
- Administrar crises e controvérsias, promovendo ações para a construção e consolidação da identidade e do conceito das organizações;
- Elaborar planejamentos estratégicos e operacionais de comunicação para quaisquer organizações, com base nos conceitos e técnicas da comunicação institucional, corporativa, organizacional, dirigida, integrada, pública ou cívica.

c. Valores

- Compromisso;
- Ética;
- Respeito;
- Responsabilidade;
- Integridade.

1.1.7. Objetivos do Curso

Geral

- Propiciar a formação de gestores dos processos comunicacionais nas organizações mediante a compreensão do campo teórico e técnico-científico do ambiente comunicacional e das relações públicas, visando a uma formação comprometida com a ética, crítica, reflexiva, humanista e que valorize o desenvolvimento regional sustentável.

Específicos

- Promover a interlocução entre a área das relações públicas e o campo da comunicação e áreas afins;
- Buscar o equilíbrio entre formação geral, específica e técnica de forma a capacitar o profissional no enfrentamento dos desafios de suas atividades de relações públicas;
- Despertar uma formação empreendedora para prestação de serviços na área de relações públicas;
- Incentivar a produção do conhecimento científico no campo das ciências da comunicação e na área das relações públicas por meio das atividades de pesquisa e de extensão oferecidas pela Universidade.

1.2 ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO DO CURSO

1.2.1. Titulação

Bacharel em Relações Públicas.

1.2.2. Número de vagas oferecidas pelo curso:

O Curso de Relações Públicas oferecerá 43 (quarenta e três) vagas, sendo 50% das vagas pelo Processo do ENEM e 50% das vagas pelo Processo Seletivo Contínuo – PSC.

1.2.3 Turno

O Curso de Relações Públicas é diurno, funcionando no turno matutino e vespertino.

1.2.4 Local de Funcionamento

Campus Senador Arthur Virgílio Filho, no setor Norte, no Instituto de Ciências Humanas e Letras - ICHL

1.2.5 Reconhecimento

O curso de Comunicação Social – Relações Públicas foi reconhecido pelo Decreto nº 81.087 de 21/12/1977, Publicado no Diário Oficial da União em 22/12/1977.

1.3 MATRIZ CURRICULAR

ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Conteúdos Curriculares			
	Disciplinas	CR	CH
1.3.1 FORMAÇÃO BÁSICA GERAL	Compreensão e Produção Textual I	3.2.1	60
	Metodologia do Estudo	4.4.0	60
	Sociologia I	4.4.0	60
	Introdução à Filosofia	4.4.0	60
	Psicologia Geral	4.4.0	60
	Compreensão e Produção Textual II	3.2.1	60
	Metodologia da Pesquisa Científica	3.2.1	60
	Introdução à Antropologia Cultural	4.4.0	60
	Ciência Política	4.4.0	60
	SUBTOTAL	33	540
1.3.2 FORMAÇÃO EM COMUNICAÇÃO	História da Comunicação e das Relações Públicas	4.4.0	60
	Teorias da Comunicação	4.4.0	60
	Fundamentos de Publicidade e Propaganda	2.2.0	30
	Fundamentos de Jornalismo	2.2.0	30
	Realidade Regional em Comunicação	4.4.0	60
	Sociologia da Comunicação	4.4.0	60
	Produção Audiovisual	3.2.1	60
	Tecnologia da Comunicação e Informação	4.4.0	60
	Linguagens da Comunicação	4.4.0	60
	SUBTOTAL	31	480
1.3.3 FORMAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	Teorias das Relações Públicas	4.4.0	60
	Planejamento em Relações Públicas I	4.4.0	60
	Teoria das Organizações Aplicadas à Comunicação	4.4.0	60
	Comunicação Dirigida	4.4.0	60
	Teoria e Pesquisa em Relações Públicas	4.4.0	60
	Produção Textual para Meios Impressos	3.2.1	60
	Planejamento em Relações Públicas II	3.2.1	60
	Pesquisa em Relações Públicas	3.2.1	60
	Comunicação Institucional	4.4.0	60
	Comunicação na Gestão Pública	4.4.0	60
	Produção Textual para Meios Eletrônicos e Digitais	3.2.1	60
	Legislação e Ética em Relações Públicas	4.4.0	60
	Assessoria de Comunicação	3.2.1	60
	Gestão de Eventos	3.2.1	60
	Comunicação Interna e Cultura Organizacional	3.2.1	60
	Comunicação Mercadológica	3.2.1	60
Relações Públicas Comunitárias	3.2.1	60	

		SUBTOTAL	59	1.020
1.3.4 FORMAÇÃO SUPLEMENTAR OPTATIVAS	Comunicação e Empreendedorismo		3.2.1	60
	Marketing Político		4.4.0	60
	Fundamentos de Design Gráfico		4.4.0	60
	Mediação e Negociação de Conflitos		4.4.0	60
	Relações Públicas e Turismo		4.4.0	60
	Estatística		4.4.0	60
	Tópicos Especiais em Relações Públicas		3.2.1	60
	Fundamentos de Fotografia e Imagem		3.2.1	60
	LIBRAS			
	O aluno deverá cursar o mínimo de 12 créditos e 180h de disciplinas optativas.			
Trabalho de Conclusão de Curso	Projeto Experimental/TCC		6.4.2	120
	Projeto Experimental em Relações Públicas/TCC		10.2.8	270
Estágio Supervisionado	Estágio Supervisionado em RP		13.2.11	360
Atividades Complementares de Pesquisa, Extensão e Monitoria	Atividades Complementares		-	180
TOTAL GERAL			164	3.150

1.3.5 Estrutura Curricular-Periodização

a. Disciplinas Obrigatórias

PER	SIGLA	DISCIPLINA	PR	CR	C.H.
1º	IHC172	Compreensão e Produção Textual I	-	3.2.1	60
	FET013	Metodologia do Estudo	-	4.4.0	60
	IHC173	História da Comunicação e das Relações Públicas	-	4.4.0	60
	IHS011	Sociologia I	-	4.4.0	60
	IHF001	Introdução à Filosofia	-	4.4.0	60
	FEP001	Psicologia Geral I	-	4.4.0	60
	SUB-TOTAL				23
PER	SIGLA	DISCIPLINA	PR	CR	C.H.
2º	IHC174	Compreensão e Produção Textual II	IHC172	3.2.1	60
	IHC175	Teorias das Relações Públicas	-	4.4.0	60
	IHC176	Teorias da Comunicação	IHC173	4.4.0	60
	IHC177	Metodologia da Pesquisa Científica	FET013	3.2.1	60
	IHS008	Introdução à Antropologia Cultural	IHS011	4.4.0	60
	SUB-TOTAL				18
3º	IHC178	Fundamentos de Publicidade e Propaganda	-	2.2.0	30
	IHC179	Planejamento em Relações Públicas I	-	4.4.0	60
	IHC202	Teorias das Organizações Aplicadas à Comunicação	-	4.4.0	60
	IHC203	Comunicação Dirigida	-	4.4.0	60
	IHC204	Fundamentos de Jornalismo	-	2.2.0	30
	IHC108	Realidade Regional em Comunicação	-	4.4.0	60
	SUB-TOTAL				20
	IHC205	Teoria e Pesquisa em Relações Públicas	-	4.4.0	60
	IHC206	Produção Textual para Meios Impressos	-	3.2.1	60

4º	IHS072	Sociologia da Comunicação	IHS011	4.4.0	60
	IHS037	Ciência Política	-	4.4.0	60
	IHC207	Planejamento em Relações Públicas II	IHC179	3.2.1	60
		SUB-TOTAL	-	18	300
5º	IHC208	Pesquisa em Relações Públicas	-	3.2.1	60
	IHC209	Comunicação Institucional	-	4.4.0	60
	IHC210	Comunicação na Gestão Pública	-	4.4.0	60
	IHC211	Produção Textual para Meios Eletrônicos e Digitais	-	3.2.1	60
	IHC099	Legislação e Ética em Relações Públicas	-	4.4.0	60
		SUB-TOTAL	-	18	300
6º	IHC212	Assessoria de Comunicação	-	3.2.1	60
	IHC213	Gestão de Eventos	-	3.2.1	60
	IHC214	Comunicação Interna e Cultura Organizacional	-	3.2.1	60
	IHC215	Comunicação Mercadológica	-	3.2.1	60
	IHC216	Produção Audiovisual	-	3.2.1	60
	IHC217	Estágio Supervisionado em Relações Públicas	-	13.2.11	360
		SUB-TOTAL	-	28	660
7º	IHC218	Projeto Experimental	IHC217	6.4.2	120
	IHC219	Tecnologia da Informação e Comunicação		4.4.0	60
	IHC220	Relações Públicas Comunitárias		3.2.1	60
	IHC221	Linguagens da Comunicação		4.4.0	60
		SUB-TOTAL		17	300
8º	IHC222	Projeto Experimental em Relações Públicas	IHC218	10.2.8	270
		SUB-TOTAL	-	10	270
		SUB-TOTAL	-	152	2.790
QUADRO SINÓPTICO DA ESTRUTURA CURRICULAR				CR	C.H.
DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS				152	2.790
DISCIPLINAS OPTATIVAS				12	180
ATIVIDADES COMPLEMENTARES				-	180
TOTAL GERAL				164	3.150
Mínimo de Períodos				08	
Máximo de Períodos				12	
Limites no Período: Máximo de Créditos				32	

b. Disciplinas Optativas

SIGLA	DISCIPLINA	PR	CR	C.H.
IHC223	Comunicação e Empreendedorismo	-	3.2.1	60
IHC120	Marketing Político	-	4.4.0	60
IHC224	Fundamentos de Design Gráfico	-	4.4.0	60
IHC225	Mediação e Negociação de Conflitos	-	4.4.0	60
IHC226	Relações Públicas e Turismo	-	4.4.0	60
IEE353	Estatística	-	4.4.0	60
IHC227	Tópicos Especiais em Relações Públicas	-	3.2.1	60
IHC168	Fundamentos de Fotografia e Imagem	-	4.4.0	60
IHP123	LIBRAS	-	-	-
	O aluno deverá cursar o mínimo de 12 créditos e 180h de disciplinas optativas.	-	-	-

1.3.6 Estágio Supervisionado em Relações Públicas e Projetos Experimentais de Conclusão de Curso

O estágio em Relações Públicas é o momento de ampliação das teorias discutidas e reconstruídas ao longo do Curso para sua aplicação no exercício profissional em ambiente real.

Esta concepção de estágio está estruturada da seguinte forma:

- Reflexões teórico-práticas: aplicação de conhecimentos em situações reais de exercício e de aprendizagem, por meio de simulações ou experimentações;
- Prática do exercício profissional no campo real: inserção do aluno em empresas, instituições, dentre outros, de modo a desenvolver ações em relações públicas.

No apêndice A consta a Regulamentação do Estágio com o detalhamento de sua operacionalização.

PROJETOS EXPERIMENTAIS DE CONCLUSÃO DE CURSO - PECC

O PECC será desenvolvido em dois momentos distintos: por meio da disciplina Projeto Experimental, a ser cursada no 7º período, com carga horária de 120h, que equivale a 06 créditos (sendo 04 créditos teóricos e 02 créditos práticos), e no 8º período, por meio da disciplina Projeto Experimental em Relações Públicas, com 270 horas, perfazendo um total de 09 créditos.

Os Projetos Experimentais de Conclusão de Curso (PECC) tanto podem ser trabalhos monográficos, resultantes de uma pesquisa, quanto trabalhos práticos, e caracterizam-se pela pesquisa e pela elaboração de um produto, de acordo com as normas técnicas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) – especialmente a NBR 14724, por meio da utilização de instrumentos e técnicas da Comunicação Social, especificamente de Relações Públicas.

Ao optar por apresentar um Projeto Experimental, ou seja, um produto, o(a) estudante não fica desobrigado(a) de apresentar o trabalho monográfico referente à elaboração do produto de comunicação.

Quando se tratar de um Projeto Experimental, e nesse único caso, o trabalho poderá ser realizado em dupla, desde que atendam às especificações acima e gerem produtos relativos à atividade de Relações Públicas.

O regulamento dos Projetos Experimentais de Conclusão de Curso (PECC) consta no Apêndice B deste documento, com critérios, procedimentos e mecanismos de avaliação, além das diretrizes técnicas relacionadas à sua elaboração.

1.3.7 Atividades Complementares

Atividades Complementares (total 180 horas) seguirão os pressupostos estabelecidos na Resolução 018/2007 da Câmara de Ensino de Graduação e do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão.

Deverão ser cumpridos no mínimo 180h (cento e oitenta horas) de atividades complementares escolhidas a critério do aluno, independente da realização dos créditos do curso.

Todas as atividades complementares deverão ser comprovadas pelo aluno, pelo meio legal, e averbadas pelo Coordenador do Curso de Relações Públicas.

As Atividades Complementares se constituirão no aproveitamento de estudos e práticas na área do Curso e áreas afins realizadas ao longo de todo o Curso, tais como: monitorias, cursos livres, cursos sequenciais, participação em projetos de pesquisa e extensão, participação em eventos e quaisquer outras atividades similares.

Podem ser aproveitadas como Atividades Complementares disciplinas de graduação cursadas além das exigidas pelo Curso. A escolha e a validação das atividades complementares deverão ser fundadas no objetivo de flexibilizar o currículo pleno, propiciando ao aluno enriquecimento curricular, diversificação temática e aprofundamento interdisciplinar.

No Apêndice C consta a Regulamentação das Atividades Complementares com a relação das atividades a serem escolhidas pelos alunos.

1.3.8 Ementas e Referências Bibliográficas das Disciplinas

a) Disciplinas Obrigatórias

1º PERÍODO

SIGLA
IHC800

DISCIPLINA
COMPREENSÃO E PRODUÇÃO TEXTUAL I

OBJETIVO GERAL

Desenvolver as habilidades de leitura, compreensão e produção textual.

EMENTA

A comunicação linguística. Comunicação, linguagem e intencionalidade. Teoria da linguagem e dos códigos. O texto como representação linguística. As características do texto. As funções do texto. O fator da comunicação textual. As funções da linguagem. Análise do texto. A síntese do texto. Leitura analítica. Esquema e resumo. Recensão crítica e resenha.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

BLIKSTEIN, Izidoro. **Técnicas de comunicação escrita**. São Paulo: Ática, 2006.
CARVALHO, Sérgio Waldeck de; SOUZA, Luiz Marques. **Compreensão e produção de textos**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.
CHALHUB, Samira. **Funções da linguagem**. São Paulo: Ática, 2006.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1974.
PERROTTI, Edna M. Barian. **Superdicas para escrever bem diferentes tipos de texto**. Rio de Janeiro; Saraiva, 2009.
POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
TREVISAN, Zizi. **As malhas do texto**. São Paulo: Clíper, 1998.
TURIN, Roti Nielba. **Aulas: introdução ao estudo das linguagens**. São Paulo: Annablume, 2007.

SIGLA
FET013

DISCIPLINA
METODOLOGIA DO ESTUDO

OBJETIVO GERAL

Conhecer e dominar as técnicas e procedimentos referentes à metodologia do trabalho científico.

EMENTA

Metodologia da leitura. Metodologia do trabalho científico em Ciências Humanas. Ciência e ideologia. A função social da Universidade.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. CIDADE. Atlas, 2010.
- JACOBINI, Maria Letícia de Paiva. **Metodologia do Trabalho Acadêmico**. 4. Ed.rev.CIDADE.Alínea, 2011.
- LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1991.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. BUZZI, Arcângelo R. **Introdução ao pensar**. Petrópolis: Vozes, 1992.
- MORGAN, Clifford. **Como estudar**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1990.
- PÁDUA, E. M. M. **Metodologia da pesquisa**: abordagem teórico-prática. 2. ed. Campinas: Papyrus, 1997.
- PRESTES, Maria Luci de Mesquita. **A pesquisa e a construção do conhecimento científico**: do planejamento aos textos; da escola à academia. 2 ed. São Paulo: Rêspel, 2003.
- SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2004.

SIGLA
IHC832

DISCIPLINA
HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO E DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

OBJETIVO GERAL

Conhecer o desenvolvimento histórico da comunicação e das Relações Públicas, perpassando pelos principais acontecimentos da pré-história à atualidade.

EMENTA

A comunicação oral e os primeiros registros de linguagem. Desenvolvimento histórico da Comunicação: da pré-história, passando pela introdução da imprensa no mundo ocidental até os dias atuais. O surgimento do telégrafo, dos impressos, da fotografia, do gramofone, do telefone, do rádio, cinema, TV e Internet. Surgimento, expansão e transformação dos meios de comunicação no Brasil. A influência do avanço tecnológico para o desenvolvimento da comunicação. A história das Relações Públicas no Brasil e no mundo.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

BRIGGS, A; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

GIOVANNINI, Giovanni. **A evolução da Comunicação**: do Silex ao Silício. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Relações públicas**: história, teorias e estratégias nas organizações. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARTINS, Ana Luiza e LUCA, Tania Regina de (organizadoras). **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

FIGUEIREDO, José Carlos. **Comunicação sem fronteiras**: da pré-história a era da informação. São Paulo: Gente, 1999.

GONTIJO, Silvana. **O livro de ouro da comunicação**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

HERSHMANN, Micael M e GOULART, Ana Paula. **Comunicação e História – interfaces e novas abordagens**. São Paulo: Mauad, 2008.

REFERÊNCIA COMPLEMENTARES

DARNTON, Robert. **O beijo de lamourette** - Mídia, cultura e revolução (Trad. Denise Bottman). São Paulo: Cia das Letras, 1990.

PERLES, João Batista. **Comunicação**: conceitos, fundamentos e história. Biblioteca On line de Ciências da Comunicação. 2007. Disponível em: www.bocc.ubi.pt Acesso em 30/03/2011

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos da teoria e pesquisa da comunicação e dos media**. 2. ed. Porto: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. 2006. Disponível em www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pesquisa-comunicacaomedia.pdf.

MORAIS, Fernando. **Chatô O rei do Brasil**. São Paulo: Cia das Letras, 1994

MOURA, Cláudia Peixoto de (org.). **História das Relações Públicas**: fragmentos da memória de uma área [recurso eletrônico - www.pucrs.br/edipucrs/historiarp.pdf]. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2008.

SIGLA
IHS011

DISCIPLINA
SOCIOLOGIA I

OBJETIVO GERAL

Compreender o significado das ciências sociais, da estrutura social e da sociedade capitalista.

EMENTA

A sociologia como ciência da sociedade industrial. Análise do modo de produção capitalista: classes sociais e relações de produção. Estado e sociedade civil. Estrutura social e história. Cultura.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

GIDDENS, A. **Sociologia**. 4 ed. Porto Alegre: Artmed, 2005.
 GUARESCHI, Pedrinho. **Sociologia Crítica**: alternativas de mudança. 51 ed. Porto Alegre: Mundo Jovem, 2001.
 IANNI, Octávio (org.); FERNANDES, Florestan (coord.). **Marx. Coleção Grandes Cientistas Sociais**. São Paulo: Ática, 2001.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

ARON, Raymond. **As etapas do pensamento sociológico**. 5 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
 COHN, Gabriel (Org.); FERNANDES, Florestan (coord.). **Weber. Coleção Grandes Cientistas Sociais**. São Paulo: São Paulo: Ática, 2001.
 MARTINS, Carlos Benedito. **O que é Sociologia**. 33 ed. São Paulo: Brasiliense, 1993. (Coleção Primeiros Passos).
 RODRIGUES, Albertino José; FERNANDES, Florestan (coord.). **Durkheim. Coleção Grandes Cientistas Sociais**. São Paulo: Ática, 2001.
 VELHO, Gilberto (org.). **Desvio e divergência**: uma crítica da Patologia Social. 7 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

SIGLA
IHF001

DISCIPLINA
INTRODUÇÃO À FILOSOFIA

OBJETIVO GERAL

Refletir sobre o papel da filosofia para a compreensão do processo de construção do conhecimento e das questões filosóficas atuais.

EMENTA

A Significação da Filosofia. A questão do Conhecimento. Algumas perspectivas metodológicas. Filosofia Crítica.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

ABAGDANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Mestre Jou, 1982
 _____. **História da Filosofia**. Lisboa: Editora Presença.

- ALQUIÉ, Ferdinand. **Significação da Filosofia**. Rio de Janeiro: Livraria Eldorado, 1973.
- ARANHA, Maria de Lúcia Aruda e MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando: Introdução à Filosofia**. São Paulo: Moderna, 1993.
- Aristóteles. **Coleção Os Pensadores**. São Paulo: Nova Cultural.
- BORNHIEN, Gerd. **Os Filósofos Pré-Socráticos**. São Paulo, Editora Cultrix, 1984.
- BRÉHIER, Émile. **História da Filosofia, idéias, doutrinas**, Rio de Janeiro: Zahar, 8v.
- CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Editora Ática, 1994.
- _____. **Cultura e Democracia**. São Paulo, Cortez Editora, 1989.
- _____. **Introdução à História da Filosofia: dos pré-socráticos a Aristóteles**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
- CUNHA, José Auri. **Filosofia: iniciação à investigação filosófica**. São Paulo: Atual Editora, 1992.
- DELEUZE, Gilles-Gaston. **Por um conhecimento filosófico**. Campinas, São Paulo: Papyrus Editora, 1989.
- Horkheimer, Max. **Teoria Tradicional e Teoria Crítica**. In: Coleção Os Pensadores: São Paulo: Editora Abril, 1983.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- LALANDE, André. **Vocabulário técnico e crítico da filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- Platão. **A República**: Livro VII. Brasília: Editora Universidades de Brasília; São Paulo: Ática, 1989.
- SCHAFF, Adam. **História e Verdade**. São Paulo: Martins Fontes, 1987.
- Sócrates. **Coleção Os Pensadores**. São Paulo: Editora Abril, 1985.
- VASQUEZ, Adolfo Sánchez. **Filosofia da Práxis**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977

SIGLA
FEP001

DISCIPLINA
PSICOLOGIA GERAL I

OBJETIVO GERAL

Compreender os principais aspectos, conceitos e objetivos da psicologia, para o entendimento da emoção, afetividade, comportamento e personalidade humana.

EMENTA

Introdução à psicologia. Conceitos, objetivo, origem e evolução histórica. Principais aspectos das escolas psicológicas. Divisões da psicologia. Bases fisiológicas do comportamento. Fenômenos psíquicos. Motivação. Emoção. Personalidade.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- FADIMAN, Frager. **Teorias da personalidade**. São Paulo: Habra, 1986.
- FIGUEIREDO, L. C. **Matrizes do pensamento psicológico**. Petrópolis: Vozes, 1997.

- GARRET, H. **Grandes experimentos em psicologia**. São Paulo: Cia Nacional, 1979.
- MARX, M. HILLIX, W. **Sistemas e teorias em psicologia**. São Paulo: Cultrix, 1973.
- MYERS, D. **Introdução à psicologia geral**. São Paulo: Livros Técnicos e Científicos, 2000.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- HENNEMAN, Richard H. **O que é psicologia**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1987.
- PENNA, A. G. **Filosofia da mente: introdução ao estudo crítico da psicologia**. Rio de Janeiro: Imago, 1990.
- WERTHEIMER, M. **Pequena história da psicologia**. São Paulo: EPU, 1978.
- WHITTAKER, James O. **Psicologia**. Rio de Janeiro: Interamericana, 1976.
- WOODWORTH, Robert S.; MARQUIS, Donald G. **Psicologia**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

2º. PERÍODO

SIGLA
IHC801

DISCIPLINA
COMPREENSÃO E PRODUÇÃO TEXTUAL II

OBJETIVO GERAL

Conhecer as etapas de planejamento da produção textual e estratégias de leitura para sua aplicação.

EMENTA

Etapas de planejamento da produção textual. Observações sobre o texto e o interlocutor. Os níveis intertextual, contextual e pragmático do texto. A tipologia do texto. Descrição. Narração. Dissertação. Estratégias para a leitura e produção do texto. Relações entre imagem e texto. A referencialidade das mensagens.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- CARVALHO, Sérgio Waldeck de; SOUZA, Luiz Marques. **Compreensão e produção de textos**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.
- TREVIZAN, Zizi. *O leitor e o diálogo dos signos*. 3ª ed. São Paulo: Clíper, 2002.
- TURIN, Roti Nielba. Aulas: **Introdução ao estudo das linguagens**. São Paulo: Annablume, 2007.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- BLIKSTEIN, Izidoro. **Técnicas de comunicação escrita**. 22ª ed. São Paulo: Ática, 2008.
- DI NIZO, Renata. **Escrita criativa: o prazer da linguagem**. São Paulo: Summus, 2008.
- FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia**. São Paulo: Ática, 1988.

MACKAY, Ana Paula M G. **Atividade verbal**: processo de diferença e integração entre fala e escrita. São Paulo: Plexus, 2000.

SANTAELLA, Lúcia. **Produção de linguagem e ideologia**. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 1996.

SIGLA

IHC802

DISCIPLINA

TEORIAS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

OBJETIVO GERAL

Conhecer a história das relações públicas, suas correntes teóricas, bem como, sua definição técnica e operacional, funções básicas e específicas, analisando as práticas profissionais e os princípios da RP conforme os diferentes paradigmas de atuação e linhas de pensamento.

EMENTA

História das Relações Públicas. Correntes teóricas das Relações Públicas. Definição técnica e operacional das Relações Públicas. Funções básicas e específicas. O processo de Relações Públicas. Análise das práticas profissionais e dos princípios de RP segundo os diferentes paradigmas e linhas de pensamento (funcionalismo e dialética). A dimensão política das Relações Públicas. Abordagem crítica das Relações Públicas como atividade mediadora de conflitos comunicacionais.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

CESCA, Cleusa G. Gimenes. **Relações Públicas e suas interfaces**. São Paulo: Summus, 2006.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. São Paulo: Summus, 2003.

GRUNIG, James; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamento**. Difusão: São Paulo, 2009.

KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação Organizacional – Histórico, fundamentos e processos – Vol. 1**. Saraiva: São Paulo, 2009.

KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação Organizacional - Linguagem, gestão e perspectivas – Vol. 2**. Saraiva: São Paulo, 2009.

PERUZZO, Cecília Krohling. **Relações Públicas no modo de produção capitalista**. 2a. ed. São Paulo : Summus, 1996.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: função política**. São Paulo: Summus, 1995.

SIMÕES, Roberto Porto Simões. **Relações Públicas e Micropolítica**. São Paulo: Summus, 2001.

SIMÕES, Roberto Porto. **Informação, Inteligência e Utopia - Contribuições à Teoria de Relações Públicas**. São Paulo: Summus, 2006.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- FREITAS, Ricardo Ferreira. **Desafios contemporâneos em comunicação: perspectivas de Relações Públicas**. São Paulo: Summus, 2002.
- HENRIQUES, Márcio Simeone (org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. Difusão: São Paulo, 2009.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Relações Públicas e Comunicação Organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas**. Difusão: São Paulo, 2009.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. Saraiva: São Paulo, 2009.
- VIEIRA, Roberto Fonseca. **Comunicação Organizacional: gestão de Relações Públicas**. Rio de Janeiro, Mauad, 2004.

SIGLA
IHC833

DISCIPLINA
TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

OBJETIVO GERAL

Conhecer as definições e conceitos de comunicação, seus tipos, níveis e elementos, aplicando os modelos de análise ao processo de comunicação.

EMENTA

Definição e conceito de comunicação. Tipos e níveis de comunicação. Elementos do processo de comunicação. Modelos de análise do processo de comunicação. Teorias da Comunicação.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da comunicação**. São Paulo: Elsevier, Campus.
- MATTELART, Michele; MATTELART, Armand. **Histórias das teorias da comunicação**. Loyola, 2003.
- MELO, José Marques de. **Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos**. Petrópolis, Vozes, 1998.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- DeFLEUR, Melvin L; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. & FRANÇA, VEIGA, Vera (org). **Teorias da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2003.
- McLUHAN, Marsall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1998.
- MOLES, Abraham. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

SIGLA
IHC803

DISCIPLINA
METODOLOGIA DA PESQUISA CIENTÍFICA

OBJETIVO GERAL

Proporcionar ao aluno iniciação ao processo de investigação científica, preparando-o para elaborar textos acadêmicos, além de melhor instrumentalizá-lo para a realização de pesquisas científicas.

EMENTA

Ideologia e ciência. O trabalho intelectual. Objetivo, método e desenvolvimento da pesquisa em ciências humanas. As abordagens qualitativas e quantitativas em ciências humanas.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. CIDADE. Atlas, 2010.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. **São Paulo: Atlas, 2005**.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 23 ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

RAMOS, Albenides. **Metodologia da pesquisa científica: como uma monografia pode abrir o horizonte do conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2009.

PRESTES, Maria Luci de Mesquita. **A pesquisa e a construção do conhecimento científico: do planejamento aos textos; da escola à academia**. 2 ed. São Paulo: Rêspel, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa**. São Paulo: Bluecom, 2010.

SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

MARQUES, Mario Osorio. **Escrever é preciso: o princípio da pesquisa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

SIGLA
IHS008

DISCIPLINA
INTRODUÇÃO À ANTROPOLOGIA CULTURAL

OBJETIVO GERAL

Proporcionar aos alunos conhecer os principais pressupostos teóricos da antropologia, para uma análise da sociedade e da cultura, evidenciando as conexões entre comunicação e identidade cultural na atualidade, bem como, relacionando a disciplina à área de formação e ao cotidiano dos alunos.

EMENTA

A antropologia como ciência – objeto e diferentes métodos. A polêmica entre indivíduo e instituição cultural; a complexidade das culturas; homem versus sociedade, a formação dos valores; a ideologia e cultura. Identidade cultural; mudança cultural; a situação indígena no Brasil e na Amazônia.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- CASTRO, Celso. Apresentação. In: **Revolucionismo Cultural**: textos de Morgan, Tylor e Frazer. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- FOOTE-WHYTE, William. **Treinando a observação participante**. In: A. Z. Guimarães (org). *Desvendando máscaras sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975.
- LAPLANTINE, François. **O tempo dos pioneiros**: os pesquisadores-eruditos do século XIX. In: *Aprender Antropologia*. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- LAPLANTINE, François. **Os pais fundadores da etnografia e os primeiros teóricos da Antropologia**. In: *Aprender Antropologia*. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- BOAS, Franz. As limitações do método comparativo da antropologia. In: **Antropologia Cultural**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- CARNEIRO DA CUNHA, Manuela; ALMEIDA, Mauro W.B. *Populações tradicionais e conservação ambiental*. In: **Biodiversidade na Amazônia Brasileira**. São Paulo: ISAE/Estação Liberdade, 2001.
- MENDES DOS SANTOS, Gilson. **Natureza e cultura na Amazônia**; abordagens materialistas e simbolistas, 2007.
- SEGGER, *et al.* **A construção da pessoa nas sociedades indígenas brasileiras**. In: *Sociedades indígenas e indigenismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1987.

3º. PERÍODO**SIGLA****DISCIPLINA****IHC804****FUNDAMENTOS DA PUBLICIDADE E PROPAGANDA****OBJETIVO GERAL**

Introduzir os principais conceitos, princípios e funções da publicidade e da propaganda e propiciar uma visão geral de suas interrelações com a sociedade e o ambiente de negócios.

EMENTA

Conceituação, princípios e funções da publicidade e da propaganda. Agência de publicidade. Funções da propaganda em relações públicas. As leis, a sociedade, a cidadania e o indivíduo.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- CABRAL, Plínio. **Propaganda, técnica e comunicação**. São Paulo: Atlas, 2001.
- GRACIOSO, Francisco. **Propaganda institucional: nova arma estratégica da empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- PINHO, José Benedito. **Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em Relações Públicas**. São Paulo: Summus, 1990.
- SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z – Como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. 8. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cenage Learning, 2009.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- DE TONI, Deonir. **Administração da imagem de organizações, marcas e produtos**. IN: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos**. Volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009.
- MELO, José Marques de (org.) **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.
- PREDEBON, Jose (Coord.). **Curso de propaganda: do anúncio a comunicação integrada**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SIGLA
IHC805

DISCIPLINA
PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS I

OBJETIVO GERAL

Possibilitar aos alunos conhecimentos teórico-práticos sobre o papel e a relevância do planejamento como uma ferramenta necessária para a eficácia do trabalho de Relações Públicas.

EMENTA

Planejamento: conceitos, estrutura, finalidades, relevância, tipos. Planejamento estratégico. Planejamento em Relações Públicas. Etapas do planejamento. Planos, programas e projetos de relações públicas.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- ALBUQUERQUE, Adão Eunes. **Planejamento das relações públicas**. Porto Alegre: Acadêmica, 1983.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Edição revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003.
- LUPPETI, Marcelia. **Planejamento de comunicação**: São Paulo: Futura, 2000.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Planificando a comunicação em Relações Públicas**. Florianópolis/SC: Letras Contemporâneas, 2004.
- TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática**. Edição revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2010.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1997.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (orgs.). **Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica etransformadora**. São Paulo: Summus, 2007.
- LOBATO, David Menezes et al. **Estratégia de Empresas**. 8ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- SILVEIRA JÚNIOR, Aldery; VIVACQUA, Guilherme Antônio. **Planejamento Estratégico como Instrumento de Mudança Organizacional**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1996.
- TORQUATO DO REGO, Francisco Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. Edição revista e ampliada. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2010.
- WEY, Hebe. **O processo de relações públicas**. 2 ed. São Paulo: Summus, 1986.

SIGLA	DISCIPLINA			
IHC806	TEORIAS DAS ORGANIZAÇÕES APLICADAS À COMUNICAÇÃO			

OBJETIVO GERAL

Oportunizar aos alunos uma visão geral do campo da administração e suas interrelações com a área de comunicação.

EMENTA

Visão do campo da administração: conceitos, princípios e funções. Influência histórico-social sobre o ambiente das organizações e sobre o pensar e o fazer da ciência administrativa. Evolução do pensamento administrativo: da abordagem clássica à atualidade - enfoques, autores e correntes. Administração e comunicação: convergências.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; AMBONI, Nerio. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Campus, 2011.
- CARAVANTES, Geraldo R.; PANNO, Cláudia C.; KLOECKNER, Mônica C. **Administração: teoria e processo**. São Paulo: PrenticeHall, 2004.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 7. ed. São Paulo: Campus, 2004.
- MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Atlas, 2006.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologia e Práticas**. São Paulo. Atlas, 1999.
- VASCONCELOS, Isabella F. Gouveia de; MOTTA, Fernando Prestes. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Thompson, 2006.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. São Paulo: Saraiva, 2009. v. 1.
 MACHADO NETO, Manoel Marcondes. **Relações Públicas e Marketing: convergências entre comunicação e administração**. Rio de Janeiro: Conceito Editorial, 2008.
 PECCI, Alketa; SOBRAL, Filipe. **Administração: teoria e prática**. São Paulo: Prentice Hall, 2008.

SIGLA
IHC807

DISCIPLINA
COMUNICAÇÃO DIRIGIDA

OBJETIVO GERAL

Conhecer o processo de comunicação nas atividades de relações públicas, suas especificidades e os instrumentos da comunicação dirigida.

EMENTA

A comunicação nas atividades de relações públicas. Comunicação massiva, comunicação dirigida. Públicos em relações públicas. Instrumentos de comunicação dirigida: escrita, oral, auxiliar e aproximativa.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Comunicação dirigida escrita na empresa: teoria e prática**. 4. rev. e ampl. São Paulo: Summus, 2006.
 FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. 3a edição revisada. São Paulo: Summus, 2003.
 FRANÇA, Fábio. **A releitura dos conceitos de público pela conceituação lógica**. In:
 FRANÇA, Fábio. **Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica**. São Caetano do Sul: Yendis Editora, 2004.
 KUNSCH, Margarida (org.). **Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009.
 GRUNIG, James; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009.
 KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas Comunicação Integrada**. 4. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Summus, 2003.
 KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **A comunicação como fator de humanização das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2010 (Série pensamento e prática; v.3).
 MATOS, Gustavo Gomes de. **Comunicação sem complicação: como simplificar a prática da comunicação nas empresas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

KUNSCH, Margarida Maria Krohling e OLIVEIRA, Ivone de Lourdes (org.). **A comunicação na gestão da Sustentabilidade das Organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009 (Série pensamento e prática; v.2).
 MOURA, Cláudia Peixoto de (org.). **História das Relações Públicas: fragmentos da memória de uma área** [recurso eletrônico - www.pucrs.br/edipucrs/historiarp.pdf]. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2008.

STEFFEN, Ana Maria Walker Roig. **Relações Públicas, comunicação e poder: um olhar sobre a atividade a partir da análise do conceito de público.** . In: KUNSCH, Margarida (org.). **Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas.** São Paulo: Saraiva, 2009.

SIGLA
IHC808

DISCIPLINA
FUNDAMENTOS DE JORNALISMO

OBJETIVO GERAL

Conhecer os fundamentos do jornalismo no contexto da comunicação social, bem como gêneros, linguagem e a estrutura das empresas jornalísticas.

EMENTA

O jornalismo no contexto da comunicação social: conceitos, origens, histórico e evolução tecnológica. A linguagem jornalística. Definição, estrutura e produção de notícias. Gêneros do jornalismo. Estrutura das empresas jornalísticas.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- CABRAL, Muniz Sodré de Araújo. **Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil.** São Paulo: Vozes, 2003.
- DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**, trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 10 reimpressão, 2008.
- DOTY, Dorothy I. **Divulgação Jornalística & Relações Públicas.** São Paulo, Cultura Editores Associados, 1995
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** trad: Susana Alexandria, 2ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia.** São Paulo: Ática, 1985
- LOPES, Boanerges. *Jornalismo e Relações Públicas: ação e reação. Uma perspectiva conciliatória possível.* Rio de Janeiro, Mauad, 2004.

REFERÊNCIA COMPLEMENTARES

- CANELA, Guilherme (Org.). **Políticas Públicas Sociais e os Desafios para o Jornalismo**, Realização: ANDI - Agência de Notícias dos Direitos da Infância. São Paulo: Cortez, 2008
- MOLINA, Matias M. **Os Melhores Jornais do Mundo: uma visão da imprensa internacional.** São Paulo: Globo 2007.
- LAGO, Benjamim Marcos E. do. **Dinâmica Social: como as sociedades se transformam.** São Paulo: Vozes, 2003

SIGLA
IHC108

DISCIPLINA
REALIDADE REGIONAL EM COMUNICAÇÃO

OBJETIVO GERAL

Refletir sobre os fatores sociais, econômicos e políticos que influenciam os padrões de produção, distribuição e consumo de mensagens em nível nacional, regional e local.

EMENTA

Fatores sociais, econômicos e políticos que influenciam os padrões de produção, distribuição e consumo de mensagens em nível nacional, regional e local. Estrutura da comunicação em nível regional.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

AGUIAR, J. V. S. **Manaus – praça, café colégio e cinema nos anos 50 e 60.** *Manaus*: E. Valer. Governo do Estado do Amazonas, 2002.

COSTA, Selda Vale da. Eldorado das ilusões – **Cinema & sociedade**: Manaus (1897-1935). Manaus, Editora da Universidade do Amazonas, 1996.

IANNI, O. **Teorias da globalização**. São Paulo: Editora Civilização Brasileira, 1997.

MORAN, José Manuel. **Mudanças na comunicação pessoal**: gerenciamento integrado da comunicação pessoal, social e tecnológica. São Paulo: Paulinas, 1998.

NOGUEIRA, L. E. N. **O rádio no país das amazonas**. Manaus: E. Valer, 1999.

REFERÊNCIA COMPLEMENTARES

SANTOS, Roberto Elísio. **As teorias da comunicação**: da fala à internet. São Paulo: Paulinas, 2003.

SANGLARD, Fernanda Nalon; LEAL, Paulo Roberto Figueira. **O significado da política na cobertura do Jornal Nacional**: uma representação simplista? In: **Mediação**. Faculdades de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde. Vol. 12. no. 01. Belo Horizonte: Universidade FUMEC, Jul/dez 2010.

4º. PERÍODO

SIGLA
IHC809

DISCIPLINA
TEORIA E PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS

OBJETIVO GERAL

Estudar as concepções, classificações e aplicações de pesquisas em relações públicas.

EMENTA

Definição de pesquisa em relações públicas. Classificação: pesquisa de opinião e auditoria de opinião (auditoria ou pesquisa de imagem, auditoria ou pesquisa de clima organizacional, auditoria ou pesquisa de perfil organizacional). Planejamento, execução e avaliação da pesquisa.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- FRANÇA, Fábio; FREITAS, Sidnéia. **Manual da qualidade em projetos de comunicação**. São Paulo: Pioneira, 2002
- KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento em Relações Públicas**. São Paulo: Summus, 2003.
- FORTES, Waldyr Gutierrez. **Pesquisa Institucional: diagnóstico organizacional para relações públicas**. São Paulo: Loyola, 1990.
- SCHIMIDT, Flávio. **Do ponto de vista das relações Públicas**. Sicurezza, 2011

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- LOPES, Maria I. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2004.
- PRESTES, M. L. de Mesquita. **A Pesquisa e a Construção do Conhecimento Científico**. São Paulo: RÊSPEL, 2003.
- LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina. **Técnicas e Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e Pesquisa**. São Paulo: Hocker, 2005.

SIGLA
IHC810

DISCIPLINA
PRODUÇÃO TEXTUAL PARA MEIOS IMPRESSOS

OBJETIVO GERAL

Compreender as linguagens adotadas nos veículos impressos para a produção de textos.

EMENTA

Concepção de veículos impressos. Tipos de linguagens (cultura, formal, popular). Linguagem institucional, linguagem jornalística e linguagem publicitária. Redação informativa e opinativa. Planejamento e produção de periódicos empresariais. Produção de texto para material de divulgação impresso.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Comunicação dirigida e escrita na empresa: Teoria e Prática**. São Paulo: Summus, 1995.
- DUARTE, Jorge (org.) **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- FORTES, Waldyr Gutierrez. **O Processo de Relações Públicas**. São Paulo. Summus, 2003.
- NUNES, Marina Martinez. **Redação em Relações Públicas**. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 1995.
- REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. **Jornalismo Empresarial**. São Paulo: Summus, 1987.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- NETO, Octaviano Machado. **Competência em Comunicação Organizacional Escrita**. Editora Qualitymark, 2003.
- REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. **Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional**. Summus, São Paulo, 1986.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo: Thompson, 2002.

SIGLA
IHS072

DISCIPLINA
SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO

OBJETIVO GERAL

Analisar as teorias sobre os meios de comunicação de massa e sua relação com a educação, a sociologia do conhecimento e os meios de comunicação de massa.

EMENTA

Teorias sobre os meios de comunicação de massa. Relação entre educação, comunicação, poder econômico e poder político. Ideologia e comunicação. A sociologia do conhecimento e a sociologia dos meios de comunicação de massa. A sociologia das relações no ciberespaço.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

BAUDRILLARD, Jean. **À sombra da maioria silenciosa**: o fim do social e o surgimento das massas. São Paulo: Brasilense, 1993.
CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
COHN, Gabriel. **Sociologia da comunicação**: teoria e ideologia. São Paulo: Pioneira, 1973.
CONNOR, Steven. **Cultura pós-moderna**: introdução às teorias do contemporâneo. São Paulo: Loyola, 1993.
GEUSS, Raymond. **Teoria crítica: Habermas e a Escola de Frankfurt**. Campinas: Papyrus, 1988.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: Editora Universidade Estadual Paulista, 1991.
RIBEIRO, Gustavo Lins. **Cultura e política no mundo contemporâneo**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2000.
SANTOS, Boaventura Souza. **Pela mão de Alice**: o social e o político na pós-modernidade. São Paulo: Cortez, 2001.

SIGLA
IHS037

DISCIPLINA
CIÊNCIA POLÍTICA

OBJETIVO GERAL

Desenvolver a capacidade de refletir criticamente sobre ciência política, a partir do estudo dos principais teóricos que analisam a questão.

EMENTA

Formação da reflexão política em sua especialidade: Platão e o paralelismo ético político. Aristóteles e a ambição classificatória. A formação dos Estados Nacionais. Maquiavel e a especificidade do político. As teorias contratualistas: Locke, Hobbes e Rousseau.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- ARENDDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.
- ARENDDT, Hannah. **As origens do totalitarismo**. Cia das Letras, 1989.
- CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. 12 ed. São Paulo: Ática, 2001.
- FITZGERALD, D. **Pensadores políticos comparados**. Brasília; UnB, 1983.
- GRUPPI, L. **Tudo começou com Maquiavel**. 2 ed. L & PM. Porto Alegre, 1985.
- RAWLS, John. **Uma teoria da justiça**. São Paulo: Martins fontes, 2002.
- RAWLS, John. **Justiça e democracia**. São Paulo: Martins fontes, 2002.
- RAWLS, John. **O direito dos povos**. São Paulo: Martins fontes, 2001.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- BOBBIO, N; MITTEUCCI, N. **Dicionário de ciência política**. Brasília: UnB, 1992.
- ROBERT, Dahl. **Sobre a democracia**. Brasília: Ed. UnB, 2001.
- MAINWARING, Scott P. **Sistemas partidários em novas democracias**. São Paulo: FGV. 2001.

SIGLA
IHC098

DISCIPLINA
PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS II

OBJETIVO GERAL

Aplicar as técnicas de elaboração de planejamento de relações públicas em organizações do primeiro, segundo e terceiro setor.

EMENTA

Elaboração dos documentos do processo de planejamento, plano, programa e projeto. Planejamento de Relações Públicas em organizações do primeiro, segundo e terceiro setor.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- ALBUQUERQUE, Adão Eunes. **Planejamento das relações públicas**. Porto Alegre: Acadêmica, 1983.
- ASHLEY, Patrícia Almeida (Orgs.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- CESCA, Cleusa Gimenez. **Relações Públicas e suas Interfaces**. São Paulo: Summus, 2006.
- CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Aarão **Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações**. São Paulo, Campus, 2005.
- FERREIRA, Francisco Whitaker. **Planejamento Sim e Não**. 15.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Edição revista, ampliada e atualizada. São Paulo:Summus, 2003.
- LUPPETI, Marcelia. **Planejamento de comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Planificando a comunicação em Relações Públicas**. Florianópolis/SC: Letras Contemporâneas, 2004.
- HENRIQUES, Márcio Simeone (org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.
- VIEIRA, Roberto Fonseca. **Relações Públicas: opção pelo cidadão**. São Paulo, Mauad, 2002.

TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática.** Edição revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2010.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). **Obtendo resultados com relações públicas.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1997.

KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (orgs.). **Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica etransformadora.** São Paulo: Summus, 2007.

LOBATO, David Menezes et al. **Estratégia de Empresas.** 8ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

SILVEIRA JÚNIOR, Aldery; VIVACQUA, Guilherme Antônio. **Planejamento Estratégico como Instrumento de Mudança Organizacional.** Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1996.

TORQUATO DO REGO, Francisco Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política.** Edição revista e ampliada. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2010.

WEY, Hebe. **O processo de relações públicas.** 2 ed. São Paulo: Summus, 1986.

5º. PERÍODO

SIGLA
IHC811

DISCIPLINA
PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS

OBJETIVO GERAL

Desenvolver planos, execuções e avaliações de pesquisas de opinião e auditoria de opinião, dentre outras pesquisas típicas da atividade de relações públicas.

EMENTA

Planejamento, execução e avaliação das pesquisas de opinião e auditoria de opinião Auditoria ou pesquisa de imagem, auditoria ou pesquisa de clima organizacional, auditoria ou pesquisa de perfil organizacional.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

FRANÇA, Fábio; FREITAS, Sidnéia. **Manual da qualidade em projetos de comunicação.** São Paulo: Pioneira, 2002

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento em Relações Públicas.** São Paulo: Summus, 2003.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Pesquisa Institucional: diagnóstico organizacional para relações públicas.** São Paulo: Loyola, 1990.

SCHIMIDT, Flávio. **Do ponto de vista das relações Públicas.** Sicurezza, 2011.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z – Como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso.** Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática.** 8. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cenage Learning, 2009.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- LOPES, Maria I. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2004.
- PRESTES, M. L. de Mesquita. **A Pesquisa e a Construção do Conhecimento Científico**. São Paulo: RÊSPEL, 2003.
- LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina. **Técnicas e Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e Pesquisa**. São Paulo: Hocker, 2005.

SIGLA
IHC812

DISCIPLINA
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

OBJETIVO GERAL

Compreender o conceito de comunicação institucional a partir da análise de suas aplicações nas atividades de relações públicas.

EMENTA

Conceito e características. Identidade corporativa: missão, visão, valores e identidade institucional. Responsabilidade social. Marketing social. Marketing cultural.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Ed. Rev. Atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling (org). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**. Vol. 02. São Paulo: Saraiva, 2009.
- NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada: como gerenciar: imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais**. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.
- REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus, 1986.
- TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- ASHLEY, Patrícia Almeida (Orgs.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- GRUNIG, James E; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Paulo: Difusão editora, 2009.
- NETO, Manoel Marcondes Machado. **Marketing Cultural: das práticas à teoria**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2002.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1997.
- PINHO, J.B. **Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas**. São Paulo: Summus, 1992.

SIGLA
IHC813

DISCIPLINA
COMUNICAÇÃO NA GESTÃO PÚBLICA

OBJETIVO GERAL

Analisar as características da comunicação na gestão pública, identificando seus instrumentos e aplicações na área de relações públicas.

EMENTA

A comunicação governamental. Ambiente de comunicação de interesse público. Políticas de comunicação. Relações públicas governamentais. Instrumentos de comunicação na gestão pública e marketing público.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.
- KOTLER, Philip; HAIDER, Donald H; REIN, Irving. **Marketing Público**: como atrair investimentos, empresas e turismo. São Paulo: Makron Books, 1994.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Relações públicas**: história, teorias e estratégias nas organizações. São Paulo: Saraiva, 2009.
- MATOS, Heloiza. **Comunicação pública, democracia e cidadania**: o caso do Legislativo. Líbero, São Paulo: Fundação Cásper Líbero, Ano II, nº. 3-4, pp. 32-37, 1999.
- OLIVEIRA, Maria José da Costa (Org.). **Comunicação Pública**. Campinas: Alínea, 2004.
- TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e Política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- EMBRAPA. **Política de comunicação**. 2. Ed. Rev. E ampl. Brasília, 2002.
- DUARTE, Jorge; VERAS, Luciara (Org.). **Glossário de Comunicação pública**. Brasília: Casa das Musas, 2006.
- LARA, Maurício. **As sete portas da comunicação pública**. Belo Horizonte: Gutenberg, 2003.
- WEBER, Maria Helena. **Comunicação e espetáculo da política**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2000.

SIGLA
IHC814

DISCIPLINA
PRODUÇÃO TEXTUAL PARA MEIOS ELETRÔNICOS E DIGITAIS

OBJETIVO GERAL

Apreender os diferentes tipos de linguagem para utilização em produção textual nos formatos eletrônicos e digitais.

EMENTA

Concepção das mídias eletrônicas e digitais. A linguagem institucional, linguagem jornalística e linguagem publicitária nos meios eletrônicos e digitais. Produção textual e sua aplicação nos formatos eletrônicos e digitais.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

GUEDES, Paulo Coimbra. **Da redação à produção textual**: o ensino da escrita. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

KUNSCH, Margarida M. Krohling (org). **Comunicação organizacional**: histórico, fundamentos e processos. Vol. 01. São Paulo: Saraiva, 2009.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** São Paulo: 34, 1997.

MOURA, Leonardo. **Como escrever na rede**: manual de conteúdo e redação para internet. Rio de Janeiro: Record, 2002.

PINHO, J. B. **Relações Públicas na Internet**: técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse. São Paulo: Summus, 2003.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

CHAMUSCA, Marcello; CARVALHAL, Márcia. **Relações Públicas digitais**: o pensamento nacional sobre o processo de relações públicas interfaceado pelas tecnologias digitais. Salvador: Edições VNI, 2010.

FIORIN, J. L.; SAVIOLI, F. P. **Para entender o texto**: leitura e redação. São Paulo: Ática, 1995.

PINHO, J. B. **Relações Públicas na Internet**: técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse. São Paulo: Summus, 2003.

SQUIRRA, Sebastião. **Jornalismo online**. São Paulo: Arte e Ciência, 1998.

SIGLA
IHC099

DISCIPLINA
LEGISLAÇÃO E ÉTICA EM RELAÇÕES PÚBLICAS

OBJETIVO GERAL

Estudar a ética e a legislação própria da profissão de relações públicas para uma atuação pautada na ética, na moral e nos valores da sociedade brasileira.

EMENTA

Instituição do direito público e privado. Ética, moral e valores: definições e aplicações. Ética empresarial. Código de Ética Profissional. Introdução à legislação dos meios de comunicação de massa. Legislação específica de relações públicas. Código de Defesa do Consumidor.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

ANDRÉ, Alberto. **Ética e códigos da comunicação social**. 4 ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda. **Filosofando, introdução à filosofia**. 2 ed. São Paulo: Moderna, 1993.

ASHLEY, Patrícia Almeida (Orgs.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BOFF, Leonardo. **Ética e moral**: a busca dos fundamentos. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

COSTELLA, Antonio F. **Legislação da comunicação social**: curso básico jornalismo, publicidade, relações públicas, rádio e tv, editoração e cinema. Campos de Jordão: Mantiqueira, 2002.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

BENNETT, Carole. **Ética profissional**. Tradução de Martha Malvezzi Leal. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

CAVALCANTE, Carlos. **Comunicação social**: ética e códigos. AIP – Associação da Imprensa de Pernambuco – CMR – Câmara Municipal do Recife: Recife, 1997.

ESTEVES, João Pissarra. **A ética da comunicação e os *media* modernos**: legitimidade e poder nas sociedades complexas. Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa, 2003.

6º. PERÍODO

SIGLA
IHC815

DISCIPLINA
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

OBJETIVO GERAL

Conhecer o papel e o perfil do assessor de comunicação e do profissional de relações públicas para atuação nos diferentes setores e ambientes organizacionais.

EMENTA

O papel e o perfil do assessor de comunicação. A assessoria e os diversos setores da organização. A assessoria e a alta administração. Os instrumentos de uma assessoria de comunicação. Assessoria de imprensa. Exercício do profissional de relações públicas em uma organização: ombudsman, ouvidor, consultor.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

DUARTE, Jorge (org.) **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

CHINEM, Rivaldo. **Comunicação empresarial**: teoria e o dia-a-dia das assessorias de comunicação. São Paulo: Horizonte, 2006.

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de imprensa**: como fazer. São Paulo: Summus, 2003.

CLEMEN, Paulo. **Como implantar uma área de comunicação interna**: nós, as pessoas fazemos a diferença: guia prático e reflexões. Rio de Janeiro: Mauad, 2005.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Ed. Rev. Atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

DUARTE, Rosina. **SOS Comunicação**: estratégias para divulgação do terceiro setor. Porto Alegre: Torno Editorial, 2002.

NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada**: como gerenciar: imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação**: integrando teoria e prática. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SIGLA
IHC816

DISCIPLINA
GESTÃO DE EVENTOS

OBJETIVO GERAL

Compreender os conceitos, as tipologias e as técnicas de planejamento de eventos para sua execução e avaliação.

EMENTA

O evento como instrumento de Relações Públicas. Conceitos e tipologias de eventos. Técnicas de planejamento, organização, execução e avaliação de eventos. Cerimonial, protocolo e etiqueta.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

FORTES, Waldyr Gutierrez; SILVA, Mariangela Benine Ramos. **Eventos**: estratégia de planejamento e execução. São Paulo: Summus, 2011.
GOMES, Sara. **Guia do Cerimonial**: do trivial ao formal. Brasília: LGE, 2003.
GIACAGLIA, Maria Cecília. **Eventos**: como criar, estruturar e captar recursos. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.
MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos**: procedimentos e técnicas. São Paulo: Manole, 2010.
ZITTA, Carmem. **Organização de Eventos**: da idéia à realidade. Brasília: Senac, 2009.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

LUZ, Olenka Ramalho: **Cerimonial, protocolo e etiqueta**. Saraiva: São Paulo, 2005.
GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de Eventos**: teoria e prática. São Paulo: Cengage Learning, 2003
SILVA, Isabel Rodrigues da. **Cerimonial e Protocolo**. Porto Alegre: Comunicação Integrada, 1995.

SIGLA
IHC817

DISCIPLINA
COMUNICAÇÃO INTERNA E CULTURA ORGANIZACIONAL

OBJETIVO GERAL

Compreender os fluxos, as formas e os processos de comunicação interna e suas interrelações com a cultura organizacional, identificando barreiras, públicos e possíveis canais de efetivação na comunicação organizacional.

EMENTA

Cultura organizacional e as formas de comunicação nas organizações. Relações de poder na organização. Processos comunicativos na organização. Barreiras na comunicação. Níveis de análise da comunicação. Redes formal e informal. Fluxos comunicativos. Identificação dos públicos internos. Canais de comunicação de uma organização.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- CLEMEN, Paulo. **Como implantar uma área de comunicação interna**: nós as pessoas fazemos a diferença. Mauad, Rio de Janeiro, 2005.
- FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas**: processo, funções, tecnologia e estratégias. 3ª edição revisada. São Paulo: Summus, 2003.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Edição revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003.
- NASSAR, Paulo. **Comunicação interna**: a força das empresas. São Paulo: ABERJE, 2003, 2005, 2006.
- TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. 2 ed. rev. amp. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- VALENTE, Célia e NORI, Walter. **Portas Abertas. A experiência da Rhodia**: Novos caminhos de comunicação social na empresa moderna. São Paulo: Best Seller, 1990.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- CURVELLO, João José Azevedo. **Comunicação interna e Cultura organizacional**. Scortecci Editora, 2002.
- NASSAR, Paulo. **Relações Públicas**. Difusão, 2007.
- STEFFEN, Ana Maria. **O conceito de Público em Relações Públicas**. Porto Alegre: Cidadela, 2008.

SIGLA
IHC818

DISCIPLINA
COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA

OBJETIVO GERAL

Estudar os fundamentos teóricos do marketing e da comunicação mercadológica nas atividades de relações públicas.

EMENTA

Fundamentos teóricos do marketing. Funções do marketing. Áreas da comunicação em apoio ao marketing. Planejamento da comunicação mercadológica. Interfaces entre marketing e relações públicas.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing** – A bíblia do marketing. Prentice Hall, São Paulo: 2006.
- YANAZE, Mitsuro Higuchi. **Gestão de Marketing e Comunicação**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- DIAS, Sérgio Roberto (coordenação). **Gestão de Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- LUPETTI, M. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica**. São Paulo: Thomson Learning, 2007

PINHEIRO, D; GULLO, J. **Comunicação integrada de marketing**: gestão dos elementos de comunicação. 2 ed. São Paulo, Editora Atlas, 2008.

PINHO, J. B. **Relações Públicas na Internet**: técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse. São Paulo: Summus, 2003.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

OGDEN/CRESCITELLI. **Comunicação integrada de marketing**. 2 ed. Pearson / Prentice Hall, São Paulo, 2007.

KUNSCH, M. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 3ed. São Paulo: Summus Editorial, 2003

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2002

MARCONDES, P. **Uma História da Propaganda Brasileira**: melhores campanhas, grandes gênios da criação, personagens inesquecíveis. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001

SIGLA

DISCIPLINA

IHC819

PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

OBJETIVO GERAL

Identificar as etapas de produção audiovisual, variações, formatos e roteiros de mídias para a compreensão das técnicas de produção.

EMENTA

Produção audiovisual: da pré-produção à distribuição. Variações de mídias, formatos e roteiros. A organização e o organograma da produção audiovisual. Linguagem audiovisual. Técnicas de produção de áudio e vídeo.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

MUSBURGUER, Robert. **Roteiro para Mídia Eletrônica**: Tv, Radio, Animação e Treinamento Corporativo. Campus, 2008.

KELLISON, CATHRINE. **Produção e direção para TV e vídeo** – uma abordagem prática. Campus, 2006.

WATTS, Harris. **On Camera** – novas buscas em comunicação. Editora Summus, 1990.

BLOCK, BRUCE. **A narrativa visual**. Campus, 2010.

RODRIGUES, Chris. **O cinema e a produção**. DP&A, 2007.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

BARBEIRO, Herodoton. **Como Usar A Imprensa a Seu Favor**. Editora Saraiva, 2008.

SCOTT, DAVID. **Novas regras do marketing e do networking**: como usar blogs, podcasting, marketing virtual e. Editora Campus, 2007.

BURGESS, JEAN & GREEN JOSHUA. **Youtube e a revolução digital**. Editora Aleph, 2009.

DANCYGER, KEN. **Técnicas de edição para cinema e vídeo**. Editora Campus, 2007.

ZETTL, HERBERT. **Manual de produção de televisão**. Editora Cengage e learning, 2010.

SIGLA

IHC820

DISCIPLINA

ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

OBJETIVO GERAL

Estimular a reflexão teórica-prática sobre o exercício profissional de Relações Públicas nos campos de estágio, oferecendo subsídios para o discente aprofundar seu conhecimento sobre o instrumental técnico-operativo de trabalho de Relações Públicas;

EMENTA

Exercício teórico-prático mediante a inserção do aluno nos diferentes espaços institucionais de atuação profissional. Aprofundamento do conhecimento do instrumental técnico-operativo do trabalho de Relações Públicas orientado por uma postura interventiva. Funções e atividades privativas dos profissionais de Relações Públicas. Relações Públicas e as funções Mediadora, Estratégica, Política e Administrativa.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Ed. Rev. Atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003.

LESLY, Philip. **Os fundamentos de Relações Públicas e da Comunicação**. São Paulo, Pioneira, 1995.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas**: função política. 3 ed. São Paulo: Summus, 1995.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- ANDRÉ, Alberto. **Ética e códigos da comunicação social**. 4 ed. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.
- BENNETT, Carole. **Ética profissional**. Tradução de Martha Malvezzi Leal. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- FRANÇA, Fábio. **Públicos**: como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul: Yendis Editora, 2004.
- FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas**: processo, funções, tecnologia e estratégias. 2 ed. Rev. e ampl. São Paulo: Summus, 2003.
- GRUNIG, James; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas**: teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009.

7º PERÍODO

SIGLA
IHC821

DISCIPLINA
PROJETO EXPERIMENTAL

OBJETIVO GERAL

Estudar os métodos, as técnicas e as normas institucionais para o desenvolvimento de trabalho científico de comunicação social e de relações públicas, aplicando-os no desenvolvimento do Projeto Experimental.

EMENTA

Métodos e técnicas da pesquisa científica. O regulamento dos projetos experimentais em relações públicas. Apresentação do projeto de pesquisa. Produção textual do primeiro capítulo do Projeto Experimental.

REFE RÊNCIAS BÁSICAS

- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. CIDADE. Atlas, 2010.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 23 ed. Petrópolis: Vozes, 1994.
- RAMOS, Albenides. **Metodologia da pesquisa científica**: como uma monografia pode abrir o horizonte do conhecimento. São Paulo: Atlas, 2009.
- PRESTES, Maria Luci de Mesquita. **A pesquisa e a construção do conhecimento científico**: do planejamento aos textos; da escola à academia. 2 ed. São Paulo: Rêspel, 2003.
- PRIEST, Susanna Hornig. **Pesquisa de mídia**: introdução. Porto Alegre: Penso, 2011.
- SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa**. São Paulo: Bluecom, 2010.
- SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer**: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES. Porto Alegre: Sulina, 2010.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.
- MARQUES, Mario Osorio. **Escrever é preciso: o princípio da pesquisa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

SIGLA
IHC822

DISCIPLINA
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

OBJETIVO GERAL

Conhecer as tecnologias de informação nos aspectos históricos e sociais, identificando a atuação das relações públicas na internet.

EMENTA

Aspectos históricos e sociais das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs). Ciberespaço. Cibercultura. As TICs e a mudança no processo de produção e circulação de informação. Os relacionamentos mediados pelas TICs. As redes sociais digitais. Os ciberpúblicos. Relações públicas na internet.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede - a era da informação: economia, sociedade e cultura**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 6 ed. São Paulo: Paz e terra, 1999.
- LEMONS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LEMONS, André; CUNHA, Paulo (orgs.). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- KUNSCH, Margarida M. Krohling (org). **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos**. Vol. 01. São Paulo: Saraiva, 2009.
- CHAMUSCA, Marcello; CARVALHAL, Márcia. **Relações Públicas digitais: o pensamento nacional sobre o processo de relações públicas interfaceado pelas tecnologias digitais**. Salvador: Edições VNI, 2010.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre, Sulinas, 2009.

SIGLA
IHC823

DISCIPLINA
RELAÇÕES PÚBLICAS COMUNITÁRIAS

OBJETIVO GERAL

Compreender o papel das relações públicas nos ambientes comunitários e de transformação social por meio da comunicação em suas múltiplas manifestações.

EMENTA

Comunicação comunitária e suas múltiplas denominações e manifestações. Participação e mobilização social. Cidadania, desenvolvimento sustentável e comunidade. O papel das relações públicas no desenvolvimento comunitário. Planejamento em Relações Públicas Comunitária. As relações públicas comunitárias no contexto empresarial.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.
- ESCUADERO, Regina Célia. Relações públicas comunitárias. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: IMS, n.15, p.145-163, nov. 1987.
- ESCUADERO, Regina Célia. **Relações públicas comunitárias**: uma exigência da sociedade civil brasileira. São Bernardo do Campo: Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Instituto Metodista de Ensino Superior, 1991.
- HENRIQUES, Márcio Simeone (org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.
- KUNSCH, Margarida Maria Kroling (Org.). **Relações públicas**: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, 2009.
- _____; & KUNSCH, Waldemar Luiz (Orgs.). **Relações públicas comunitárias**: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.
- MELO NETO, Francisco de Paulo de César; FROES, César. **Empreendedorismo social**: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.
- VIEIRA, Roberto Fonseca. **Relações Públicas**: opção pelo cidadão. São Paulo, Mauad, 2002.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- RÜDIGER, Francisco. **Introdução à teoria da comunicação**: problemas, correntes e autores. 2. Ed. São Paulo: Edicon, 2004.
- TENÓRIO, Fernando Guilherme (coord.); BERTHO, Helena & CARVALHO, Helenice Feijó. **Elaboração de projetos comunitários**: abordagem prática. São Paulo: Loyola, 1998.
- WENDHAUSEN, Henrique. **Comunicação e mediação das ONGs**: uma leitura a partir do Canal Comunitário de Porto Alegre. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

SIGLA
IHC824

DISCIPLINA
LINGUAGENS DA COMUNICAÇÃO

OBJETIVO GERAL

Entender o conceito e as especificidades da linguagem, seus fundamentos, diversidade de apresentação nas mídias e contribuição da linguística e da semiótica para sua compreensão.

EMENTA

O que é linguagem. Características e especificidades da linguagem humana. O(s) conceito(s) de linguagem. Características da linguagem animal. As linguagens artificiais. A comunicação lingüística. As línguas naturais. Fundamentos biológicos da comunicação. As ciências das linguagens. Procedimentos de análise e descrição das linguagens. A Lingüística e a análise das línguas. A Semiótica e o estudo das linguagens e dos signos. As linguagens verbal e visual e suas manifestações na arte, publicidade e cinema. As misturas de linguagem nas mídias digitais.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

LYONS, John. **Língua(gem) e lingüística**: uma introdução. Rio de Janeiro: LTC, 1987.

REVIZAN, Zizi. **O leitor e o diálogo dos signos**. 2.ed., São Paulo: Clíper, 2002.

TURIN, Nielba Roti. **Introdução ao estudo das linguagens**. São Paulo: Annablume, 2007.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

CARNEIRO, Marísia (org.) **Pistas e Travessias**: bases para os estudos da linguagem. Rio de Janeiro: Eduerj, 1999.

EPSTEIN, Isaac. **O signo**. São Paulo: Ática, 1991.

LOPES, Edward. **Fundamentos da lingüística contemporânea**. 4ª ed. São Paulo: Cultrix, 1980.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007

SAUSSURE, Ferdinand. **Curso de lingüística geral**. 4.ed., São Paulo: Cultrix, 1972

8º. PERÍODO

SIGLA
IHC825

DISCIPLINA
PROJETO EXPERIMENTAL EM RELAÇÕES PÚBLICAS

OBJETIVO GERAL

Aplicar os métodos, as normas e técnicas de trabalho científico de forma orientada para elaboração e apresentação de um projeto experimental de conclusão de curso.

EMENTA

Orientação dos projetos experimentais.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. CIDADE. Atlas, 2010.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. **São Paulo: Atlas, 2005**.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 23 ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

- RAMOS, Albenides. **Metodologia da pesquisa científica**: como uma monografia pode abrir o horizonte do conhecimento. São Paulo: Atlas, 2009.
- PRESTES, Maria Luci de Mesquita. **A pesquisa e a construção do conhecimento científico**: do planejamento aos textos; da escola à academia. 2 ed. São Paulo: Rêspel, 2003.
- SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa**. São Paulo: Bluecom, 2010.
- SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer**: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES. Porto Alegre: Sulina, 2010.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.
- MARQUES, Mario Osorio. **Escrever é preciso**: o princípio da pesquisa. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

Disciplinas Optativas

SIGLA
IHC826

DISCIPLINA
COMUNICAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

OBJETIVO GERAL

Compreender o conceito, os fatores influentes, as características e a importância socioeconômica do empreendedorismo nas suas interfaces com a comunicação.

EMENTA

O empreendedorismo e a sua importância sócio-econômica. O perfil do empreendedor. Fatores que influenciam o empreendedorismo. Intraempreendedorismo. O empreendedor na área da comunicação. Estrutura e possibilidades de atuação em assessorias de comunicação. Plano de negócios.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: práticas e princípios. São Paulo: Pioneira, 2005.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.) **Obtendo resultados com relações públicas**: como utilizar adequadamente as relações públicas em benefício das organizações e da sociedade em geral. São Paulo: Pioneira, 1997.
- MELO NETO, Francisco de Paulo de César; FROES, César. **Empreendedorismo social**: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- SALIM, Cesar S.; SILVA, Nelson C. **Introdução ao empreendedorismo**: despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- _____. et. al. **Construindo planos de negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- MAINERI, Tiago. **Empreendedorismo em comunicação**: estudo das agências de relações públicas e comunicação no Brasil, Estados Unidos e Espanha. (Tese de Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. São Paulo: Universidade de São Paulo, agosto de 2008.
- BUENO, Wilson da Costa: **Comunicação empresarial**: teoria e pesquisa. Barueri: Manole, 2003.
- GEM – Global Monitor Entrepreneurship. **Empreendedorismo no Brasil – 2008**: sumário executivo. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Paraná, 2009.

SIGLA

DISCIPLINA

IHC120

MARKETING POLÍTICO

OBJETIVO GERAL

Apreender conceitos de marketing e formas de construção do discurso no marketing político, de modo a desenvolver habilidades para assessoria política.

EMENTA

Conceitos de Marketing e Marketing Político. Marketing Político como fonte geradora de informações. Propaganda Política. Marketing Eleitoral: voto, candidato: imagem e fator de composição e campanhas. Atuação política e a construção do discurso eleitoral. Marketing Político nas Redes Sociais. Desenvolvimento de habilidades para assessoramento político.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- KUNTZ, R. A. **Marketing Político**: manual de campanha eleitoral. São Paulo: Global, 2006
- REGO, F. G. T. **Marketing Político e Governamental**: um roteiro para campanhas políticas e estratégias de comunicação. São Paulo: Summus, 1985
- TEIXEIRA, D. **Marketing Político e Eleitoral**: uma proposta com Ética e eficiência. São Paulo: Novo Século, 2006.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- CITELLI, A. **Linguagem e Persuasão**. São Paulo: Atica, 2004.
- GRACIOSO, F. **Propaganda Institucional**: nova arma estratégica da empresa. São Paulo: Atlas, 2006
- MANHANELLI, C.A.; QUEIROZ, A.; BAREL, M.S. **Marketing político**: do comício a internet. ABCOP, 2008.
- RIBEIRO, R.M. **Marketing político**: poder das estratégias nas campanhas eleitorais. C/Arte, 2002
- PACHECO, Cid. **Marketing eleitoral**: a política apolítica. Comunicação & política, n.s., vol. 1, ago-nov, 1994.
- PINHO, J. B. **Comunicação em marketing**. São Paulo, Papyrus, 1991.

SIGLA
IHC827

DISCIPLINA
FUNDAMENTOS DE DESIGN GRÁFICO

OBJETIVO GERAL

Estudar os fundamentos históricos e conceituais relacionados ao design gráfico direcionados a sua aplicação na área de relações públicas.

EMENTA

Origem e evolução do design gráfico, os estilos e influências que o caracterizaram. A inserção do design gráfico na sociedade e na cultura contemporânea. Fundamentos técnicos e práticos que proporcionem ao aluno compreender quais os conceitos e processos que envolvem um projeto gráfico.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. 2ª ed. Rev. amp. São Paulo: Edgar Blücher, 2004.
HOLLIS, Richard. **Design Gráfico** - uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2001
BARBOSA, C., **Manual Prático de Produção Gráfica**: para produtores gráficos, designers e directores de arte. S. João do Estoril: Principia, 2006.

SIGLA
IHC828

DISCIPLINA
MEDIAÇÃO E NEGOCIAÇÃO DE CONFLITOS

OBJETIVO GERAL

Analisar técnicas e estratégias de resolução de conflitos, apreendendo o planejamento de ações alternativas decisivas para o processo de negociação e mediação nas organizações.

EMENTA

Estratégia e evolução do pensamento estratégico nas organizações. Meios alternativos de resolução de conflitos. Processo de mediação: modelo, papel e requisitos do mediador. Técnicas utilizadas em mediação: comunicação e negociação. Negociação: estilos, planejamento, acordo. Planejamento, táticas e processo decisório da negociação.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

FISHER, ROGER, URY, WILLIAM. **Como conduzir uma Negociação**. 7ª edição, ASA editores, ISBN: 978-972-41-4941-7
GOLEMAN, Daniel. **A inteligência social: o poder das relações humanas**. São Paulo: Ed. Campus, 2007.
FISHER, Roger; URY, William, PATTON, Bruce. **Como chegar ao sim: a negociação de acordos sem concessões**. Ed. Imago, 2005.
MALHADAS JUNIOR, Marcos Julio Olivés; FIORELLI, José Osmir; FIORELLI, Maria Rosa. **Mediação e solução de conflitos** – teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2008.
ROSEMBERG, Marshall B. **Comunicação não violenta**: técnicas para aprimorar relacionamentos pessoais e profissionais. Editora Agora, 2006.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- FISHER, Roger; BROWN, S. **Como Chegar a um Acordo**. Rio de Janeiro: Imago, 1988.
- MARTINELLI, Dante; ALMEIDA, Ana P. **Negociação e Solução de Conflitos**. São Paulo: Atlas, 1998.
- MELLO, José Carlos Martins de. **Negociação Baseada em Estratégia**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- FULLER, George. **Estratégias do Negociador**. Rio de Janeiro: LTC, 1997.

SIGLA
IHC829

DISCIPLINA
RELAÇÕES PÚBLICAS E TURISMO

OBJETIVO GERAL

Compreender as especificidades da comunicação turística e de hospitalidade no desenvolvimento de atividades de relações públicas.

EMENTA

Estudo da Comunicação no âmbito do turismo. A Comunicação nas organizações turísticas e de hospitalidade. A especificidade da Comunicação que promove a aproximação e a boa vontade entre visitantes e visitados. A criação e a difusão de imagem institucional de destinos turísticos e complexos de hospitalidade. A atuação das Relações Públicas no Turismo e na Hotelaria.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- WAINBERG, Jacques A. **Turismo e Comunicação**: a indústria da diferença. São Paulo: Contexto, 2003.
- COBRA, Marcos. **Marketing de turismo**. São Paulo: EDITORA, 2005.
- CLERTON, Martins. (Org). **Turismo, cultura e identidade**. São Paulo: Roca, 2003.
- POZENATO, Kenia Maria Menegotto; LEBRETON, Max; GIRON, Loraine Slomp. *Interfaces - Cultura, comunicações e turismo*. Caxias do Sul, 2009.
- WAINBERG, Jacques A. **Turismo e Comunicação** - a indústria da diferença. São Paulo: Contexto, 2003.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- NIELSEN, Christian. *Turismo e Mídia - O papel da comunicação na atividade turística*. São Paulo: Contexto, 2002.
- DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo. Atlas, 2005.
- HALL, Michael; COOPER, Chris; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo Contemporâneo**. São Paulo. Elsevier, 2011.

SIGLA
IHC168

DISCIPLINA
FUNDAMENTOS DE FOTOGRAFIA E IMAGEM

OBJETIVO GERAL

Aprender os fundamentos e as técnicas de produção e aplicação de imagens fotográficas e videográficas.

EMENTA

Fundamentos da fotografia. Profundidade de campo. Estética da fotografia: composição e linguagem. Vídeo: aplicações (possibilidades de uso). Etapas de produção. Fundamentos da imagem videográfica. A captação de imagem e som. Pós-produção em vídeo.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

CAVA, Ralph Della. *E o vento se faz imagem*. Petrópolis: Vozes, 1991.
 COSTA, Helouise & RODRIGUES, Renato. *A fotografia moderna no Brasil*. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1995.
 GAGE, Leighton. MEYER, Cláudio. *O filme publicitário*. São Paulo: SSC&B – Lintas Brasil, 1985.
 MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão*. Rio de Janeiro de Janeiro: Mauad, 1988.
 NEIVA JR, Eduardo. *A imagem*. São Paulo: Ática, 1994.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

PAIVA, Joaquim. *Olhares refletidos: entrevista com 25 fotógrafos brasileiros*. Rio de Janeiro: Arbor, 1981.
 SERRA, Floriano. *A arte e a técnica do vídeo*. São Paulo, Summus, 1986.

SIGLA
IEE353

DISCIPLINA
ESTATÍSTICA

OBJETIVO GERAL

Compreender os principais conceitos básicos estatísticos, como a aplicação prática das metodologias estatísticas de estudo.

EMENTA

Fases do trabalho estatístico; Distribuição de frequência; Representação gráfica; Medidas de posição; Medidas de variabilidade; Cálculo das probabilidades; Distribuição de probabilidades; Distribuições especiais; Distribuições por amostragem; Teste de hipótese e Correlação e regressão.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

HOEL, P. G. *Estatística Elementar*. São Paulo: Atlas, 1977.
 MEYER, P. L. *Probabilidades: aplicações à estatística*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2003.
 TOLEDO, G. L.; OVALLE, I. I. *Estatística básica*. São Paulo: Editora Atlas S. A., 1995.
 TRIOLA, M. F. *Introdução à estatística*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1998.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

VIEIRA, S. *Introdução à bioestatística*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1980.

SIGLA
IHC830

DISCIPLINA
TÓPICOS ESPECIAIS EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Ementa aberta à proposição de conteúdos, técnicas e práticas, conforme aprovação do Núcleo Docente Estruturante (NDE).

SIGLA
IHC168

DISCIPLINA
FUNDAMENTOS DE FOTOGRAFIA E IMAGEM

OBJETIVO GERAL

Aprender os fundamentos e as técnicas de produção e aplicação de imagens fotográficas e videográficas.

EMENTA

Fundamentos da fotografia. Profundidade de campo. Estética da fotografia: composição e linguagem. Vídeo: aplicações (possibilidades de uso). Etapas de produção. Fundamentos da imagem videográfica. A captação de imagem e som. Pós-produção em vídeo.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

CAVA, Ralph Della. *E o vento se faz imagem*. Petrópolis: Vozes, 1991.
 COSTA, Helouise & RODRIGUES, Renato. *A fotografia moderna no Brasil*. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1995.
 GAGE, Leighton. MEYER, Cláudio. *O filme publicitário*. São Paulo: SSC&B – Lintas Brasil, 1985.
 MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão*. Rio de Janeiro de Janeiro: Mauad, 1988.
 NEIVA JR, Eduardo. *A imagem*. São Paulo: Ática, 1994.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

PAIVA, Joaquim. *Olhares refletidos: entrevista com 25 fotógrafos brasileiros*. Rio de Janeiro: Arbor, 1981.
 SERRA, Floriano. *A arte e a técnica do vídeo*. São Paulo, Summus, 1986.

SIGLA
IHP123

DISCIPLINA
LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS – LIBRAS

OBJETIVO GERAL

Instrumentalizar o aluno para a comunicação e a inclusão social através do conhecimento da Língua Brasileira de Sinais.

EMENTA

Histórias de surdos; noções de língua portuguesa e lingüística; parâmetros em libras; noções lingüísticas de libras; sistema de transcrição; tipos de frases em libras; incorporação de negação; conteúdos básicos de libras; expressão corporal e facial; alfabeto manual; gramática de libras; sinais de nomes próprios; soletração de nomes; localização de nomes; percepção visual; profissões; funções e cargos; ambiente de trabalho; meios de comunicação; família; árvore genealógica; vestuário;

alimentação; objetos; valores monetários; compras; vendas; medidas, meios de transporte, estados do Brasil e suas culturas; diálogos.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- Decreto Lei de LIBRAS. Decreto nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005.
 Fernandes, E. (2003). **Linguagem e Surdez**. Artmed.
 Goldfeld, M. (2002). **A Criança Surda: Linguagem e Cognição numa Perspectiva Sócio-Interacionista**. 2ª ed. Plexus Editora.
 Perlin, G. T. T. (1998). **Identidades surdas**. In. A Surdez – Um Olhar Sobre as Diferenças. Carlos Silkiar (Org.). Editora Mediação.
 Sá, N. R. L. (2010). **Cultura, Poder e Educação de Surdos**. 2ª ed. Paulinas – Livros.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- Silva, I. R., Kauchakje, S. e Gesueli, Z. M. (2003). **Cidadania, Surdez e Linguagem: Desafios e Realidades**. Plexus Editora, 2003.

1.4 CONCEPÇÃO METODOLÓGICA

Os princípios expressos neste Projeto Pedagógico devem orientar as práticas docentes do Curso de Relações Públicas a serem implementadas a partir dos fundamentos considerados no âmbito desta seção. Três tipos de aprendizado são considerados:

- Aprendizado Baseado em Disciplinas Tradicionais;
- Aprendizado Baseado em Problemas;
- Aprendizado Baseado em Projetos.

Um dos objetivos do Curso de Relações Públicas da UFAM, é o de que os docentes oportunizem situações de aprendizagem em que os alunos desenvolvam habilidades e competências e se tornem autônomos, no seu processo de aprendizagem, por meio de um ensino e de uma didática que possibilitem o aprender a conhecer, o aprender a fazer, o aprender a conviver com os outros, o aprender a ser. Estes princípios constituem os quatro pilares definidos no Relatório da Comissão Internacional sobre a Educação no Século XXI para a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO) e que apresentam as seguintes características:

Aprender a Conhecer

Caracterizado pela busca do domínio dos instrumentos do conhecimento com a finalidade de descobrir, de compreender e de fazer ciência.

Aprender a Fazer

Indissociável do aprender a conhecer, que lhe confere as bases teóricas, o aprender a fazer refere-se essencialmente à formação técnico-profissional do educando. Consiste essencialmente em aplicar, na prática, os seus conhecimentos teóricos. Atualmente existe outro ponto essencial a focar nesta aprendizagem, referente à comunicação interpessoal. É essencial que cada indivíduo saiba comunicar, não se limitando a apenas reter e transmitir informação, mas também interpretando e selecionando as torrentes de informação, muitas vezes contraditórias, com que somos bombardeados diariamente, analisar diferentes perspectivas e refazer as suas próprias opiniões mediante novos fatos e informações.

Aprender a Viver Junto

Este domínio da aprendizagem consiste num dos maiores desafios para os educadores, pois atua no campo das atitudes e valores, deve se realizar no sentido de ajudar os alunos no processo de aprendizagem para a participação, a cooperação, e, sobretudo para a busca coletiva de soluções para os problemas contemporâneos.

Aprender a Ser

Este tipo de aprendizagem depende diretamente dos outros três. Considera-se que a Educação deve ter como finalidade o desenvolvimento total do indivíduo. À semelhança do aprender a viver com os outros, fala-se aqui da educação de valores e atitudes, mas já não direcionados para a vida em sociedade em particular, mas concretamente para o desenvolvimento individual. Pretende-se formar indivíduos autônomos, intelectualmente ativos e independentes, capazes de estabelecer

relações interpessoais, de comunicarem e evoluírem permanentemente, de intervirem de forma consciente e proativa na sociedade.

Para assegurar estas aprendizagens o ensino/aprendizado no Curso de Relações Públicas serão utilizadas aulas tradicionais, complementadas com aulas baseadas em problemas e em projetos, por meio de uma aprendizagem auto-dirigida, onde os discentes desenvolvam uma postura de responsabilidade com sua própria aprendizagem e formação contínua.

A orientação para problemas e projetos leva o discente a enfrentar, os desafios da vida profissional. Os discentes adquirem habilidades para estudar, para enfrentar a vida profissional e para trabalhar em equipes. Como o conteúdo é apresentado de forma temática, as tarefas e problemas a serem trabalhados pelos discentes devem ser planejados de forma integrada pelos professores das várias disciplinas do curso, numa postura interdisciplinar.

Assim alguns princípios norteiam a concepção de aprendizagem/ensino e são apresentados a seguir:

- ***Ensino***

A metodologia de ensino das disciplinas de formação profissional, além dos tradicionais recursos da exposição didática, do estudo de casos, dos exercícios práticos em sala de aula e nos laboratórios, do desenvolvimento de projetos, das atividades em equipe, das oficinas e dos estágios, inclui mecanismos que garantam a articulação da vida acadêmica com a realidade concreta da sociedade e com os avanços tecnológicos incluindo alternativas como o ensino a distância, a utilização de software educacionais e multimídia, a organização de visitas técnicas e o uso de videoconferência e da a World Wide Web.

Os conceitos de ensino e de aprendizado devem estar em sintonia. Deve haver coerência entre os métodos de ensino para se obter a aprendizagem pretendida. O ensino é empreendido utilizando uma estrutura curricular híbrida: disciplinas tradicionais, ensino baseado em problemas e ensino baseado em projetos.

Para as disciplinas tradicionais, as aulas ministradas ou discursivas têm papel majoritário. No ensino baseado em problemas ou projetos, elas têm papel minoritário, aparecendo na forma de mini-palestras e/ou minicursos, sendo utilizadas

às vezes, para revisão de literatura ou discussão de tópicos aos quais os educandos já tenham estudado de forma individualizada.

- ***Aprendizagem***

O aprendizado superficial ou profundo é influenciado tanto pela concepção do educando sobre o que é aprendido como pela postura do professor. No aprendizado superficial, as idéias e as informações são aceitas passivamente, estando geralmente fora do contexto ou da aplicação. O objetivo é reproduzi-las. A consequência é o medo de falhar, o tédio e a angústia. O aprendiz não é capaz de reconhecer princípios e padrões a partir de exemplos. A ênfase é na avaliação, exclusividade do professor. No aprendizado profundo, a intenção é compreender o que provoca uma interação forte com o conteúdo do conhecimento. Este conteúdo é relacionado com conhecimento e experiência anterior, mesmo de outras disciplinas. A ênfase está no conteúdo e no exame da lógica dos argumentos. O discente adquire capacidade de se auto-avaliar.

O educando deve construir seu conhecimento através da busca, da obtenção e sintetização da informação, integrando-a com as habilidades gerais de pesquisa, comunicação, pensamento crítico e solução de problemas. Deve-se buscar um educando crítico-ativo.

Esta procura por uma educação problematizadora, baseada na utilização de problemas como ponto de partida para a aquisição e a integração de novos conhecimentos, leva o educando a uma participação ativa, a um diálogo constante com o professor. Ele deve obter uma visão analítica e chegar a uma síntese, o que equivale à compreensão, capacidade de ir além da informação dada, de reconhecer as diferentes versões de fatos e de buscar explicações, além de propor hipóteses sobre as consequências de vários pontos de vista. O aprendizado é uma resposta natural do educando ao desafio de uma situação-problema; é a construção do seu conhecimento.

A avaliação para monitorar a aprendizagem não deve enfatizar apenas respostas corretas, questões objetivas, mas também a aprendizagem a partir de erros, promovendo e diagnosticando a aprendizagem (artigos, projetos, portfólio etc).

- ***Currículo***

A concepção da maioria dos currículos atuais é pluridisciplinar. Os documentos que fundamentam a proposição de novos currículos, utilizando um novo paradigma para o ensino superior, em nível mundial, adotam o conceito de transdisciplinaridade, difícil de ser implantado. No entanto, este Projeto Pedagógico enfoca a interdisciplinaridade. Diversos modelos de currículos interdisciplinares podem ser propostos. São exemplos, os modelos centrados na aquisição de um conhecimento mais globalizado, os voltados para interesses de mercado, os multiculturais, os voltados para a tecnologia e aqueles dirigidos para a resolução de problemas.

- ***Interdisciplinaridade***

No início do aprendizado, a construção do conhecimento é proporcionada a partir das disciplinas tradicionais. Este Projeto Pedagógico engloba vários conceitos, objetivando formar o profissional para o mundo do trabalho (aprender a fazer), para a vida em comunidade (aprender a viver em sociedade), para aprender a ser (conhecer a si mesmo e adquirir autonomia) e para aprender a conhecer (absorver mudanças). São exemplos de abordagens:

- *Multidisciplinaridade*, na qual as disciplinas aparecem justapostas com uma temática comum, porém, sem interação entre as mesmas.
- *Pluridisciplinaridade*, apresentando sinais de uma pequena cooperação intuitiva.
- Interdisciplinaridade, que pressupõe integração entre as disciplinas.
- *Transdisciplinaridade*, mais abrangente, em que o importante são os eixos integradores das áreas de conhecimento e o conceito de disciplina é mais difuso.
- *Transversalidade*, que pressupõe ações de integração entre as disciplinas por meio de temas como ética, meio ambiente, pluralidade cultural, saúde, trabalho e consumo.

No Curso de Relações Públicas, buscar-se-á desenvolver a interdisciplinaridade.

Os conceitos ministrados em uma disciplina tradicional devem se relacionar com a realidade do educando, facilitando analogias entre os conteúdos vistos na graduação e os problemas que existem em sua comunidade. Aspectos da realidade podem ser simulados a partir de situações-problemas, de atividades desenvolvidas em laboratórios, de projetos desenvolvidos ou da participação em atividades de extensão e/ou iniciação científica. Tais analogias podem convergir para a formação de profissionais com aptidões relacionadas neste Projeto Pedagógico e as competências relevantes para ingressarem no mercado de trabalho.

Para tanto, a metodologia desenvolvida nas aulas poderá considerar a:

Integração entre Disciplinas

Embora seja forte o paradigma da fragmentação do conhecimento em matérias, ministradas em unidades autônomas denominadas disciplinas (multidisciplinaridade), acredita-se que o “mundo real” é melhor modelado como sendo interdisciplinar e transdisciplinar e que o mercado procura profissionais com formação holística e polivalente. Por razões administrativas, práticas e conceituais é difícil eliminar totalmente o conceito de disciplina.

No entanto, pode-se obter boa integração entre elas (interdisciplinaridade), se existir coordenação entre as atividades desenvolvidas, comunicação entre professores, trabalhos conjuntos, avaliações conjuntas, objetivos e estratégias comuns.

O Curso de Relações Públicas oferecido pela Ufam tem componentes multidisciplinares e pluri-disciplinares, pois existe uma cooperação ou articulação entre disciplinas e outros cursos oferecidos pela Instituição. É parte do projeto do Curso a ação em direção à interdisciplinaridade e, futuramente, à transdisciplinaridade.

Aprendizagem “Top-Down”

Em alguns casos, o conceito de aprendizado “top-down” será aplicado, fazendo com que o educando aprenda a aplicar a tecnologia para posterior, ou paralelamente, estender os fundamentos teóricos subjacentes à esta tecnologia, o que inverte o aprendizado linear, do mais simples para o mais complexo.

Aprendizagem Significativa

O que deve ser aprendido é inseparável da situação social na qual a aprendizagem ocorre. Quando esta situação envolve a aplicação de conhecimento, a ligação entre conhecer e fazer cria um melhor ambiente de aprendizagem, propicia maior aquisição de conhecimento e uma compreensão mais profunda. Uma aprendizagem significativa exige que o educando relacione o apreendido na instituição de ensino com o seu universo de conhecimento, experiência e vivência. Isto permite contato experimental com problemas práticos relevantes, participação responsável no processo de aprendizagem, transferência do aprendido para situações reais e ainda, a formulação de problemas que sejam relevantes para o mesmo ou para sua comunidade.

Aprendizagem Interativa

Procura-se também privilegiar as metodologias explicitadas nos planos de ensino que incentivem o educando a ser ativo, que tenham alto grau de interatividade com o Professor, com os colegas e com os objetos de estudo.

Desenvolvimento de Atitude Científica

Ao realizar o planejamento das disciplinas deve-se ter em mente o desenvolvimento de uma postura científica, isto é, interesse em descobrir, saber o porquê, questionar e propor soluções. Esta postura deve permear todas as atividades desenvolvidas no curso e ser levada pelo educando, para sua vida profissional.

Aprendizagem Baseada em Problemas

A verdadeira aprendizagem é baseada na descoberta e guiada pelo acompanhamento e não pela transmissão de conhecimento. É importante uma cultura cooperativa, colaborativa e suportativa (centrada no aprendizado) e não uma cultura competitiva e individualista (centrada no ensino).

A Aprendizagem Baseada em Problemas se baseia no princípio da utilização de problemas como ponto de partida para aquisição e integração de novos conhecimentos. É um ambiente de aprendizado que engloba princípios educacionais

sadios: aluno ativo, cooperação, realimentação imediata e constante, aprendizagem significativa e capacidade para aprender a aprender. O educando é forçado a aprender os conceitos fundamentais do assunto dentro do contexto do espaço do problema. O tradicional aprendizado do conteúdo de um assunto para utilização posterior é invertido.

Aprendizagem Baseada em Projetos

O Aprendizado Baseado em Projetos tem pontos em comum com o Aprendizado Baseado em Problemas. A filosofia dos dois processos utiliza trabalho ativo, assuntos com significado para o educando, executado por pequenas equipes, tendo como finalidade resolver uma questão, uma dificuldade ou uma necessidade da vida real. As duas abordagens, problema e projeto, levam a aquisição de conhecimento, de habilidades, estimulando a reflexão.

Projetos interdisciplinares que promovam a interação entre conteúdos de várias disciplinas e relacionamento entre professores e alunos devem ser estimulados e desenvolvidos durante o Curso de Relações Públicas. Nestes projetos, a integração entre o corpo docente, os conteúdos das disciplinas e os alunos devem convergir para o desenvolvimento de temas que poderão ser trabalhados em uma disciplina específica para este fim. O NDE deve funcionar como elo para a discussão de propostas norteadoras nestas perspectivas para o desenvolvimento de atividades na AGEXCOM – Agência Experimental de Comunicação.

1.5 PRINCÍPIOS NORTEADORES DA AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A Avaliação é vista como um processo gerencial utilizado para realimentar o sistema educacional. Destacam-se três papéis importantes:

- Melhorar o desempenho organizacional nos aspectos execução, capacidade e resultados;
- Facilitar a comunicação entre os órgãos envolvidos;
- Servir como ferramenta de trabalho para entender e melhorar o desempenho do educando, do Professor e da Coordenação, bem como para conduzir o planejamento e a melhoria de oportunidades para o aprendizado.

Três classes de entidades são avaliadas:

- Aprendizado;
- Ensino;
- Organização.

Os processos de avaliação no Curso de Bacharelado em Relações Públicas visam a verificar se e em que medida os objetivos e as metas propostas foram alcançadas, assim como conhecer os pontos fortes e fracos do sistema, visando à contínua retroalimentação e ao aprimoramento do mesmo.

O processo de avaliação é subdividido em dois componentes:

- a. Avaliação do aprendizado de cada educando por disciplina.
- b. Determinação da satisfação do educando com o ensino de cada disciplina e com o curso.

Avaliação do Aprendizado do Discente

O processo de avaliação, detalhado em cada Plano de Ensino da Disciplina, deve permitir evidenciar até que ponto o educando pôde absorver o conhecimento e a avançar em habilidades e em competências no decorrer do curso.

Fundamentado em três níveis, teoria e formalismo, abstração do mundo real e aplicação, o processo de avaliação deve ser aplicado sistematicamente, tornando o desenvolvimento profissional e científico do educando consistente e sólido. A aplicabilidade dos conteúdos, de metodologias, a postura pró-ativa do educando devem ser avaliadas, considerando limites de aplicabilidade das soluções encontradas, justificando escolhas realizadas, procurando encontrar vantagens, desvantagens e deficiências.

A avaliação de aprendizado é realizada periodicamente, por meio de provas, teste de verificação, trabalhos de cunho prático e trabalhos teóricos, e um exame final. A avaliação do rendimento escolar será feita por disciplina abrangendo os aspectos de frequência e aproveitamento, ambos eliminatórios por si mesmos.

Nas provas, questões exclusivamente de memorização devem ser reduzidas de forma considerável, ainda que sejam parte integrante nas avaliações de interpretação, de aplicação e mesmo de avaliação da solução obtida. As avaliações

devem ser feitas tanto durante o desenvolvimento das atividades acadêmicas, como ao seu final e devem verificar se os objetivos explicitados nos planos de ensino foram atingidos.

Será considerado aprovado na disciplina o aluno que obtiver média final de acordo com a regulamentação vigente na Universidade Federal do Amazonas (ou seja, a média final na disciplina será a média ponderada entre a média obtida nas atividades escolares com peso 2 (dois) e a nota do exame final com peso 1 (um), devendo esta ser maior ou igual a 5 (cinco).

É obrigatória a frequência às atividades curriculares com aulas teóricas e práticas, seminários, trabalhos práticos, provas ou exames. Será considerado reprovado e não obterá crédito o aluno que deixar de comparecer ao mínimo de 75% (setenta e cinco por cento) das atividades programadas para cada disciplina. É expressamente vedado abonar faltas ou compensá-las por tarefas especiais, exceto nos casos previstos em Lei.

O aluno poderá requerer a verificação da nota de exercícios escolares, quanto lhe parecer existir lapso no cômputo de notas atribuídas às provas ou exercícios. O pedido deverá ser feito nas Unidades Acadêmicas, por escrito, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas após a publicação dos resultados.

1.5.1. Avaliação do Projeto Pedagógico

O projeto deve ser objeto de avaliação contínua para permitir o atendimento de situações imprevistas, correção de desvios e ajustes das atividades e objetivos propostos. Podem ser previstos momentos de avaliação (semestral, anual, bianual), com participação de toda a comunidade escolar. A avaliação se dará sobre os processos convergentes do Curso, a saber: Avaliação da Gestão; Avaliação do Ensino e da Aprendizagem. Ao NDE cumpre o papel propositivo e deliberativo atinentes aos processos de avaliação descritos.

1.6 RELAÇÃO ENSINO-PESQUISA-PÓS-GRADUAÇÃO E EXTENSÃO

Sobretudo no âmbito das Universidades, é necessário que a instituição e o corpo docente articulem a relação entre ensino, pesquisa, pós-graduação e extensão, como forma de enriquecer o desenvolvimento de competências dos estudantes e docentes.

No que diz respeito à pesquisa, a instituição e o corpo docente têm investido no desenvolvimento da investigação científica, buscando o fortalecimento do Grupo de Pesquisa em Relações Públicas, com vistas ao enriquecimento curricular da graduação e à promoção de oportunidades de pós-graduação (especialização, mestrado e doutorado) na área. A criação de cursos de pós-graduação na área, também cumprirá o objetivo de formação específica de docentes e pesquisadores.

O curso é operacionalizado com base em disciplinas obrigatórias e optativas, oferecidas em 08 períodos, totalizando assim 04 anos; além da obrigatoriedade do aluno cumprir 360 horas de estágio e 180 horas de atividades complementares de extensão, pesquisa e/ou monitoria. As disciplinas obrigatórias do curso visam oferecer ao aluno uma formação humanística, crítica e analítica do mercado de trabalho, sendo assim distribuídas em disciplinas teóricas, técnicas e de pesquisa da área da comunicação.

O estágio obrigatório visa aproximar o aluno do mercado de trabalho, para assim aplicar e desenvolver habilidades e competências discutidas em sala de aula. As atividades de extensão visam levar o aluno a perceber a comunidade como campo de atuação de sua futura atividade profissional, compreendendo seu papel como cidadão, como por exemplo, a participação através da Agência Experimental de Comunicação e nos projetos oferecidos pelos docentes através da Atividade Curricular de Extensão (ACE) e Ações de Fluxo Limitado (PIBEX).

As atividades de monitoria têm por objetivo apresentar ao aluno a atividade docente, tendo um papel de apoio ao professor da disciplina. As atividades de pesquisa oferecidas visam formar o aluno-pesquisador, o qual, ainda nos primeiros períodos de faculdade tem a possibilidade de investigar cientificamente a área da comunicação, o que ainda poderá contribuir no ingresso do aluno no Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM), também pertencente ao Departamento de Comunicação. Atualmente, o aluno pode participar dos seguintes

grupos de pesquisa: Grupo de Pesquisa em Relações Públicas, Programa de Educação Tutorial (PET), Grupo de Pesquisa em Semiótica da Comunicação (Mediação) e Grupo de Estudos e Pesquisa em Ciências da Comunicação, Informação, Design e Artes (INTERFACES). Ou ainda, pode desenvolver pesquisas através do Programa de Iniciação Científica (PIBIC).

Propõe-se a criação da Agência Experimental de Comunicação (AGEXCOM) para o Departamento de Comunicação Social (Decom) da Universidade Federal do Amazonas, oferecendo serviços em sua área de competência. através de seus núcleos: organização de eventos, assessoria e planejamento em Relações Públicas e Hemeroteca (editoração, documentação e informação relacionada à área de Relações Públicas).

Considerando que a qualidade da formação profissional em Relações Públicas está profundamente ligada às oportunidades de operacionalização do aprendizado ao longo do Curso, o Colegiado do Curso de Relações Públicas optou pela criação desse espaço institucional para atender às necessidades que foram verificadas.

Em síntese, a Agência Experimental de Comunicação (AGEXCOM) vem para cumprir o papel de laboratório para as práticas das diversas disciplinas específicas do corpo Relações Públicas. Por outro lado, a importância crescente da atividade de Relações Públicas como componente da administração de qualquer tipo de instituição, indica que uma Agência Experimental de Comunicação pode vincular-se estreitamente com a recuperação, projeção ou manutenção da identidade e do conceito institucional do Curso e da própria Universidade.

Deve-se ressaltar, ainda, que a aplicação de pesquisas e estudos de campo, o intercâmbio com outras instituições, implicará na positiva projeção da qualidade do profissional formado no Curso de Relações Públicas da Ufam.

Percebe-se que o mercado de trabalho exige cada vez mais pessoas altamente preparadas e capazes de adaptar-se, em curto espaço de tempo, à instituição contratante. O incremento às atividades práticas com bases específicas e recursos laboratoriais poderá responder às exigências do mercado e de formação qualificada por meio da AGEXCOM.

OBJETIVOS

Objetivo geral:

- Reativar a construção de um espaço institucional do Curso de Relações Públicas do Decom para o desenvolvimento de atividades interdisciplinares e projetos pelos corpos docente e discente, envolvendo grupos de estudo e pesquisas, o registro e o intercâmbio de informações sobre a área específica de Relações Públicas e outras áreas afins, atendendo aos objetivos deste Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas e as atuais Diretrizes Curriculares do Conselho Nacional de Educação (MEC), nesta área de atuação;

Objetivos específicos:

- Promover atividades acadêmicas de ensino de graduação, de extensão e de pesquisa por meio de proposições dos potenciais públicos parceiros, dos corpos docente e discente, controladas e aprovadas pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE).
- Possibilitar um melhor aproveitamento das disciplinas práticas cujo conjunto equivale a “Habilitação em Relações Públicas”, integrando, assim, conteúdos teóricos e práticos, bem como, auxiliando no desenvolvimento dos Projetos Experimentais em Relações Públicas programados;
- Apoiar o embasamento científico e o nivelamento superior da própria profissão, mediante aplicação de pesquisas, publicação de trabalhos, análises, estudos, intercâmbio com outras instituições, e ainda fomentando o registro e a circulação de informações de interesse na área de Relações Públicas entre os públicos de interesse e parceiros;
- Encarregar-se da recuperação e da projeção da identidade e do conceito do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas, por meio de trabalhos diretos, tais como, campanhas de valorização da profissão em parceria

com outras entidades, prestação de serviços ao próprio Decom, e ainda junto a outras organizações sem fins lucrativos;

- Contribuir para uma vivência universitária mais efetiva, integrando alunos e professores na construção de atividades interdisciplinares em relação a conteúdos e atividades complementares de formação;
- Atuar como um espaço institucional para o desenvolvimento de pesquisas e estudos em RRPP, buscando o desenvolvimento de técnicas e de meios de relacionamento com os públicos;
- Funcionar como espaço de intercâmbio na área de RRPP, seja por meio de atividades extensivas, articulando diálogos com o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação do Decom, servindo como espaço institucional para aglutinar os diversos grupos de pesquisa nas áreas de Relações Públicas e de Comunicação Social.
- Registrar a manutenção de acervo de Relações Públicas em Manaus e a produção intelectual dos professores e alunos, profissionais e egressos.

POTENCIAIS PÚBLICOS PARCEIROS

- Reitoria
- Pró-reitorias
- Departamento de Recursos Humanos
- ASCOM – Assessoria de Comunicação
- Biblioteca
- Unidades de Ensino (Cursos)
- Órgãos suplementares
- Órgãos auxiliares
- Demais órgãos e departamentos da Universidade
- Conselhos da Administração Superior
- Mantenedora

- Empresariado – pequenas e médias empresas
- Entidades de Classe
- Órgãos públicos
- Organizações do Terceiro Setor
- Imprensa: especializada e geral
- Outras Universidades
- Órgãos financiadores de pesquisa: regionais, nacionais e internacionais
- Comunidades de Manaus e do Interior do Estado do Amazonas

FUNÇÕES ESPECÍFICAS DA AGEXCOM

- Engenharia e projeção da identidade e do conceito do Curso de Relações Públicas da Ufam frente aos seus públicos de interesse;
- Prospecção de intercâmbio com instituições universitárias e profissionais do país, da América Latina e de outros países dos demais continentes;
- Incorporação, formação e manutenção de acervos de pesquisa e documentação em Relações Públicas;
- Coordenação e desenvolvimento de projetos de cooperação técnica com comunidades do Estado do Amazonas e com outros estados e países na área de Relações Públicas;
- Realização de planejamentos e pesquisas, publicações, produções audiovisuais e outras técnicas de comunicação;
- Arquivamento e divulgação de documentação relativa estudo das Relações Públicas;

RESUMO ESPECÍFICO DE ATIVIDADES

- Manutenção, atualização e criação de meios digitais para divulgação e intercâmbio de informações na área de Relações Públicas;
- Recuperação, registro e circulação de *clipping* sobre RRPP, áreas afins e outros assuntos de interesse;

- Formatação e atualização de *mailing list* (banco de dados) sobre a imprensa, outros cursos, instituições de fomento de pesquisa, alunos, professores, egressos, comunidade acadêmica, dentre outros públicos;
- Prospecção de atividades complementares de ensino, pesquisa e extensão;
- Assessoria e planejamento de comunicação para potenciais parceiros;
- Registro e documentação de trabalhos acadêmicos e/ou de profissionais egressos sobre a atividade de RRPP e áreas afins, incluindo banco de imagens e áudio, além de outros documentos.

METODOLOGIA/OPERACIONALIZAÇÃO

As atividades da AGEXCOM serão desenvolvidas mediante a apresentação de projetos que serão apreciados pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE) do Curso de Relações Públicas. Se aprovado, o NDE decidirá a carga horária com base no período de execução e no grau de complexidade do mesmo.

Buscar-se-á, sempre que possível, efetivar parcerias para a consecução dos projetos, bem como, a auto-sustentação das atividades por meio de apoios e patrocínios.

A implantação da Agência Experimental de Comunicação ocupará, inicialmente, a sala do Escritório-Escola do Decom, a partir da aprovação desse projeto pedagógico pelas instâncias institucionais e assim que forem disponibilizados os equipamentos necessários. Pretende-se, num segundo momento, contar com uma sala maior e com outros recursos compatíveis com as necessidades de trabalho, o que será solicitado mediante uma análise da situação em relatório específico.

No que se refere aos recursos humanos para a fase inicial, optou-se por 2 (dois) monitores, estagiários e/ou bolsistas, por seleção via Edital, e um Professor Coordenador com 10 (dez) horas semanais, ambos do Curso de Relações Públicas.

Regimento Interno

Os professores e alunos participantes da AGEXCOM devem seguir o seu Regimento Interno, obedecendo às normas e regras nele estabelecidas.

Integração Interdisciplinar

A AGEXCOM priorizará as parcerias com os outros departamentos, especialmente os Cursos de Jornalismo e Design, ASCOM e outros organismos ligados ao Decom por afinidades, sempre mediante projetos específicos a serem aprovados pelo NDR.

A Agência Experimental de Comunicação poderá funcionar como apoio prático às disciplinas que seguem:

- Planejamento em Relações Públicas I;
- Planejamento em Relações Públicas II;
- Teoria e Pesquisa em Relações Públicas
- Pesquisa em Relações Públicas;
- Comunicação Institucional;
- Comunicação na Gestão Pública;
- Relações Públicas Comunitárias;
- Comunicação Interna e Cultura Organizacional;
- Comunicação Mercadológica;
- Produção Audiovisual;
- Assessoria de Comunicação;
- Gestão de Eventos;
- Projetos Experimentais em Relações Públicas.

AVALIAÇÃO

A avaliação da AGEXCOM será realizada por meios de relatórios apresentados semestralmente pelo coordenador da agência ao NDE.

2. INFRAESTRUTURA NECESSÁRIA

O Departamento de Comunicação Social funciona com a seguinte infraestrutura e encontra-se em processo de reforma:

- 1 Secretaria Administrativa;
- 1 Sala da Chefia de Departamento;
- 1 Sala da Coordenação de Curso;
- 6 Gabinetes (salas de professores) os quais abrigam pelo menos dois professores em cada um deles;
 - Em torno de 9 salas de aulas teóricas alocadas semestralmente pelo Instituto de Ciências Humanas e Letras (ICHL);
 - 1 Laboratório de Fotografia (Equipado com máquinas fotográficas, refletores, flashes e todos os demais acessórios, lâmpadas, produtos químicos e tanques para revelação, chapas de filmes fotográficos e retículas, motor-drive, objetivas, ampliadores, tripés, máquinas fotográficas digitais e um microcomputador para tratamento de imagens. Possui, ainda, um estúdio fotográfico);
 - 1 Laboratório de Rádio (Possui estúdio completo: mesa de controle, gravadores profissionais de rolo, armários para fitas, discos e CDs e computadores e softwares para controle e edição de som);
 - 1 Laboratório de TV (Possui uma ilha de edição e equipamentos profissionais e semiprofissionais de vídeo).
 - 1 Laboratório de Vídeo (Sala 94);
 - 2 Laboratórios multimídia (Salas 95 e 100) cada um deles composto por 17 máquinas de última geração equipadas com rede Wireless. Em cada uma dessas salas há dezessete máquinas multimídia equipadas com gravador de CD, Gravador de DVD e webcam. São usados para as aulas práticas do curso de Jornalismo e Relações Públicas.

A AGEXCOM necessita dos seguintes recursos iniciais para sua operacionalização:

Recursos Humanos

- 01 Coordenador da AGEXCOM (professor do Curso)
- 02 monitores, estagiários e/ou bolsistas (por seleção via Edital)
- Professores de Relações Públicas (mediante disciplinas práticas e/ou projetos aprovados)
- Membros do Núcleo Docente Estruturante (deliberação e controle)
- Alunos voluntários (quando necessário)

Recursos Materiais

- Além daqueles já disponíveis no Escritório-Escola, os seguintes:
- 01 Mesa de reuniões grande e 12 cadeiras (empilháveis)
- 02 bancadas de computador (desktop) com equipamentos acessórios completos e acesso à Internet
- 2 impressoras, sendo uma com scanner (jato de tinta) e outra
- 01 uma mesa tipo escrivaninha e 03 cadeiras
- 02 Prateleiras de metal
- 01 Armário com chave
- 01 Arquivo de pastas suspensas com chaves
- 01 aparelho de fax com telefone
- Material de expediente (a ser detalhado)

3. CORPO DOCENTE E TÉCNICO-ADMINISTRATIVO

Professores	
Aline Ferreira Lira	Mestre
Célia Maria da Silva Carvalho	Mestre
Henrique Wendhausen	Mestre
Inara Regina Batista da Costa	Mestre
Judy Lima Tavares	Mestre
Luiza Elayne Azevedo	Doutora
Laura Jane Bezerra Miranda	Mestre
Maria Emilia de Oliveira P. Abbud	Doutora
Técnico-Administrativos	
Nome	Qualificação
Jairo de Souza Ferraz	Diretor de Produção
Pedro D'Alcântara Bacellar	Técnico Administrativo
Ranngel de Oliveira Souza	Técnico Administrativo
Shelly Hamona Sicsú Ribeiro	Técnica Laboratório Áudio

APÊNDICE A

REGULAMENTO DE ESTÁGIO CURRICULAR OBRIGATÓRIO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS DA UFAM

CAPÍTULO I DAS BASES LEGAIS DO ESTÁGIO

Art. 1º O estágio obrigatório do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM) fundamenta-se na Lei nº 11.788 de 25 de setembro de 2008, que dispõe sobre o estágio dos alunos, na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, na Lei Federal nº 9.394/96 e nas Diretrizes Curriculares dos Cursos de Ensino Superior.

Art. 2º Segundo o art.1º da Lei 11.788/2008, o estágio caracteriza-se como “um ato educativo escolar supervisionado” que tem como finalidade a preparação para a atividade profissional e para a vida cidadã dos alunos que estão regularmente matriculados e freqüentando curso em instituição superior.

Art. 3º Conforme o Parecer CNE/CES nº 492, de 3 de abril de 2001, que aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de Comunicação Social e habilitação de Relações Públicas, “o estágio orientado por objetivos de formação refere-se a estudos e práticas supervisionados em atividades externas à unidade de oferecimento do Curso”.

CAPÍTULO II DAS DIRETRIZES GERAIS

Art. 4º O Estágio Curricular refere-se a uma atividade de caráter teórico-prático, de modalidade obrigatória, caracterizando-se como um conjunto de práticas profissionais no campo das Relações Públicas, contribuindo para o desenvolvimento de habilidades e de competências que reflitam diretamente no desempenho profissional do aluno.

§ 1º O Estágio Curricular realizar-se-á no 7º. período, com início na segunda quinzena do período letivo.

§ 2º O Estágio Curricular terá a duração de 360 horas desenvolvidas durante o período letivo, com carga horária destinada às aulas teóricas e práticas.

§ 3º Para cursar a disciplina Estágio Curricular é necessário que o aluno tenha sido aprovado nas disciplinas obrigatórias da área de Relações Públicas oferecidas até o 5º. período.

§ 4º A carga horária do Estágio Curricular terá um total de 360 horas, sendo 30 horas teóricas e 330 horas práticas, com 2 créditos teóricos e 11 práticos.

CAPÍTULO III OBJETIVOS DO ESTÁGIO

Art. 5º O estágio é obrigatório para o Curso de Relações Públicas da UFAM, tratando-se de uma atividade acrescida à carga horária regular e obrigatória do curso e se constituindo em um componente indispensável à integralização curricular. A supervisão de estágio é compreendida como um processo de ensino-aprendizagem, por meio de uma relação entre supervisores/supervisionados, abrangendo o planejamento, o desenvolvimento e a avaliação com total entrosamento das partes envolvidas.

Art. 6º O Estágio tem por objetivos:

- I- Oportunizar ao aluno estagiário a aquisição de novos conhecimentos, o aperfeiçoamento e/ou o desenvolvimento de habilidades e atitudes necessárias para o bom desempenho profissional;
- II- Possibilitar vivências que contribuam para um adequado relacionamento interpessoal e uma participação ativa na sociedade;
- III- Vivenciar situações que ampliem o conhecimento da realidade na área de formação do aluno;
- IV- Ampliar o conhecimento sobre a organização profissional e o desempenho profissional;
- V- Interagir com profissionais da área em que irá atuar, com pessoas que direta ou indiretamente se relacionam com as atividades profissionais, com vistas a desenvolver e/ou aperfeiçoar habilidades e atitudes básicas e específicas necessárias para a atuação profissional.

CAPÍTULO IV CAMPOS DE ESTÁGIO E ATIVIDADES

Art. 7º Os campos de atuação do Estágio Curricular do curso de Relações Públicas incluirão a própria Universidade (atuação em setores da Instituição e em projetos de pesquisa e extensão), entidades de direito privado, órgãos da administração pública, instituições de ensino ou pesquisa, organizações da sociedade civil de interesse público.

Art. 8º No caso do estágio em um departamento de comunicação em que o aluno já esteja estagiando, ele deverá executar uma ação que não faça parte de suas atribuições no setor.

Art. 9º Para o estágio em organizações do 3º setor, deverão ser executadas atividades que cumpram os dispositivos inseridos no capítulo das funções do profissional de Relações Públicas (resolução nº 43 do Conselho Federal de

Relações Públicas) e contribuam para a entidade a organizar sua área de comunicação;

Art. 10º Atividades que não se caracterizem como funções de um profissional de Relações Públicas (resolução nº 43 do Conselho Federal de Relações Públicas) ou atividades que não tenham aderência com a profissão serão descartadas para efetivação do estágio supervisionado.

Art. 11º As atividades a serem acompanhadas, auxiliadas e, dependendo da situação, desenvolvidas pelos estagiários constarão no plano de estágio e deverão atender aos dispositivos da resolução nº 43 do Conselho Federal de Relações Públicas. Tais atividades devem estar em consonância com as funções privativas da atividade profissional de Relações Públicas:

I - “elaborar, coordenar, implantar, supervisionar e avaliar:

- a) planejamento estratégico da comunicação;
- b) comunicação corporativa;
- c) campanhas institucionais de informação, integração, conscientização e motivação dirigidas a público estratégico e à informação da opinião pública e em apoio à administração, recursos humanos, *marketing*, vendas e negócios em geral;

II - coordenar, implantar, supervisionar, avaliar, criar e produzir material que, em essência, contenha caráter institucional da organização e se enquadre no escopo da comunicação organizacional e são conhecidos por *newsletters* e boletins informativos eletrônicos ou impressos, *house-organs*, jornais e revistas institucionais de alcance interno ou externo, relatórios para acionistas, folhetos institucionais, informações para imprensa, sugestões de pauta, balanços sociais, manuais de comunicação, murais e jornais murais;

III - elaborar planejamento para o relacionamento com a imprensa:

- a) definir estratégia de abordagem e aproximação;
- b) estabelecer programas completos de relacionamento;
- c) manter contato permanente e dar atendimento aos chamados e demandas;
- d) elaborar e distribuir informações sobre a organização, que digam respeito às suas ações, produtos, serviços, fatos e acontecimentos ligados direta ou indiretamente a ela, na forma de sugestões de pauta, *press releases* e *press kits*, organizar e dirigir entrevistas e coletivas;
- e) criar e produzir manuais de atendimento e relacionamento com a imprensa;

IV- desenvolver estratégias e conceitos de comunicação institucional por meios audiovisuais, eletrônicos e de informática, Internet e Intranet;

V- definir conceitos e linhas de comunicação de caráter institucional para roteiros e produção de vídeos e filmes;

VI- organizar e dirigir visitas, exposições e mostras que sejam do interesse da organização”.

CAPÍTULO V ATRIBUIÇÕES DO ESTÁGIO

Art. 12º Do Departamento de Comunicação Social:

- I- Selecionar, credenciar e, posteriormente, conveniar os Campos de Estágio, objetivando assegurar o desenvolvimento dos mesmos mediante cumprimento das condições básicas exigidas para o seu funcionamento.
- II- Realizar gestões junto aos atores das Instituições de Campos de Estágio, mediante constante intercâmbio e articulação para viabilizar a realização do processo de estágio curricular.
- III- Promover encontros periódicos que propiciem condições de aperfeiçoamento das atividades teórico-práticas dos supervisores de campo e supervisores de ensino.

Art. 13º Do Coordenador de Estágio:

- I- Coordenar as atividades de Estágio.
- II- Fazer contatos, antes do início de cada semestre letivo, com as Instituições de Campos de Estágio, selecionadas pela Coordenação do curso de Relações Públicas.
- III- Distribuir, ao término do semestre letivo, as fichas de solicitação de estágio aos alunos, a fim de inseri-los nos campos já e /ou a serem selecionados pelo Departamento.
- IV- Preparar, juntamente com o professor orientador, a documentação de acompanhamento e de avaliação do aluno, responsabilizando-se por seu processo.
- V- Encaminhar à Chefia do Departamento a relação dos alunos que oficialmente serão enviados aos campos de Estágio.
- VI- Solicitar ao professor, no início do semestre letivo, um Programa de Supervisão de Estágio elaborado conjuntamente com o Supervisor Técnico
- VII- Avaliar, semestralmente, os Campos de Estágio, conjuntamente com os Professores orientadores, Supervisores Técnicos e alunos.
- VIII- Participar de reuniões, encontros, treinamentos, seminários e cursos promovidos pelo Departamento.
- IX- Articular com os dirigentes dos campos de Estágio a viabilidade de obtenção de estágio remunerado (bolsas).
- X- Analisar e dar parecer aos pedidos de transferência dos estagiários dos campos de estágio.

Art.14º Do Professor- orientador:

- I- Conhecer os objetivos, a estrutura, a programação, o funcionamento e o significado dos campos de estágio onde se encontram engajados os estagiários.
- II- Entrosar o Supervisor Técnico com a sistemática de Estágio adotada pelo Curso de Relações Públicas, através de contatos prévios no início de cada período, troca de informações, visitas quinzenais e/ou mensais, e avaliação ao final de cada período.
- III- Caracterizar e discutir as dificuldades encontradas nos campos de Estágio, buscando estratégias de ação, através de reuniões com supervisores de campo e estagiários.
- IV- Estabelecer, juntamente com o Supervisor Técnico e os estagiários, um cronograma de supervisão que deverá ser observado pelas partes envolvidas.
- V- Elaborar no início do semestre letivo o plano, programa e/ou projeto de estágio, juntamente com o Supervisor Técnico e estagiário.
- VI- Participar, juntamente com o Supervisor Técnico, de todo o processo de ensino-aprendizagem desenvolvido no campo de estágio, co-responsabilizando-se pelas orientações, acompanhamentos e avaliações contínuas.
- VII- Participar de reuniões, cursos, seminários, ciclos de estudo, treinamentos e encontros promovidos pelo Departamento de Comunicação Social

Art. 15º Do Supervisor Técnico:

- I- Elaborar juntamente com o professor-orientador e o estagiário, o programa de atividades de estágio a ser desenvolvido.
- II- Participar, juntamente com o professor, de todo o processo de ensino aprendizagem desenvolvido no campo de estágio, corresponsabilizando-se pelas orientações, acompanhamento e avaliações contínuas.
- III- Estabelecer, juntamente com o professor e o estagiário, o cronograma de supervisão que deverá ser devidamente observado pelas partes envolvidas.
- IV- Manter à disposição do professor e/ou coordenador de estágio a documentação de acompanhamento e avaliação de estagiário.

- V- Comunicar por escrito ao Departamento de Relações Públicas qualquer alteração no estágio do aluno que interfira no cumprimento das exigências curriculares.
- VI- Participar de cursos, seminários, ciclos de estudo, treinamento e encontros promovidos pelo Departamento de Relações Públicas.

Art. 16º Do Estagiário:

- I- Cumprir as normas de estágio do Curso de Relações Públicas previstas neste documento.
- II- Iniciar o estágio após encaminhamento por escrito do Departamento de Relações Públicas à organização participante.
- III- Estabelecer com o Supervisor Técnico o horário de estágio e dar a conhecê-lo, por escrito, ao Professor.
- IV- Delimitar, juntamente com o Supervisor Técnico e o professor, o programa de estágio, bem como os projetos a serem desenvolvidos na área de atuação.
- V- Assumir somente atividades compatíveis com sua condição de aluno e com o processo de ensino-aprendizagem.
- VI- Participar, juntamente com o Professor-orientador, das reuniões de supervisão e das avaliações periódicas estabelecidas.
- VII- Comunicar por escrito ao Professor-orientador, qualquer anormalidade que ocorra no campo de Estágio.
- VIII- Solicitar à Coordenação de Estágio do curso de Relações Públicas transferência de campo de Estágio, a qual far-se-á mediante a exposição de motivos, que deverá ser avaliada pela Coordenação de Estágio e em última instância, pelo colegiado do curso.
- IX- Entregar regularmente a documentação do Estágio: diário de campo, folha de produção, ficha de observação, relatórios, projetos e outras documentações solicitadas pelo Supervisor Técnico e Professor-orientador
- X- Elaborar o *Relatório de Estágio* em duas vias, a serem entregues ao Professor-orientador e Supervisor Técnico, ao final de cada período letivo.

Apresenta-se no escopo deste regulamento a concepção de estágio, estrutura, condições de funcionamento e atribuições dos segmentos envolvidos do estágio curricular.

CAPÍTULO V AVALIAÇÃO DO ESTÁGIO

Art. 17º - A avaliação do Estágio Curricular Obrigatório é feita de forma processual e realizada por meio do Relatório de Atividades, o qual deve ser entregue pelo estudante ao seu professor-orientador, conforme cronograma constante do Plano de Estágio (Vide Anexo)

§ 1º A empresa também deve proceder a entrega formal de um documento que avalie o trabalho desenvolvido.

§ 2º A nota de avaliação das atividades realizadas no estágio curricular também é de responsabilidade do Supervisor Técnico.

§ 2º A média exigida na avaliação do estágio deve ser igual ou superior a 5.0 (cinco), estabelecida a partir dos critérios: atendimento aos objetivos do estágio, aplicação dos conhecimentos de Relações Públicas, cumprimento das atividades previstas, assiduidade.

Art. 18º - O Relatório Final do Estágio Supervisionado deverá objetivar o registro das informações adquiridas e a síntese dos trabalhos desenvolvidos e a divulgação de informações técnicas. O relatório a ser entregue pelo aluno deverá ser estruturado contendo as seguintes seções fundamentais:

- I- Folha de rosto;
- II- Sumário;
- III- Introdução;
- IV- Desenvolvimento do relatório;
- V- Considerações Finais;
- VI- Anexos e Apêndices.

§ 2º - O relatório deverá ser apresentado nos formatos:

a) Impresso, em papel branco, sem pauta, formato A4, formatado em espaço um e meio e com fonte Times New Roman, tamanho 12. As margens a serem deixadas para a matéria a ser exposta devem atender às seguintes especificações: Superior - 35mm, Inferior - 25mm, Esquerda - 40mm, Direita - 25mm.

b) Digital, em CD-ROM, na extensão .pdf.

Art. 18º - Fazem parte destas Normas e Procedimentos os seguintes anexos:

- Anexo I – Folha de rosto do relatório de estágio;
- Anexo II – Controle de frequência mensal efetuado pela Empresa;
- Anexo III – Plano de Estágio;
- Anexo IV – Avaliação do Professor Orientador;
- Anexo V – Avaliação do aluno pela Empresa;
- Anexo VI – Auto-avaliação do aluno

Anexo I – Folha de rosto do relatório de estágio;

RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO

Departamento	
Título de Trabalho	
Aluno	
Empresa	
Supervisor na Empresa	
Professor-Orientador	

Manaus, ___ de _____ de _____.

Professor – Orientador

Recebido em ___ / ___ / _____.

Coordenador de Estágio

Anexo II – Controle de freqüência mensal efetuado pela Empresa;

Aluno: _____

Empresa: _____

Supervisor da Empresa: _____

	Horário Matutino		Horário Vespertino		Horário Noturno
Segunda-feira	às _____	E	às _____	e	às _____
Terça-feira	às _____	E	às _____	e	às _____
Quarta-feira	às _____	E	às _____	e	às _____
Quinta-feira	às _____	E	às _____	e	às _____
Sexta-feira	às _____	E	às _____	e	às _____
Sábado	às _____	E	às _____	e	às _____

Mês		
Total de Horas Previstas		Total de Horas Cumpridas

Dia	P ou F		
	Matutino	Vespertino	Noturno
01			
02			
03			
04			
05			
06			
07			
08			
09			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

Dia	P ou F		
	Matutino	Vespertino	Noturno
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			
31			

LEGENDA:

P = presente

F = faltou

Supervisor da Empresa

Anexo III – Plano de Estágio;

I – Dados do Aluno

Nome:	
Curso:	Matrícula:
e-mail	Telefone:
Área de Atuação no Estágio:	

II – Dados do(a) Professor(a) Orientador(a)

Nome:	
e-mail	Telefone:

III – Dados da Empresa/ Instituição

Nome:	
Endereço:	
Supervisor:	
Cargo:	Telefone:
e-mail:	
Setor: () Indústria () Comércio () Serviços () Agroindústria	
Classificação do Porte: () Microempresa () Pequena Empresa	
() Média Empresa () Grande Empresa	

<p>Manaus, ____ de _____ de _____</p> <p>Assinaturas:</p> <p>Aluno(a): _____</p> <p>Orientador(a): _____</p> <p>Supervisor(a): _____</p>	<p>Recebido em</p> <p>___ / ___ / _____</p> <p>Ass.: _____</p>
--	--

IV – Identificação da Situação-Problema

[Descreva a situação problema identificada na empresa, escolhida com foco de intervenção a partir do estudo-diagnóstico realizado]

V – Objetivo do Estágio

[Descreva o objetivo da intervenção proposta]

VI – Justificativa

[Descreva as razões que motivam a realização do estágio. Apresente as razões da escolha do problema. Algumas perguntas para sua consideração: Por que este trabalho é importante? Por que é necessário? Por que você se interessa pelo assunto? Qual relevância do trabalho para a empresa e para você?]

VII – Plano de Ação

O que fazer?	Como fazer? [como deverá ser feito]	Quando fazer: [quando as ações serão realizadas - em dias, semanas ou meses]														
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
[Colher dados...]																
[Descrever ...]																
[Investigar...]																
[Levantar...]																
[Projetar...]																
[Planejar...]																
[Fazer...]																
[Incluir tantas linhas quantas forem as tarefas a serem desenvolvidas]																

O QUE FAZER? = descreva as ações que você propõe para solucionar a situação problema identificada, bem como as expectativas de resultados a partir de sua implementação.

COMO FAZE? = descreva os procedimentos metodológicos (etapas a serem seguidas, técnicas, instrumentos, recursos, etc.) a serem seguidos/ utilizados para desenvolver a sua proposta de intervenção, segundo o proposto no item anterior.

QUANDO FAZER? = cronograma; definir, temporalmente, as etapas/ ações a serem implementadas segundo a proposta de intervenção e o cronograma formal de Estágio.

Semanas / Atividades		Observações
1º Sem.		
2º Sem.		
3º Sem.		
4º Sem.		
5º Sem.		
6º Sem.		
7º Sem.		
8º Sem.		
9º Sem.		
10º Sem.		
11º Sem.		
12º Sem.		
13º Sem.		
14º Sem.		
15º Sem.		

Anexo IV – Avaliação do Professor Orientador.

Aluno	
Nome:	
Curso:	Matrícula:
Endereço:	
e-mail	Telefone:
Orientador	
Nome:	
e-mail	Telefone:
Área:	
Empresa	
Nome:	
Endereço:	
Supervisor:	
Cargo:	
e-mail	Telefone:
Critérios de Avaliação	
Avaliar segundo os seguintes critérios: atendimento aos objetivos do estágio (2,5 pontos), aplicação dos conhecimentos de Relações Públicas (2,5 pontos), cumprimento das atividades previstas (3,0 pontos), assiduidade (2,0 pontos).	
Média Final	
Manaus, ___ de _____ de _____.	_____
	Professor - Orientador
Recebido em ___ / ___ / _____.	_____
	Coordenador de Estágio

Anexo V – Avaliação do aluno pela Empresa

Aluno:
Empresa:
Supervisor na Empresa:
Título do Trabalho:

Avaliação								
Iniciativa	()	Ótimo	()	Bom	()	Regular	()	Insuficiente
Conhecimento Técnico	()	Ótimo	()	Bom	()	Regular	()	Insuficiente
Interesse	()	Ótimo	()	Bom	()	Regular	()	Insuficiente
Desenvolvimento	()	Ótimo	()	Bom	()	Regular	()	Insuficiente

Sugestão

Manaus, ___ de _____ de _____.

Supervisor na Empresa

Recebido em ___ / ___ / _____.

Coordenador de Estágio

Anexo VI – Auto-avaliação do aluno

Aluno	
Nome:	
Curso:	Matrícula:
Endereço:	
e-mail	Telefone:
Orientador	
Nome:	
e-mail	Telefone:
Área:	
Empresa	
Nome:	
Endereço:	
Supervisor:	
Cargo:	
e-mail	Telefone:

Avalie o seu desempenho no estágio em relação a:

Capacidade de Iniciativa	() Ótimo	() Bom	() Regular	() Deficiente
Interesse nas Atividades do Estágio	() Ótimo	() Bom	() Regular	() Deficiente
Eficiência	() Ótimo	() Bom	() Regular	() Deficiente
Responsabilidade	() Ótimo	() Bom	() Regular	() Deficiente

Faça uma avaliação sobre seu aproveitamento nas atividades realizadas no estágio que contribuíram para melhorar o seu conhecimento relacionado com o conteúdo dado nas disciplinas do curso.

Manaus, ___ de _____ de _____.

Aluno - Estagiário

Recebido em ___ / ___ / _____.

Coordenador de Estágio

APÊNDICE B

REGULAMENTO DOS PROJETOS EXPERIMENTAIS DE CONCLUSÃO DE CURSO (PECC) DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

TÍTULO I

DOS PROJETOS EXPERIMENTAIS DE CONCLUSÃO DE CURSO

CAPÍTULO I

DA DEFINIÇÃO E DA ESTRUTURA

Art. 1º Os Projetos Experimentais de Conclusão de Curso (PECC) tanto podem ser trabalhos monográficos resultantes de uma pesquisa quanto trabalhos práticos e caracterizam-se pela pesquisa e pela elaboração de um produto de acordo com as normas técnicas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) – especialmente a NBR 14724, por meio da utilização de instrumentos e técnicas da Comunicação Social, especificamente de Relações Públicas.

Parágrafo 1º - Ao optar por apresentar um Projeto Experimental, ou seja, um produto, o(a) estudante não fica desobrigado(a) de apresentar o trabalho monográfico referente à elaboração do produto de comunicação.

Parágrafo 2º - Quando se tratar de um Projeto Experimental, e nesse único caso, o trabalho poderá ser realizado em dupla, desde que atendam às especificações acima e gerem produtos relativos à atividade de Relações Públicas.

Art. 2º Em sintonia com o projeto político-pedagógico do Curso de Relações Públicas - que tem como diretriz fundamental a aproximação do ensino da comunicação com as demandas da sociedade, com o mercado profissional e com a iniciação científica - a Ufam propiciará aos estudantes regularmente matriculados a oportunidade de, ao ter um artigo científico (resultado de pesquisa na área da comunicação social) publicado em revista indexada de circulação local, nacional ou internacional, ser dispensado de realizar o Projeto Experimental de Conclusão de Curso (PECC).

Parágrafo único: Para fazer jus a esse benefício, o(a) estudante terá de se integrar às atividades de quaisquer dos Grupos de Pesquisa ou Projetos de Extensão desenvolvidos no Departamento de Comunicação Social (Decom) a partir do quarto semestre, contados a partir da data de ingresso do estudante no curso.

Art. 3º Os Projetos Experimentais de Conclusão de Curso (PECC) ocorrem no semestre final do Curso de Relações Públicas, com carga horária equivalente a 270 horas-aula.

Art. 4º A estrutura do PECC compreende obrigatoriamente os seguintes elementos:

I - Introdução, na qual são delimitados o problema de pesquisa, os objetivos, a justificativa do estudo e a metodologia.

II – Fundamentação teórica

III – Resultados

IV – Conclusões

V – Referências

Art. 5º A produção do PECC é exigência legal para a colação de grau de Bacharel em Relações Públicas.

Art. 6º O PECC tem o objetivo de verificar o desempenho do estudante ao trabalhar com um referencial teórico, sua capacidade de refletir sobre o próprio objeto de investigação, à medida que explora novos usos para a comunicação, aperfeiçoando técnicas e linguagens e ampliando a pesquisa sobre os impactos das Relações Públicas na sociedade.

CAPÍTULO II DOS OBJETIVOS

Art. 7º São objetivos do PECC:

I - atender ao cumprimento dos Parâmetros Curriculares Nacionais que fundamentam os Projetos Experimentais nos Cursos de Comunicação Social;

II – promover ações de iniciação científica no âmbito do Departamento de Comunicação Social da Ufam, em consonância com as linhas de Pesquisa do

Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM), com as linhas de Pesquisa estabelecidas pelos Grupos de Pesquisa existentes, ou a serem criados no DECOM e de acordo com as linhas de Pesquisa:

- a) Processos Comunicacionais nas Organizações;
- b) Comunicação em Ambientes Informacionais;
- c) Relações Públicas e suas Interfaces;
- d) Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

CAPÍTULO III DA IMPLEMENTAÇÃO E DA EXECUÇÃO

Art. 08. O(s) professor(es) orientador(es) do Projeto Experimental ou da Monografia deve(m) avaliar:

- I - as atividades e o envolvimento do estudante na elaboração do projeto;
- II - o conjunto de atividades desenvolvidas pelo estudante no decorrer do projeto;
- III - a execução e os resultados obtidos em relação aos objetivos propostos no projeto.

CAPÍTULO IV DA ORIENTAÇÃO

Art. 09. O PECC deve ser orientado por um professor do DECOM, ao qual o estudante deverá apresentar o seu projeto de pesquisa, oriundo da disciplina Projeto Experimental I, com a devida aprovação do professor da disciplina.

Art. 10. O professor-orientador deve registrar todas as formas de orientação (encontros, e-mails, contatos telefônicos etc.) com seus orientandos em formulário específico a ser criado.

Art. 11. São sugeridos, no mínimo, quinze (15) encontros registrados no semestre como forma de garantir a qualidade do trabalho acadêmico e o envolvimento orientador/orientando.

Parágrafo único. Eventualmente, um professor aposentado do DECOM poderá orientar o PECC, cumprindo o presente regulamento.

Art. 12. Os estudantes matriculados em Projetos Experimentais em Relações Públicas devem escolher um professor-orientador e comunicar sua escolha à Coordenação do Curso acompanhada de um ACEITE, por escrito, do professor-orientador, indicado até a primeira semana letiva do semestre no qual é oferecida a disciplina Projeto Experimental.

Parágrafo único. Após a homologação dos orientadores, em reunião do Núcleo Docente Estruturante (NDE), a troca de orientador só será permitida com nova autorização do NDE e com a anuência dos envolvidos no processo de troca.

CAPÍTULO V DA AVALIAÇÃO

Art. 13. A avaliação do PECC deve considerar os seguintes critérios:

- I - produção textual: argumentação, clareza, coerência e coesão;
- II - aplicação das normas técnicas da ABNT;
- III - qualidade da comunicação na defesa pública;
- IV - fundamentação teórica, resultados e relevância.

Art. 14. Os PECCs serão avaliados pela banca examinadora constituída a partir dos critérios abaixo descritos:

- a) As notas devem ser atribuídas inicialmente pelos membros da Banca Examinadora de Avaliação;
- b) O Presidente (orientador) deverá, obrigatoriamente, acompanhar a menor nota atribuída pelos membros da Banca Examinadora.

Art. 15. O resultado da avaliação segue as disposições do Regimento Geral e do Estatuto da UFAM, sendo considerado aprovado o(a) estudante que alcançar nota igual ou superior a 5 (cinco).

Parágrafo 1º - No caso de recomendações da Banca Examinadora para modificações no PECC será concedido prazo máximo de 15 dias para as reformulações necessárias. A nota será lançada somente após a entrega da cópia do trabalho impresso e digital. Cabe ao orientador receber o trabalho devidamente corrigido com as recomendações propostas pela Banca Examinadora e encaminhá-lo à Coordenação do Curso.

Parágrafo 2º - Caso as recomendações apontadas pela Banca Examinadora não sejam atendidas no prazo máximo de 15 dias, o(a) estudante será considerado reprovado por nota.

Art. 16. O estudante deve apresentar os Projetos Experimentais de Conclusão de Curso perante uma banca composta por três integrantes com formação na área de Comunicação Social ou áreas afins.

Parágrafo 1º - Dois integrantes da banca deverão ser escolhidos, obrigatoriamente, entre os professores do Departamento de Comunicação Social da Ufam. Há a possibilidade de um dos integrantes ser do quadro docente de outro Departamento da Ufam, docente de outra Instituição de Ensino Superior ou profissional que atua no mercado de trabalho, desde que seja de reconhecida competência na área-tema explorada no Projeto Experimental de Conclusão de Curso (PECC).

Parágrafo 2º - Cabe aos professores-orientadores, juntamente com o(s) estudante(s), definir os nomes que comporão a banca examinadora e comunicar, por escrito, à Coordenação de Curso, a composição dessa banca pelo menos 10 (dez) dias antes da data prevista para a defesa pública.

CAPÍTULO VI DOS PRAZOS

Art. 17. O PECC deve ser entregue e protocolizado na secretaria do DECOM, 10 (dez) dias antes da data prevista para a defesa pública, respeitando o horário de funcionamento da secretaria.

Art. 18. As defesas devem ser feitas durante a semana das provas finais, obedecendo ao tempo de 20 (vinte) minutos para a apresentação do PECC pelo estudante e até 20 (vinte) minutos para cada membro integrante da Banca Examinadora.

TÍTULO II DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 19. Para aprovação do PECC devem ser levadas em consideração as normas deste Regulamento.

Parágrafo único. O estudante que apresentar trabalho comprovadamente copiado de outro trabalho será reprovado no PECC. Neste caso, o professor-orientador tem o dever de registrar o fato para que medidas de punição cabíveis sejam tomadas com base no Código de Processo Civil e nos Regimento e Estatuto da Ufam.

Art. 20. Este Regulamento deve ser do conhecimento de todos os alunos matriculados na disciplina de TCC.

Art. 21. Os casos omissos neste Regulamento serão analisados e decididos pelo Colegiado do Departamento.

APÊNDICE C

REGULAMENTO DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

No curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas, as Atividades Complementares, obrigatórias para a integralização do currículo pleno, serão desenvolvidas conforme descritas abaixo:

Atividades de Promoção da Cidadania: abrangem o engajamento do aluno em trabalhos de cunho comunitário, sob a supervisão de um professor tutor, em centros sociais, comunidades, hospitais, asilos, escolas, entidades filantrópicas, entre outras. As atividades de promoção da cidadania privilegiam a complementação da formação social e humana a partir do desenvolvimento de uma “consciência cidadã” e enriquecem os conhecimentos gerais do aluno de sistemas de informação.

Atividades de Intervenção Organizacional: abrangem a participação em projetos de consultoria organizacional, estágios extracurriculares e visitas técnicas, além de atividades orientadas às organizações de trabalho (públicas, privadas e da sociedade civil). As visitas técnicas permitem ao aluno adquirir e visualizar a aplicação dos conhecimentos teóricos na prática organizacional, possibilitando uma reflexão crítica sobre os diversos aspectos abordados.

Participação em Eventos Técnico-Científicos: abrangem atividades científicas como participação em palestras, seminários, fóruns, conferências, congressos, treinamentos, semana de curso (na área de comunicação social) e em cursos de extensão universitária.

Produção Técnico-Científica: neste grupo estão contempladas atividades em que o aluno é autor ou co-autor de artigo técnico-científico completo, resumo ou expandido publicado em periódico ou em revistas que envolvam a área de comunicação; autor ou co-autor de capítulo de livro; premiação em trabalho acadêmico; palestrante em congressos, workshops, semana de curso, simpósios etc; publicação de mural, pôster ou painel em eventos científicos; palestrantes em minicursos, oficinas e mesas-redondas; relatórios da análise crítica de livros e de

filmes cuja temática envolva o cotidiano da comunicação, palestrantes em projetos de extensão e pesquisa e mediador de mesas-redondas.

Iniciação Científica: abrange a participação em trabalhos de pesquisa, sob orientação de docente, atividades relacionadas à produção do conhecimento, através de estudos específicos, que visam a desenvolver no aluno o interesse e a aptidão para a investigação científica. Tais projetos podem ser ou não, desenvolvidos em convênio com órgãos financiadores de pesquisa sob a orientação docente, sistematizados pela metodologia do trabalho científico.

Monitoria: abrange a participação em monitorias, sob orientação de um docente, onde o aluno monitor pode contribuir para o aumento da qualidade do ensino através de maior assistência aos alunos das disciplinas, além de possibilitar ao monitor a aquisição de experiência profissional e aumento de conhecimento na disciplina.

Extensão: abrange a participação, registrada no plano de trabalho, em projetos de extensão PACE/PIBEX ou em projetos aprovados em outros programas.

Optativas Excedentes: abrange o aproveitamento de carga horária optativa.

São Atividades Complementares de **ENSINO** as ações abaixo:

ATIVIDADE	DOCUMENTO COMPROBATÓRIO
Estágio não obrigatório vinculado à área do curso.	Relatório do estágio, com carga horária declarada pelo supervisor. Carga Horária Máxima: 30 hs (cada)
Participação como ouvinte em semana de curso.	Certificado de participação. Carga Horária Máxima: 10 hs (cada)
Participação em monitoria.	Relatório das atividades do aluno, acompanhado da avaliação do professor orientador. Carga Horária Máxima: 40 hs (cada)
Participação como membro em Programa Especial de Treinamento.	Relatório das atividades do aluno, acompanhado da avaliação do professor coordenador do PET. Carga Horária Máxima: 30 hs (cada)
Mediador de mesa redonda.	Apresentação do certificado de participação como mediador. Carga Horária Máxima: 10 hs (cada)
Carga horária optativa excedente.	Cópia do histórico escolar, comprovando a aprovação na disciplina. Carga Horária Máxima: 20 hs (cada)

São Atividades Complementares de **PESQUISA E PRODUÇÃO CIENTÍFICA** as ações abaixo:

ATIVIDADE	DOCUMENTO COMPROBATÓRIO
Autor ou co-autor de artigo científico completo publicado em anais.	Artigo impresso, declaração de aceite e certificado de apresentação do artigo no evento. Carga Horária Máxima: 15 h (cada)
Autor ou co-autor de artigo científico completo publicado em revistas.	Artigo impresso e declaração de aceite. Carga Horária Máxima: 15 h (cada)
Autor ou co-autor de artigo científico resumido/expandido publicado em anais ou revistas de eventos científicos.	Artigo impresso e declaração de aceite. Carga Horária Máxima: 10 h (cada)
Autor ou co-autor de capítulo de livro.	Apresentação de cópia da capa, contra-capas e índice do livro. Carga Horária Máxima: 25 h (cada)
Premiação em trabalhos acadêmicos.	Apresentação de cópia do documento de premiação. Carga Horária Máxima: 10 h (cada)
Relatórios de livros e filmes indicados.	Apresentação do relatório da análise crítica do livro/filme, acompanhado da avaliação do professor. Carga Horária Máxima: 05 h (cada)
Publicação de mural, pôster ou painel em eventos científicos.	Apresentação do certificado de publicação. Carga Horária Máxima: 10 h (cada)
Crítica de artigos e textos técnico-científicos.	Apresentação do relatório da análise crítica do artigo ou texto, acompanhado da avaliação do professor. Carga Horária Máxima: 05 h (cada)
Participação como membro em projetos de pesquisa aprovados e concluídos com bolsas do PIBIC.	Relatório de atividades do aluno, acompanhado da avaliação do professor coordenador do projeto. Carga Horária Máxima: 30 h (cada)
Participação como membro em projetos de pesquisa aprovados em outros programas.	Relatório de atividades do aluno, acompanhado da avaliação do professor coordenador do projeto. Carga Horária Máxima: 30 h (cada)

São Atividades Complementares de **EXTENSÃO** as ações abaixo:

ATIVIDADE	DOCUMENTO COMPROBATÓRIO
Participação como ouvinte em eventos da área de comunicação.	Certificado de participação. Carga Horária Máxima: 10 h (cada)
Participação como ouvinte em congressos, seminários, simpósios, conferências, fóruns, workshops, etc.	Certificado de participação. Carga Horária Máxima: 10 h (cada)
Participação como ouvinte em treinamentos, conferências e palestras isoladas na área do curso.	Certificado de participação, com carga horária declarada. Carga Horária Máxima: 10 h (cada)
Participação como membro em projetos de consultoria.	Relatório de atividades do projeto de consultoria, com carga horária declarada pelo supervisor. Carga Horária Máxima: 10 h (cada)
Participação como membro de comissão organizadora de eventos científicos ou extensão.	Relatório do trabalho realizado pelo aluno, mais o certificado de participação com a carga horária declarada pelo professor coordenador do projeto. Carga Horária Máxima: 15 h (cada)
Participação como membro de curso de extensão PACE/PIBEX.	Plano de trabalho do projeto e relatório das atividades do aluno, acompanhado da avaliação do professor coordenador. Carga Horária Máxima: 30 h (cada)
Participação como membro de curso de extensão aprovados em outros programas.	Plano de trabalho do projeto e relatório das atividades do aluno, acompanhado da avaliação do professor coordenador. Carga Horária Máxima: 30 h (cada)
Participação em entidades de representação discente.	Ata da Eleição assinada e validada pela Coordenação do Curso, descrevendo o cargo ocupado pelo solicitante. Carga Horária Máxima: 20 h (cada)
Palestrante em congressos, seminários, simpósios, conferências, fóruns, workshops, semana de curso, etc.	Apresentação do certificado de participação como palestrante. Carga Horária Máxima: 10 h (cada)
Palestrante de minicursos, oficinas ou mesa redonda.	Apresentação do certificado de participação como palestrante.

	Carga Horária Máxima: 15 h (cada)
Palestrante em projetos de extensão PACE/PIBEX.	Apresentação do certificado de participação como palestrante. Carga Horária Máxima: 10 h (cada)
Palestrante em projetos de extensão aprovados em outros programas.	Apresentação do certificado de participação como palestrante. Carga Horária Máxima: 10 h (cada)
Palestrante em projetos de pesquisa aprovados e concluídos com bolsas do PIBIC.	Apresentação do certificado de participação como palestrante. Carga Horária Máxima: 10 h (cada)
Palestrante em projetos de pesquisa aprovados em outros programas.	Apresentação do certificado de participação como palestrante. Carga Horária Máxima: 10 h (cada)
Visita técnica às organizações.	Relatório da visita, com a carga horária declarada pelo professor. Carga Horária Máxima: 05 h (cada)
Engajamento em trabalho comunitário em centros sociais, asilos, escolas, comunidades, hospitais, entidades filantrópicas, entre outras.	Relatório do trabalho realizado pelo aluno e carga horária declarada pelo professor supervisor da atividade. Carga Horária Máxima: 15 h (cada)

As Atividades Complementares terão carga horária mínima de 180 horas, devendo seu cumprimento se distribuir ao longo de todo o curso, conforme as escolhas dos discentes.

Os alunos deverão solicitar o aproveitamento das Atividades Complementares no período subsequente ao do realizado, no mesmo período de aproveitamento de estudos, conforme o calendário acadêmico.

Caso o aluno não solicite o aproveitamento no prazo de dois períodos letivos consecutivos ao da atividade complementar realizada, o mesmo só poderá solicitar no máximo dez aproveitamentos por período.

As Atividades Complementares solicitadas serão entregues à Comissão de Avaliação das Atividades Complementares, para a devida análise, conforme estabelece a Portaria Nº 051/2007. Após a análise, o Colegiado do Curso de Relações Públicas irá dar o parecer final.

O lançamento das Atividades Complementares, no Sistema de Controle Acadêmico, será realizado semestralmente pelo Coordenador de Curso, para o devido registro no histórico do aluno, conforme o Calendário Acadêmico da Instituição.

As Atividades Complementares não previstas ou omissas serão avaliadas pelo Núcleo Docente Estruturante, por professores nomeados pelo Colegiado do Curso de Relações Públicas, com mandato de 02 (dois) anos, renováveis por igual período.

O aluno que já aproveitou a carga horária e/ou o número de créditos para outra finalidade, não poderá solicitar aproveitamento como atividade complementar. Isto também é válido para alunos que aproveitaram carga horária optativa de Programas Especiais, como PIBIC, PET, monitoria, estágio não obrigatório e projetos de extensão e pesquisa ligadas à vivência profissional do curso de Relações públicas, conforme Resolução Nº 021/2007.

As demais condições que regerão a solicitação, processamento e tramitação do Aproveitamento de Atividades Complementares, que não constem nesta Resolução, serão decididos no Colegiado do Curso de Relações Públicas.

A carga horária das atividades requeridas para Aproveitamento de Atividades Complementares será decidida pelo Colegiado do Curso de Relações Públicas.

APÊNDICE D
REGULAMENTO DA AGEXCOM – AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE
COMUNICAÇÃO

CAPÍTULO I – DAS FINALIDADES E OBJETIVOS

Art. 1º - A Agência Experimental de Comunicação – AGEXCOM do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas tem por finalidade oferecer ao estudante regularmente matriculado oportunidade para desenvolver atividades práticas nas respectivas áreas.

Art. 2º - Para fiel cumprimento de sua finalidade, a AGEXCOM permitirá aos estudantes a participação ativa em trabalhos de assessoria de comunicação sob orientação direta de um docente, dando-lhe assim oportunidade de aplicar os conhecimentos adquiridos nas atividades acadêmicas, por meio de projetos aprovados pelo Núcleo Docente Estruturante – NDE.

Art. 3º - A AGEXCOM prestará serviços à comunidade de acordo com as disposições deste Regimento, no que se refere à assessoria técnica, planejamento, elaboração de projetos e outros serviços ligados à Assessoria de Comunicação.

CAPÍTULO II – DOS PÚBLICOS PARCEIROS

Art. 4º - Constituem os públicos da AGEXCOM, o Departamento de Comunicação Social, outros departamentos, órgãos da própria Universidade e as associações devidamente constituídas e sem fins lucrativos e as pequenas e micro-empresas para as quais realizarão serviços que, pela sua característica ou pelo baixo poder aquisitivo dos beneficiários, não sejam objeto de concorrência ou disputa no mercado de trabalho convencional.

Art. 5º - A AGEXCOM atuará em consonância com os planos e os programas de pesquisa e extensão da Universidade Federal do Amazonas, bem como, com o Projeto Político Pedagógico do Curso de Relações Públicas.

CAPÍTULO III – DA COMPOSIÇÃO

Art. 6º - Compõem a AGEXCOM um professor-coordenador, um vice-coordenador, os professores orientadores e os alunos bolsistas e estagiários. Contará ainda a AGEXCOM com a assessoria de todos os professores, quando necessário, e o apoio das instâncias ligadas ao Decom que tenham capacidade para atender os projetos.

Art. 7º - O professor-coordenador será indicado em reunião do Núcleo Docente Estruturante – NDE e homologado na reunião do Departamento, para um período de dois anos à frente da AGEXCOM, podendo ser reconduzido uma vez. É obrigado a apresentar, semestralmente, relatório de todas as atividades desenvolvidas pela AGEXCOM. O professor-coordenador deverá fazer parte do quadro funcional da Universidade Federal do Amazonas, preferencialmente em regime DE, das quais destacará 10h semanais para atendimento a AGEXCOM.

Art. 8º - Os professores-orientadores devem submeter ao NDE todos os projetos que irão orientar, sendo responsáveis pelo bom andamento do projeto até o encerramento. Os professores-orientadores poderão atribuir carga horária de acordo com os objetivos e o nível de complexidade.

CAPÍTULO IV – DA ADMINISTRAÇÃO E DAS COMPETÊNCIAS

Art. 9º - A AGEXCOM será administrada pelo NDE a quem compete:

- 1) Superintender a administração da AGEXCOM de acordo com as normas e prescrições constantes desse regimento, de modo a proporcionar eficiente aprendizagem e aproveitamento dos alunos, determinando ao Coordenador as providências necessárias.
- 2) Estabelecer normas e quando necessário, elaborar tabelas de referências para orçamento dos projetos, procedendo sempre a sua revisão, quando da aprovação do plano semestral de trabalho.
- 3) Conhecer os projetos efetivamente realizados
- 4) Aprovar a prestação de contas e o relatório de atividades desenvolvidas no semestre anterior, os quais lhe serão submetidos pelo Coordenador no

mês subsequente ao encerramento do período letivo.

5) Deliberar sobre questões propostas pelo Coordenador decidindo em casos omissos do presente regimento.

Art. 10º - A AGEXCOM será dirigida por um professor-coordenador a quem compete:

- 1) Estabelecer as rotinas necessárias ao funcionamento da Agência e junto com os professores-orientadores, definir os métodos didático-pedagógico a serem utilizados para maior produtividade e melhor atendimento.
- 2) Decidir, com base neste regimento, sobre o atendimento ou não dos projetos solicitados à AGEXCOM.
- 3) Selecionar os bolsistas, autorizar sua admissão, observando sempre os recursos disponíveis de acordo com os projetos; autorizar, quando for o caso, a prorrogação das bolsas ou aprovar a dispensa antecipada de bolsistas.
- 4) Representar a AGEXCOM junto à Reitoria, Colegiados e Comissões.
- 5) Dirigir a Agência cumprindo e fazendo cumprir as decisões do NDE, do Diretor do ICHL ou dos órgãos colegiados da Universidade Federal do Amazonas.
- 6) Elaborar os planos semestrais de trabalho bem como os relatórios, incluindo a prestação de contas, a serem apresentados ao NDE.
- 8) Manter o NDE informado das atividades desenvolvidas, sugerindo providências quando necessário.

Art. 11º - O Vice-Coordenador da Agência tem por função:

- 1) Viabilizar junto aos potenciais parceiros, proposta de projetos a ser desenvolvidos.
- 2) Implementar a integração Escola-Comunidade, facilitando ao aluno o contato direto com as necessidades do mercado na área de comunicação.
- 3) Promover, junto aos órgãos internos e externos da Universidade Federal do Amazonas a divulgação dos serviços realizados pela AGEXCOM.

CAPÍTULO V – DAS NORMAS DE ATUAÇÃO

Art. 12º - A AGEXCOM prestará serviço ao público observando sempre os princípios de não-concorrência no mercado de trabalho convencional, com os profissionais autônomos ou empresas legalmente constituídas e habilitadas.

Art. 13º - A AGEXCOM atenderá mediante projetos e contrato de prestação de serviços.

Art. 14º - A AGEXCOM atenderá solicitação de serviços de acordo com sua capacidade técnica e operacional na área de Comunicação Social, desde que disponha de todos os recursos necessários à realização do trabalho dentro das melhores condições técnicas possíveis.

Art. 15º - O professor-orientador assumirá a responsabilidade técnica dos trabalhos realizados dentro de sua área específica de atuação.

Art. 16º - A AGEXCOM não executará obras por administração direta, empreitada ou qualquer outro regime que implique na contratação de pessoal ou em compromissos com a legislação trabalhista.

Art. 17º - A AGEXCOM não realizará compra de material para obras, podendo, entretanto, prestar assessoria ao cliente na elaboração de tomada de preços, na realização de concorrência para aquisição, na especificação técnica dos materiais e, além disso, poderá prestar assessoria ao cliente na seleção do pessoal a ser contratado.

CAPÍTULO VI – DAS BOLSAS

Art. 18º - A AGEXCOM oferecerá oportunidade aos estudantes na forma de bolsa (via editais institucionais) ou em caráter voluntário.

Parágrafo único: Os estudantes, independente da modalidade, receberão carga horária destinada ao estágio obrigatório.

Art. 19º - Os bolsistas prestarão serviços em regime de 20h semanais, em horários compatíveis com suas atividades acadêmicas, ou de acordo com os respectivos editais. As horas são estabelecidas em acordo com o professor-orientador.

Parágrafo primeiro – O período da bolsa da AGEXCOM é de um ano.

Art. 20º - Os professores-orientadores supervisionarão todos os trabalhos realizados enfatizando o processo de aprendizagem. Desta forma, poderão agir junto ao Coordenador no sentido de designar cada estudante para um determinado projeto, mudar designação ou adotar outras providências.

CAPÍTULO VII – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 21º - Todos os bens materiais tais como, móveis, aparelhos eletroeletrônicos e de informática, material de consumo e outros, adquiridos pela AGEXCOM, ficarão sob responsabilidade do professor-coordenador.

Art. 22º - Não tendo personalidade jurídica própria, a AGEXCOM subordina-se às decisões do Núcleo Docente Estruturante do curso de Relações Públicas vinculado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas e dos órgãos colegiados da instituição.

APÊNDICE E

QUADRO DE TRANSIÇÃO ENTRE OS CURRÍCULOS DE 1984 e 2012

ANO	SEMESTRE	CURRÍCULO 1984 PERÍODOS	CURRÍCULO 2012 PERÍODOS
2012	1º	3º, 5º, 7º, 9º	1º
	2º	4º, 6º, 8º	2º
2013	1º	5º, 7º, 9º	1º, 3º
	2º	-	2º, 4º
2014	1º	-	1º, 3º, 5º
	2º	-	2º, 4º, 6º
2015	1º	-	1º, 3º, 5º, 7º
	2º	-	2º, 4º, 6º, 8º

APÊNDICE F

QUADRO DE EQUIVALÊNCIA DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS							
DISCIPLINAS DO CURRÍCULO PROPOSTO - 2012				DISCIPLINAS DO CURRÍCULO VIGENTE - 1984			
CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	CRÉDITO	CARGA HORÁRIA	CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	CRÉDITO	CARGA HORÁRIA
IHC172	COMPREENSÃO E PRODUÇÃO TEXTUAL I	03	60	IHP041	COMUNICAÇÃO EM PROSA MODERNA I	04	60h
IHC173	HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO E DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	04	60	IHC075	HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO – 45 HORAS		45h
IHC174	COMPREENSÃO E PRODUÇÃO TEXTUAL II	03	60	IHP051	COMUNICAÇÃO E PROSA MODERNA II	04	60h
IHC175	TEORIAS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	04	60	IHC100	TÉCNICA DE RELAÇÕES PÚBLICAS I		90h
				IHC101	TÉCNICA DE RELAÇÕES PÚBLICAS II		90h
				IHC102	TÉCNICA DE RELAÇÕES PÚBLICAS III		105h
IHC176	TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	04	60	IHC069	TEORIA DA COMUNICAÇÃO	04	60h
IHC177	METODOLOGIA DA PESQUISA CIENTÍFICA	04	60	IHC070	TEORIA E MÉTODOS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO SOCIAL		75 h
IHC178	FUNDAMENTOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	02	30		Sem equivalente.		
IHC179	PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS I	04	60	IHC097	PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS I		90h
IHC202	TEORIA DAS ORGANIZAÇÕES APLICADAS À COMUNICAÇÃO		60h	IHC096	ADMINISTRAÇÃO E ASSESSORIA DE RP	04	60
IHC203	COMUNICAÇÃO DIRIGIDA	04	60h	IHC090	TÉCNICA DE REDAÇÃO APLICADA A RELAÇÕES PÚBLICAS III		90h
				IHC094	TÉCNICA DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA I		60h
				IHC095	TÉCNICA DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA II		60h
IHC204	FUNDAMENTOS DE JORNALISMO	02	30h		Sem equivalente.		
IHC205	TEORIA E PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS	04	60h	IHC092	TEORIA E PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA		90h
				IHC093	TÉCNICA DE OPINIÃO PÚBLICA		90h

IHC206	PRODUÇÃO TEXTUAL PARA MEIOS IMPRESSOS	03	60h	IHC103	JORNALISMO EMPRESARIAL		75h
				IHC089	TÉCNICAS DE REDAÇÃO APLICADA A RELAÇÕES PÚBLICAS II		90h
IHS072	SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO	04	60h	IHC170	SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO	04	60h
IHC207	PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS II	03	60h	IHC098	PLANEJAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS II		60h
IHC208	PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS	03	60h	IHC092	TEORIA E PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA		90h
IHC209	COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	04	60h	IHC103	JORNALISMO EMPRESARIAL		75h
				IHC091	TÉCNICA DE REDAÇÃO APLICADA A RELAÇÕES PÚBLICAS IV		90h
IHC210	COMUNICAÇÃO NA GESTÃO PÚBLICA	04	60h		Sem equivalente.		
IHC211	PRODUÇÃO TEXTUAL PARA MEIOS ELETRÔNICOS E DIGITAIS	03	60h		Sem equivalente.		
IHC212	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	03	60h	IHC091	TÉCNICAS DE REDAÇÃO APLICADA ÀS RELAÇÕES PÚBLICAS IV		90h
IHC213	GESTÃO DE EVENTOS	03	60h	IHC118	ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS		60h
IHC214	COMUNICAÇÃO INTERNA E CULTURA ORGANIZACIONAL	03	60h	IHC090	TÉCNICA DE REDAÇÃO APLICADA ÀS RELAÇÕES PÚBLICAS III		90h
IHC215	COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA	03	60h	IHC119	RELAÇÕES PÚBLICAS E MARKETING		60h
IHC216	PRODUÇÃO AUDIOVISUAL	03	60h		Sem equivalente		
IHC218	PROJETO EXPERIMENTAL		120h	IHC109	METODOLOGIA DA PESQUISA CIENTÍFICA EM COMUNICAÇÃO SOCIAL		60h
IHC220	RELAÇÕES PÚBLICAS COMUNITÁRIAS	03	60h	IHC074	COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA		60h
IHC221	LINGUAGENS DA COMUNICAÇÃO	04	60h		Sem equivalente.		
IHC219	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	04	60h		Sem equivalente.		
IHC222	PROJETO EXPERIMENTAL EM RELAÇÕES PÚBLICAS	10	270h	IHC106	PROJETOS EXPERIMENTAIS – RELAÇÕES PÚBLICAS		270h

ANEXO 7**ATA DE APROVAÇÃO DO PPC E DOS REGULAMENTOS DE ESTÁGIO / TCC / ATIVIDADES COMPLEMENTARES**