

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE
GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS
BACHARELADO**

Maceió - AL
2023





UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES

CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS BACHARELADO
PROJETO PEDAGÓGICO

MACEIÓ – ALAGOAS
2023

EQUIPE RESPONSÁVEL

COORDENADORA DO CURSO

MANUELA RAU DE ALMEIDA CALLOU

VICE-COORDENADORA DO CURSO

VANUZA SOUZA SILVA

NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE – NDE

MANOELLA MARIA PINTO MOREIRA DAS NEVES

MANUELA RAU DE ALMEIDA CALLOU

MIRTES VITORIANO TORRES

VANUZA SOUZA SILVA

ROSA LÚCIA LIMA DA SILVA CORREIA

LENEIDE AUSTRILINO PETA

JEAN CHARLES JACQUES ZOZZOLI

AMILTON GLÁUCIO DE OLIVEIRA

MAC DAWISON BUARQUE LINS COSTA

MARIA APARECIDA BATISTA DE OLIVEIRA

Colegiado do Curso

MEMBRO DOCENTE

MANUELA RAU DE ALMEIDA CALLOU
VANUZA SOUZA SILVA
AMILTON GLÁUCIO DE OLIVEIRA
MIRTES VITORIANO TORRES
MAC DAWISON BUARQUE LINS COSTA
MANOELLA MARIA PINTO MOREIRA DAS NEVES
SANDRA NUNES LEITE
MARIA APARECIDA BATISTA DE OLIVEIRA
ROSA LÚCIA LIMA DA SILVA CORREIA

MEMBRO DISCENTE

ISAAC FERNANDES MARQUES
SÉRVIO TÚLIO PEIXOTO CAVALCANTE

MEMBRO TÉCNICO- ADMINISTRATIVO

KAROLINA NASCIMENTO DE SOUZA LIMA
JOSENILDA ALMEIDA CAVALCANTE

APOIO EXECUTIVO

DERIKY PEREIRA DA SILVA

DADOS DA INSTITUIÇÃO	
MANTENEDORA:	Ministério da Educação (Mec)
MUNICÍPIO-SEDE:	Brasília - Distrito Federal (DF)
CNPJ:	00.394.445/0188-17
DEPENDÊNCIA:	Administrativa Federal
MANTIDA:	Universidade Federal de Alagoas (Ufal)
REITOR(A):	Josealdo Tonholo
VICE-REITOR(A)	Eliane Aparecida Holanda Cavalcanti
CÓDIGO:	577
MUNICÍPIO-SEDE:	Maceió
ESTADO:	Alagoas
REGIÃO:	NORDESTE
ENDEREÇO DO CAMPUS SEDE	Av. Lourival de Melo Mota, rodovia BR-104, km 14, Campus A. C. Simões – Cidade Universitária, Maceió, Alagoas. CEP: 57.072-970.
TELEFONE	(82) 3214 1100
PORTAL ELETRÔNICO:	www.ufal.edu.br

DADOS DO CURSO		
NOME DO CURSO:	Relações Públicas	
TÍTULO CONFERIDO	Bacharel em Relações Públicas	
CAMPUS	Aristóteles Calazans Simões – Cidade Universitária	
UNIDADE ACADEMICA	Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes - ICHCA	
ENDEREÇO	Av. Lourival de Melo Mota, rodovia BR-104, km 14 - Cidade Universitária – Maceió, Alagoas - CEP: 57.072 - 970. Bloco A (Cos Novo) e Bloco B (Cos Antigo)	
TELEFONE	(82) 3214 1531	
PORTAL ELETRÔNICO	www.ufal.edu.br	
FORMA DE INGRESSO	Exame Nacional do Ensino Médio – Enem	
PORTARIA DE AUTORIZAÇÃO	Portaria Ministerial n.º 327, de 07/05/1986, publicada no DOU em 08/05/1986	
RENOVAÇÃO DE RECONHECIMENTO	Portaria nº 521 de 15/10/2013, publicada no DOU 17/10/2013	
TURNO DE FUNCIONAMENTO	Vespertino Noturno	
CARGA HORÁRIA TOTAL EM TEMPO DE RELÓGIO	3.322 horas	
TEMPO DE INTEGRALIZAÇÃO	Vespertino	Duração mínima: 08 (oito) períodos
		Duração máxima: 12 (doze) períodos
	Noturno	Duração mínima: 08 (oito) períodos
		Duração máxima: 12 (doze) períodos
VAGAS AUTORIZADAS	Vespertino: 20 vagas (Entrada 1º semestre) 20 vagas (Entrada 2º semestre) Noturno: 20 vagas (Entrada 1º semestre) 20 vagas (Entrada 2º semestre)	
COORDENADOR	Nome: Manuela Rau de Almeida Callou Formação acadêmica: Bacharel em Relações Públicas Titulação: Doutora em Comunicação e Jornalismo pela Universitat Autònoma de Barcelona - Uab Regime de trabalho: Dedicação exclusiva	

CORPO DOCENTE DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

DOCENTE	REGIME DE TRABALHO	MAT. SIAPE	DATA DE INGRESSO	TITULAÇÃO
Amilton Glaúcio de Oliveira	40DE	1120370	15/09/1981	Doutor
André Lage Freitas	40DE	1976443	29/10/2012	Doutor
Emanuelle Gonçalves Brandão Rodrigues	40DE	3346579	29/05/2023	Doutora
José Guibson Delgado Dantas	40DE	1702657	01/06/2010	Doutor
Laura Nayara Pimenta	40DE	1342102	23/06/2023	Doutora
Leneide Austrilino Petta	40DE	1121036	28/11/1990	Doutora
Mac Dawison Buarque Lins Costa	40DE	1790306	17/05/2010	Doutor
Manoella Maria Pinto Moreira das Neves	40DE	2518315	25/08/2008	Doutora
Manuela Rau de Almeida Callou	40DE	2089003	10/02/2014	Doutora
Mirtes Vitoriano Torres	40DE	2573412	29/07/2013	Doutora
Sandra Nunes Leite	40DE	2121171	23/11/1992	Doutora
Vanuza Souza Silva	40DE	1453416	25/02/2013	Doutora
Rosa Lucia Lima da Silva Correia	40DE	2412259	04/08/2017	Doutora

CORPO TÉCNICO

TÉCNICO-ADMINISTRATIVO	CARGO
Izaías Barbosa de Oliveira	Operador de Câmera/Laboratório de telejornalismo
Josenilda Almeida Cavalcante	Técnica em Assuntos Educacionais
Marcos Aurélio Correia	Técnico Artes Gráficas
Paulo Gustavo de Amorim Celerino	Editor de Imagem/Laboratório de telejornalismo
Ricardo José Oliveira Ferro	Técnico em Audiovisual
Karolina Nascimento de Souza Lima	Assistente em Administração
Thiago Marinho	Auxiliar em Administração
Rodrigo Severiano dos Santos	Assistente em Administração

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AVA – Ambientes Virtuais de Aprendizagens
CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CES – Câmara de Ensino Superior CNE – Conselho Nacional de Educação
CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CONSUNI – Conselho Universitário CPA – Comissão Própria de Avaliação
DCN – Diretrizes Curriculares Nacionais
DPEE – Diretoria de Políticas de Educação Especial
ENEM – Exame Nacional do Ensino Médio
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICHCA – Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes
LDB – Leis de Diretrizes e Bases MEC – Ministério da Educação
NAE – Núcleo de Assistência ao Estudante ONG – Organização Não-Governamental
PDI – Plano de Desenvolvimento Institucional PDU – Plano de Desenvolvimento da
Unidade PNE - Plano Nacional da Educação
PPC – Projeto Pedagógico de Curso PPI – Pretos, Pardos e Indígenas PROEX –
Pró-Reitoria de Extensão PROGRAD – Pró-Reitoria de Graduação
SECADI – Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão
TCC – Trabalho de Conclusão de Curso
UFAL – Universidade Federal de Alagoas

SUMÁRIO

1 CONTEXTUALIZAÇÃO.....	10
Contexto Institucional.....	10
Contexto Regional.....	11
Contexto do Curso.....	13
2 HISTÓRICO DO CURSO.....	16
3 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO.....	19
4 OBJETIVOS DO CURSO.....	27
4.1 Objetivo Geral.....	27
4.2 Objetivos Específicos.....	27
5 PERFIL DO EGRESSO.....	28
6 CAMPO DE ATUAÇÃO.....	29
7 ACESSIBILIDADE.....	30
7.1. Núcleo de acessibilidade.....	30
7.2. Reservas de vagas para pretos, pardos, indígenas e quilombolas.....	31
8 ATIVIDADES DE EXTENSÃO.....	33
8.1 a política de extensão: diretrizes nacionais e locais.....	34
8.2 O programa integralizado de extensão do curso de relações públicas - PIEX.....	35
9 COMPETÊNCIAS E HABILIDADES.....	40
10.1 estrutura curricular.....	43
10.1.1 A EDUCAÇÃO AMBIENTAL.....	45
10.1.2. EDUCAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS.....	46
10.1.3. LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS – LIBRAS E INTERNACIONALIZAÇÃO.....	46
10.1.4. EDUCAÇÃO DAS RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS E O ENSINO E CULTURA AFRO-BRASILEIRA, AFRICANA E INDÍGENA.....	46
11 CONTEÚDOS CURRICULARES.....	48

12 ARTICULAÇÃO TEORIA E PRÁTICA.....	50
13 METODOLOGIA.....	50
14 ESTÁGIO SUPERVISIONADO.....	52
15 ATIVIDADES COMPLEMENTARES.....	55
16 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO.....	59
17 COMPONENTES CURRICULARES OBRIGATÓRIOS.....	61
18 MATRIZ CURRICULAR DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS.....	61
19 ORDENAMENTO CURRICULAR.....	61
20 EMENTAS E BIBLIOGRAFIA BÁSICA E COMPLEMENTAR.....	64
21 TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO.....	87
22 AVALIAÇÃO NO CONTEXTO INSTITUCIONAL.....	89
24 AVALIAÇÃO DO CURSO.....	91
25 AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO.....	92
26 COMISSÃO PRÓPRIA DE AVALIAÇÃO (CPA).....	93
27 COLEGIADO DO CURSO.....	94
28 NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE.....	96
29 POLÍTICA DE APOIO AOS DOCENTES E TÉCNICOS.....	98
30 POLÍTICA DE APOIO AOS DISCENTES.....	101
REFERÊNCIAS.....	103

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Contexto Institucional

A Universidade Federal de Alagoas – Ufal foi criada a partir da Lei nº 3.867 de 25 de janeiro de 1961, inscrita no Cnpj 24.464.109/0001-48, sediada na avenida Lourival de Melo Mota, s/n, Campus A. C. Simões, no município de Maceió, estado de Alagoas, CEP 57.072-970.

A Ufal apresenta uma estrutura multi Campi. Além da sede localizada em Maceió, a Ufal também dispõe do Centro de Ciências Agrárias – Ceca, em Rio Largo, os Campi Arapiraca e Sertão, respectivamente sediados nas cidades de Arapiraca e Delmiro Gouveia. O Campus Arapiraca envolve as unidades descentralizadas de Viçosa, Penedo e Palmeira dos Índios enquanto que o Campus do Sertão tem sede em Delmiro Gouveia e engloba também a Unidade de Santana do Ipanema.

Em Alagoas, a Ufal representa importante vetor de desenvolvimento, sobretudo por se tratar de um dos Estados que apresenta elevadíssimos indicadores de desigualdades do Brasil. Mas, ao mesmo tempo, significa enfrentar enorme desafio para exercer plenamente sua missão social neste contexto periférico, de grandes limitações, mas, ao mesmo tempo, de grandes oportunidades de intervenção acadêmica que provoque transformações necessárias.

A Ufal tem por missão produzir, multiplicar e recriar o saber coletivo em todas as áreas do conhecimento de forma comprometida com a ética, a justiça social, o desenvolvimento humano e o bem comum. Seu objetivo é tornar-se referência nacional nas atividades de ensino, pesquisa e extensão, firmando-se como suporte de excelência para as demandas da sociedade, em particular a alagoana.

A Ufal oferece 84 cursos de graduação, distribuídos em 23 Unidades Acadêmicas, sendo 53 (cinquenta e três) cursos pertencentes ao Campus A. C. Simões, 19 (vinte e dois) ao Campus Arapiraca e 8 (oito) ao Campus Sertão.

Referente à Pós-Graduação, são oferecidas vagas nas modalidades *Latu Senso* e *Strictu Senso*. Atualmente existem 30 (trinta e sete) cursos de mestrado e 9 (nove) cursos de doutorado, que contam com 2.312 alunos, além de 13 especializações. A Ufal também dispõe de Educação a Distância, com quatro mil graduandos, através do sistema Universidade Aberta do Brasil – UAB (Ufal, 2023).

O ingresso na Ufal se efetiva por meio de processo seletivo, este realizado através do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) e da plataforma Sistema de Seleção Unificada (Sisu) do Mec.

A presença da Ufal no território alagoano, por meio de suas atividades de ensino, pesquisa, extensão e assistência, representa importante vetor de desenvolvimento de Alagoas, sobretudo por se tratar de um dos estados que possui elevados indicadores de desigualdades sociais.

O novo estatuto da Ufal foi aprovado pela Portaria MEC Nº 4.067, em 29 de dezembro de 2003, com homologação do Regimento Geral através da Resolução Consuni/Cepe Nº 01/2006. Assim, desde então, a estrutura administrativa e acadêmica da Ufal conta com a presença de 2 (dois) conselhos superiores: o Conselho Universitário (Consuni) e o Conselho de Curadores (Cura).

Atualmente a Ufal conta com 258 Grupos de pesquisa, que reúnem 1.125 linhas de pesquisa compostas por 3.646 pesquisadores, formados por professores, alunos e técnicos (Ufal, 2023).

Contexto Regional

O estado de Alagoas possui extensão territorial de 27.767.661 km² onde estão distribuídas 03 mesorregiões (Leste, Agreste e Sertão alagoano) e 13 microrregiões. Nelas se encontram 102 municípios que juntos totalizam, de acordo com o IBGE (Censo de 2010), uma população residente de 3.120.922 habitantes, sendo 73,64% em meio urbano.

O PIB per capita estadual era de R\$ 22.307,05, em 2020, sendo o setor de serviços o mais importante na composição do valor agregado da economia, com

participação de 72 %. Os restantes 28% eram distribuídos em atividades agrárias – tradicionalmente policultura no Agreste, pecuária no Sertão e cana-de-açúcar na Zona da Mata -, industriais - petróleo, gás natural, açúcar, álcool e cimento Portland, além do turismo, fundado nas belezas naturais locais que atraíram 538.773 visitantes, em 2010 (SEPLANDE-AL, 2011).

O Estado de Alagoas está dividido em 15 Coordenações Regionais de Ensino (CRE). Cada CRE, por sua vez, representa um conjunto de municípios e possui uma demanda em potencial para a oferta de educação superior. Essa demanda é representada pelos alunos totais matriculados no ensino médio e no supletivo, incluindo educação de jovens e adultos e escolas técnicas.

A Secretaria de Estado do Planejamento e do Desenvolvimento Econômico do Estado de Alagoas já apresentava em seu Anuário Estatístico do Estado de Alagoas-2011, publicado em 2012, um total de 150.244 alunos matriculados no ensino médio. Desse total, 30,8% das matrículas estão na capital e 69,2% no interior. São dados que justificam a forte e diversificada e distribuída oferta e manutenção de cursos da Ufal.

De acordo com o Plano de Desenvolvimento Institucional da Ufal, para o quinquênio 2019- 2023, a inserção espacial da Ufal leva em consideração as demandas apresentadas pela formação em nível superior e a divisão do Estado de Alagoas em suas meso e microrregiões. Essa configuração espacial é complementada com uma oferta acadêmica que respeita as características econômicas e sociais de cada localidade, estando as suas unidades instaladas em cidades Polo, as quais são consideradas fomentadoras do desenvolvimento local.

Compreende-se o Curso de Relações Públicas não simplesmente como uma demanda de mercado, mas especialmente como uma resposta à expansão do conhecimento, às mutações sociais e à emergência de novas áreas para as quais se faz necessário um agir técnico e um pensamento crítico. De tal modo, a universidade não pode e não deve condicionar sua ação como mera provedora de mão-de-obra especializada para o mercado, pois mesmo estando comprometida com a formação de recursos humanos para esse ambiente – ao desenvolver os

potenciais teórico-técnicos dos sujeitos – cabe a ela também atender às demandas ético políticas resultantes das transformações geradas no seio social mais amplo.

Contexto do Curso

A contemporaneidade tem sido marcada por transformações e inovações estruturais nos modos de produção e circulação de informação, nos processos de comunicação nos diversos âmbitos (jornalístico, organizacional, social, cultural, econômico). O campo acadêmico, nesse cenário, necessita acompanhar as inovações da sociedade e formar bacharéis que se posicionem estrategicamente no atendimento das demandas relacionadas às novas especialidades profissionais, aos novos desafios metodológicos e teóricos, com o surgimento de novas especialidades profissionais no campo das novas tecnologias, são alguns dos elementos deste cenário na atualidade.

Essas transformações se tornam uma necessidade do século XXI e convergem com as mudanças que o mundo vem experimentando nas últimas décadas, demandando atualizações dos campos de atuação profissionais, na área das relações públicas.

A reforma curricular dos cursos de Relações Públicas se tornou uma necessidade e, portanto, o Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas leva em consideração este contexto ao mesmo tempo em que assimila o debate sobre qualidade de ensino, melhoria dos cursos nos últimos anos e especialmente a atualização recente dos parâmetros básicos de organização pedagógica.

Sendo assim, o principal documento que guiou a elaboração desse Projeto Pedagógico é o Parecer CES/CNE n.º 85/2013, assim como a Resolução da CES/CNE n.º 2, de 27/09/2013, que tratam das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), para o curso de Graduação em Relações Públicas.

As DCNs apontam que “[...] os desafios que se apresentam aos

profissionais de relações públicas envolvem o entendimento da atividade como forma de ação política e institucional, por seu engajamento profissional no campo dos debates que se travam atualmente em torno das representações e articulações dos interesses em jogo nas esferas públicas e privadas. É fundamental compreendê-la também como um fenômeno inerente à comunicação, tendo em vista que “aquele que se comunica, seja indivíduo ou grupo, envolve-se em relações públicas, pois a comunicação, enquanto compartilhamento de sentidos e de experiências, é o ato de tornar público algo que até então era privado” (p.4 e 5).

Nas bases teóricas e metodológicas deste Projeto Pedagógico coloca-se uma linha contínua e sinérgica entre teoria, o trabalho nas oficinas de estudo (de cunho crítico-experimental) e laboratorial (de ênfase produtivo-coletiva), como parte do processo de formação. Espera-se que os estudantes apresentem uma postura de produtores de conhecimento – com habilidades para a reflexão e para a integração teoria-prática de uma comunicação libertadora -, uma vez que a eles tenha sido ofertada uma base conceitual, humanística, ética e crítica, aliada a uma habilidade técnica construída durante todo o processo de formação acadêmica.

Para essa formação, considera-se também que os avanços tecnológicos – mais especificamente, em comunicação e informação – marcantes na contemporaneidade induzem novos modos de interação, novas ações comunicacionais, novos espaços de interação, o que impulsiona importantes transformações nas relações entre indivíduos, grupos sociais e nas organizações. Essas novas configurações – permeadas de complexidade, contradições e conflitos – exigem, portanto, mediações e vinculações as quais vão se constituindo em possibilidades de atuação para o profissional de Relações Públicas em suas ações de articular políticas de comunicação organizacional (de empresas e instituições), mediante análises, projetos, programas, diálogo, controle, coordenação e aconselhamento que caracterizam a gestão da comunicação e da relação da organização com os diversos agrupamentos sociais que afeta ou são por eles afetadas.

Ressalta-se ainda que o atual curso de Relações Públicas compreende

essas práticas de acordo com suas especificidades, ainda que estejam epistemologicamente inseridos no campo da comunicação. Por isso, tanto o curso de Relações Públicas quanto o de Jornalismo compartilham, nos primeiros períodos do curso, disciplinas consideradas basilares em Comunicação Social, que atendem aos dois cursos, além de disciplinas que tratam de abordagens específicas de cada curso.

Foram criadas disciplinas e outras foram extintas, tendo seus conteúdos readaptados em um novo formato. Buscou-se alinhar de modo sinérgico a relação entre teoria e prática com o intuito de formar profissionais com bagagem humanística, percepção social e visão crítica e, ao mesmo tempo, sustentando habilidades técnicas que possibilitam a atuação qualificada como gestores e agentes dos processos de comunicação devidamente sintonizados com o atual cenário. Somando-se a isso, buscou-se estimular a capacidade criativa e inovadora dos estudantes durante o seu processo de formação.

Nesse sentido, apresenta-se como principal elemento motivador para uma nova configuração do Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas da Ufal a percepção, por parte da comunidade envolvida com o Curso, da necessidade de aprimorar o planejamento do processo ensino-aprendizagem, objetivando a qualidade do profissional e do cidadão que se pretende formar. Acredita-se que a elaboração e construção do Projeto Pedagógico - enquanto proposta de trabalho coletivamente assumida - pode contribuir para que o Curso atinja seus objetivos, sintetizados na formação de profissionais de Relações Públicas competentes, criativos, com visão crítica, bem como de cidadãos cômicos de suas responsabilidades para com a sociedade.

2 HISTÓRICO DO CURSO

O ensino superior do curso de Relações Públicas em Alagoas está, historicamente, relacionado à criação do Curso de Comunicação Social (Cos) em 1978, na Ufal. O Curso era reivindicação do Sindicato dos Jornalistas, presidido pelo Jornalista Aldo Ivo e da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), Secção de Alagoas, liderada por Luiz Tojal e José Otavio Rocha.

No início de 1978, convidado pelo Prof. Manoel Ramalho de Azevedo (Reitor), o Prof. Carlos Alberto Sarmiento Cavalcanti de Gusmão realiza um projeto de criação do Curso. Este incluiu uma justificativa que teve base numa ampla pesquisa de mercado de trabalho em Alagoas e um Projeto Curricular.

A primeira coordenadora - temporário - foi a Prof.^a Vera Romariz e, depois, a Prof.^a Marilú Gusmão. Essa condução se dava no início do processo de implantação do curso. Logo após, assumiu o Prof. Salomão de Barros Lima, que foi sucedido pelo prof. Carlos de Gusmão que também esteve coordenador nos momentos de reconhecimento pelo MEC.

O Cos começou com as habilitações de Jornalismo e Relações Públicas. Como a maioria das novas atividades acadêmicas, sustentava grandes problemas de infraestrutura e no corpo docente, visto que boa parte daqueles que fomentaram a fundação não poderiam assumir como professores por não terem formação na área. Como paliativo, eles foram apenas provisionados.

No momento de sua fundação, o curso contava com apenas um professor concursado, Aluizio Ferreira da Silva. Na sequência, Luiz Plácido Tojal, por ter se formado em Direito, concorreu à cadeira de professor de direito da comunicação.

O primeiro vestibular foi realizado em 1979. No segundo semestre do mesmo ano, houve o ingresso da primeira turma. Em 1983, também foi realizada a primeira eleição para a chefia de departamento e coordenação uma vez que, embora já existissem os cargos anteriormente, este era o primeiro pleito com consulta à comunidade acadêmica (um dos primeiros do país em uma instituição de ensino superior federal). Os eleitos foram o professor Almir Guilhermino, para

chefia de departamento, e o professor Carlos de Gusmão, para a coordenação do curso.

Comunicação Social, com as habilitações em Jornalismo e Relações Públicas, surge como primeiro curso, nessa especificidade, implantado no estado de Alagoas, sob forma de bacharelado, no final da década de 1970. Deste então, tem alinhado suas ações no âmbito dos objetivos gerais da Universidade Pública, contribuindo para a formação de profissionais na área, hoje atuantes em diferentes organizações.

Em 2014, o ensino de Relações Públicas na UFAL entra em uma fase de especificidade, a partir da exigência das novas Diretrizes Curriculares do Curso (DCNs), que passa a se configurar como curso específico, formando, a partir de então, bacharéis em Relações Públicas, desde o último Projeto Político Pedagógico (2014).

O Projeto Pedagógico do Curso – PPC de 2014 foi elaborado, sob a coordenação da Professora Dra. Sandra Nunes¹ e desde este PPC nos apoiamos para redigir a atual proposta. Nesse cenário mais contemporâneo, de 2023, o Curso de Relações Públicas fortalece ainda mais a pesquisa, teoria, ética, técnica e boa prática profissional contribuindo para a qualificação dessa área - fundamental para o desenvolvimento humano, para a justiça social e para a garantia das liberdades políticas no mundo contemporâneo.

2.1 CONSIDERAÇÕES SOBRE OS PROJETOS POLÍTICOS PEDAGÓGICOS DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS DA UFAL

Este Projeto Pedagógico do Curso – PPC trata-se de uma atualização acadêmica contando com os Parâmetros Curriculares Nacionais, entre outros dispositivos legais. A presente versão deste PPC foi consolidada a partir das Reuniões do Colegiado e do Núcleo Docente Estruturante (NDE), a partir da reformulação do currículo, para o atendimento das demandas atuais acadêmicas

¹Outras informações sobre versões anteriores que antecederam o PPC de 2014 poderão ser encontradas nos acervos que fundamentaram a confecção do mesmo e que perfazem a história do Curso de Graduação em Relações Públicas, no âmbito dos Cursos de Comunicação do ICHCA/UFAL (ICHCA, 2014).

e de mercado na área.

O curso de Relações Públicas, conforme o Parecer CES/CNE n.º 85/2013, que rege a "carga horária mínima dos cursos de graduação, na modalidade presencial, exige o mínimo de 3.200 (três mil e duzentas horas.) candidatos aprovados por meio de concurso público a comprovação do respectivo registro de classe.

Para obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas pela Ufal, o estudante deve integralizar carga horária obrigatória, eletiva, extensão, TCC.

3 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO

As políticas institucionais da UFAL no âmbito dos cursos estão baseadas em princípios filosóficos e técnico-metodológicos gerais que norteiam as práticas acadêmicas da Universidade Federal de Alagoas – UFAL. Essas políticas estão previstas pelo Projeto Pedagógico Institucional – PPI da própria universidade, tais como: articulação entre teoria e prática; interdisciplinaridade; flexibilidade curricular e articulação entre ensino, pesquisa e extensão.

Essas políticas institucionais de ensino, de extensão e de pesquisa estão alinhadas com o Plano Nacional da Educação (PNE) e com as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN). Dessa forma, os docentes do curso de Relações Públicas desenvolvem atividades de ensino, de pesquisa e de extensão, visando à produção de conhecimento como base do desenvolvimento científico e tecnológico, buscando a solução para os problemas atuais da sociedade nos diferentes campos. As políticas estão divididas nos seguintes princípios:

Princípio I – Articulação entre ensino, pesquisa e extensão

A articulação entre ensino, pesquisa e extensão pressupõe um projeto de formação cujas atividades curriculares transcendem a tradição das disciplinas.

A defesa da prática como parte inerente, integrante e constituinte do questionamento sistemático, crítico e criativo e, da pesquisa como atitude cotidiana, como princípio científico e educativo, deve estar presente na própria concepção de prática educativa. A capacidade de contemplar o processo de produção do conhecimento, por meio da dimensão investigativa (pesquisa) e da abertura ao meio externo à Universidade (extensão), oferece uma nova referência para a dinâmica da relação professor-aluno e possibilita o desenho de um novo contexto para o processo de ensino/aprendizagem.

Essa articulação está respaldada pelo Plano de Desenvolvimento Institucional da Ufal (PDI), de 2019-2013, que orienta as ações da instituição, fornecendo os principais elementos da gestão administrativa tanto dos campi fora da sede quanto das Unidades Acadêmicas, dos cursos de graduação,

pós-graduação, técnicos e tecnológicos.

No âmbito do curso de Relações Públicas, as políticas de ensino estão relacionadas ao PDI da Ufal, por contemplar: 1) o entendimento do currículo relacionado às experiências formativas, no qual o educando é sujeito de seu processo de conhecimento, além de ser motivado ao desenvolvimento de autonomia intelectual, política, cultural e estética; 2) oferta de formação teórico-prática das disciplinas, referenciada na qualidade acadêmica e no compromisso social de construção de valores da ética e da cidadania; 3) flexibilidade na organização do currículo, para promover perfis profissionais flexíveis, para o desenvolvimento de novas competências e habilidades, além de posicionamento crítico frente posicionarem-se criticamente frente à práxis social (PDI, 2019).

A atuação acadêmica da pesquisa no curso atende ao PDI da Ufal, ao assegurar medidas de incentivo à pesquisa, com base no Art. 64 do Regimento Geral da Universidade, a partir de 7 eixos:

I. concessão de bolsas de pesquisa de categorias diversas, inclusive de iniciação científica para discentes regulares da Universidade; II. formação de pessoal em cursos de pós-graduação próprios ou de outras instituições nacionais, estrangeiras ou internacionais; III. concessão de auxílio para execução de projetos de pesquisa específicos; IV. formalização de convênios com agências de fomento à pesquisa nacionais, estrangeiras ou internacionais, visando a programas de investigação específica; V. intercâmbio com outras instituições científicas, estimulando os contatos entre pesquisadores e o desenvolvimento de projetos comuns; VI. divulgação de resultados de pesquisas realizadas; VII. promoção de congressos, simpósios e seminários para estudo e debate de temas científicos, bem como a participação em iniciativas semelhantes, levadas a efeito em outras instituições (PDI, 2019, p. 56).

O curso de Relações Públicas tem um grupo de pesquisa registrado no CNPQ, Grupo de Estudos em Relações Públicas - GERP, apresentando duas linhas: Comunicação, Gênero e Relações Étnico-Raciais e Midiatização, Discurso e Cidadania. O curso de Relações Públicas proporciona aos discentes a experiência da pesquisa científica, inclusive com bolsas da própria universidade, da Fapeal e do CNPQ, além de intercâmbios com outras instituições, aprimorando a troca de saberes. As pesquisas do grupo são divulgadas em congressos acadêmicos da área, regionais, nacionais e internacionais, proporcionando ao

discente publicação acadêmica e formação do currículo.

Sobre a política de extensão, o curso de Relações Públicas se destaca pelo PDI, a partir do entendimento do próprio conceito de extensão, no artigo 67 do Regimento da Ufal, que define a Extensão Universitária como “processo educativo, cultural e científico que articula o Ensino e a Pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre Universidade e Sociedade [...]”.

E atuação da extensão está contemplada pelos incisos do referido artigo , que apontam que a extensão deve favorecer: I) a promoção do conhecimento e a democratização do saber, com intervenção para transformação social, respeitando as expressões artísticas e culturais, populares e eruditas, além do conhecimento popular e o conhecimento científico e filosófico; II) respeito à liberdade científica, artística e cultural da comunidade universitária e aos direitos de cidadania e autonomia da comunidade externa; III) . compromissos sociais, éticos e políticos com os interesses coletivos da Sociedade e com os valores da cidadania, particularmente com os da região Nordeste e do Estado de Alagoas(PDI, 2019).

O curso de Relações Públicas se apresenta, na sua história, com docentes que revelam projetos de extensão em diversos âmbitos, contemplando os incisos acima citados, através de editais da Proex da própria Ufal. Entre esses projetos, destacamos:

- 1) “Além das ruas tradicionais: memória, tempo e lugar nas narrativas dos invisíveis do centro de Maceió”, da professora Rosa Lúcia (com dois bolsistas e três voluntários), voltado para a luta do movimento nacional de pessoas em situação de rua, enfatizando as histórias e vivências de algumas pessoas em situação de rua abrigadas pela Prefeitura de Maceió, durante a pandemia da Covid-19 (2022)
- 2) “Bureau de Comunicação Comunitária on-line no combate à Covid-19”, da professora Manuela Callou (com dois bolsistas e três voluntários). O objetivo do Bureau de Comunicação foi atender as demandas comunicativas dos movimentos sociais sobre a Covid-19, fortalecendo o diálogo entre a Ufal e os movimentos

sociais e culturais do estado. Inclusive o Bureau ganhou premiação regional como o melhor projeto de comunicação do Expocom, no ano de 2021 uma das premiações mais reconhecidas no campo acadêmico do campo da comunicação e das relações públicas, além de fornecer cartas de recomendação a artistas locais e fazedores da cultura alagoana, para concorrer a editais (2021 até atualidade). O projeto de extensão passou a atuar como um programa e continuou atendendo aos eixos de trabalho baseados nos próprios GTs de comunicação já existentes: eixo 1 (Movimento dos Povos das Lagoas), eixo 2 (Quilombo Lunga e Mata da Cafurna), eixo 3 (Fórum de Teatro de Maceió-Eta-Ufal) e eixo 4 (Moradia Parte Salta – Abassa de Angola), realizando cadeia produtiva e fortalecendo a Ufal com os movimentos sociais e culturais do estado de Alagoas.

3) “A Construção das Memórias Indígenas na Arte da Escrita”, da professora Vanuza Souza Silva. A extensão teve o objetivo de através da análise das memórias relatadas, pensar a construção das identidades da comunidade Wassu Cocal. Dentre os muitos desafios e problemas estruturais percebidos, vimos que além dos problemas tradicionais existentes, como luta por terra, falta de atendimento nos postos de saúde, escassez das escolas, desemprego, alcoolismo, violência, há um problema específico que inspirou a construção dessa nova etapa: o descaso dos mais jovens com as memórias que conduzem à preservação das raízes e tradição. Nas escolas os poucos professores indígenas que existem, lutam para uma preservação da tradição dos Wassu, os demais professores que em sua maioria não são indígenas, não têm essa preocupação de preservação, inclusive porque não existe material didático que viabilize tal discussão. Dessa forma, estaremos pesquisando juntamente com os/as professores/as da aldeia para que juntos possamos construir memórias que terão autorias indígenas para educar os jovens Wassus (2020).

Princípio II - Articulação entre teoria e prática

A articulação entre teoria e prática é compreendida como um princípio de aprendizagem que se afasta da lógica positivista de produção do conhecimento e possibilita o envolvimento dos alunos em problemas reais, tomando contato com

seus diferentes aspectos e influenciando soluções. Dessa forma, possibilita ao aluno sair da simples condição de mero receptor de informações para tornar-se sujeito da produção desse conhecimento, cuja prática implica em ação reflexiva, atuação consciente e delimitação de planos de ação visando a determinados resultados. Desse modo, a prática constitui uma das dimensões para a produção de conhecimentos, um exercício através da qual este aluno poderá teorizar e analisar sob a orientação de princípios teóricos e metodológicos o seu objeto de estudo.

Princípio III – Interdisciplinaridade

A interdisciplinaridade não significa a negação das disciplinas, mas estratégia conciliadora e cooperativa dos domínios próprios de cada uma delas e de suas áreas, cujas alianças, complementaridades e sinergias visam a solucionar problemas, encontrando a melhor forma de responder às novas demandas, dinâmicas e desafios da complexidade da sociedade contemporânea.

Princípio IV – Flexibilização

Adoção de flexibilidade na organização curricular, para a promoção de perfis profissionais adaptáveis às novas situações e aptos a desenvolver novas competências e habilidades e, posicionar-se criticamente frente à realidade complexa e mutante.

Princípio V – Autonomia

Compreensão do currículo como a totalidade de experiências formativas, no qual o educando é sujeito de seu processo de conhecimento, sendo estimulado a desenvolver elevado grau de autonomia intelectual, política, cultural e estética.

Princípio VI – Responsabilidade Social

O curso de Relações Públicas, em sintonia com o princípio de responsabilidade histórico-social da UFAL, é sensível aos seus saberes da sociedade, seus problemas e apelos, quer através dos grupos sociais com os quais interage, quer através das questões que surgem de suas próprias

atividades de ensino, de pesquisa e de extensão.

Atento aos movimentos sociais, o curso de Relações Públicas prioriza ações que visem à superação das atuais condições de desigualdade e exclusão existentes em Alagoas, no Nordeste e no Brasil. Por isso, sua ação cidadã não pode prescindir da efetiva difusão do conhecimento nele produzido e as populações, cujos problemas tornam-se objeto da pesquisa acadêmica, são também consideradas sujeito desse conhecimento, o que lhes assegura pleno direito de acesso às informações e produtos então resultantes.

Nesse sentido, a prestação de serviços é considerada produto de interesse acadêmico, científico, filosófico, tecnológico e artístico do ensino, da pesquisa e extensão, devendo ser encarada como um trabalho social, ou seja, como ação deliberada que se constitui a partir da realidade e sobre a realidade objetiva, produzindo conhecimentos que visem à transformação social e colaboram na mobilização para o exercício da cidadania. Assim temos a Empresa Júnior, que presta serviços à sociedade e a AGERP que presta serviço ao curso de Relações Públicas, cada um nas suas especificidades e que, no item 15 - Atividade complementares, serão explicados de forma mais pontual.

Princípio VII – Desenvolvimento científico, político, cultural, artístico e socioeconômico do Estado de Alagoas

A ciência, a arte e a tecnologia devem alicerçar-se nas prioridades do local, da região e do país. Com os projetos de extensão já elencados nas Políticas de Ensino, e os projetos Pibic, o curso de Relações Públicas também atende a este princípio.

Princípio VIII – Ética

A ética é norteadora de toda a prática institucional, em todas as suas relações internas e com a sociedade. E, em especial, aquelas relativas ao ensino-aprendizagem, à condução de pesquisas e à aplicação e transferência do conhecimento.

O Curso de Relações Públicas da UFAL se fundamenta em tais princípios que se combinam e com os princípios definidos pelas Diretrizes Curriculares

Nacionais para organização geral e estrutura do curso.

O Parecer CNE/CES n.º 85/2013 e a Resolução 02, de 27/09/2013-MEC/CNE/CES assim estabelecem os princípios gerais, segundo os quais se alicerça o curso de Relações Públicas da UFAL:

Projeto pedagógico e matriz curricular: contemplam o caráter estratégico das relações públicas na gestão dos processos de comunicação das organizações. Os aspectos sociais, culturais e relacionais são considerados na interação com os públicos e na política, no planejamento e nas ações da comunicação organizacional. A reflexão e a crítica acompanharão os processos comunicativos, produzindo conhecimentos e práticas adequadas às mudanças e demandas, sem perder a ênfase nos interesses da sociedade. É imprescindível a preocupação com a formação humanística, crítica e ética e com a formação multidisciplinar. Dever-se-á garantir oferta de disciplinas e atividades didáticas optativas (eletivas), de livre escolha do aluno.

Linhas de formação e regionalização: a formação específica apresentada no projeto pedagógico define identidade mais precisa e marcada para o profissional de relações públicas e volta-se para as demandas sociais e sua inserção regional e local.

Articulação teórico-prática: A pesquisa é considerada elemento constitutivo e fundamental do currículo, uma vez que possibilita ao curso buscar o equilíbrio entre a teoria e a prática e estabelecer conexão com as disciplinas que tratam da operacionalidade das funções de relações públicas, voltadas ao conhecimento e análise da prática profissional e do mercado de trabalho. Em seu desempenho, a pesquisa lança mão de mecanismos ativos no processo ensino-aprendizagem (trabalhos de campo, formação de equipes, atividades de extensão, maior exposição a situações reais) e de resoluções de situações-problema, aliando o conhecimento adquirido à capacidade do egresso de propor alternativas, isto é, de ser proativo na busca de formas inovadoras de atuação no mercado de trabalho.

Atualização: O curso deve oferecer condições para que os alunos desenvolvam conhecimentos e práticas em mídias digitais, utilizando recursos tecnológicos

sempre atualizados. Também é fundamental a constante renovação de conhecimentos teórico-práticos na área, através da capacitação permanente dos docentes e da participação destes e dos discentes em fóruns acadêmicos e profissionais. A atualização dos recursos deve estimular ainda as atividades de iniciação científica e de extensão no âmbito da graduação.

Autonomia e integração: Garantir a autonomia do aluno, em face de seu próprio processo de aprendizagem, produção de conhecimento e integração entre as diversas áreas profissionais da comunicação e outros campos do saber. Deverá encorajar a integração entre egressos e estudantes para a troca de experiências, assim como formas de acompanhamento e avaliação da inserção no mercado de trabalho.

4 OBJETIVOS DO CURSO

Em consonância com o PDI da Universidade Federal de Alagoas (2019) e com as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs, 2013), o curso de Relações Públicas está em sintonia entre a teoria e a prática acadêmica, articulada com o ensino, a pesquisa e a extensão.

Assim, a formação acadêmica do discente Relações Públicas procura ir além do tradicional espaço da sala de aula, a partir da participação dos discentes nas experiências da extensão, da pesquisa e da própria práxis acadêmica. Esse incentivo proporciona a conexão entre a teoria e a prática, sendo sujeitos de ação nas atividades desenvolvidas.

4.1 Objetivo Geral

- Formar o profissional bacharel em Relações Públicas com qualidades éticas, humanísticas e reflexivas, de modo a atender às demandas comunicativas da sociedade

4.2 Objetivos Específicos

- Provocar no discente a prática em atividades de extensão, de pesquisa, vivenciando os estudos e a realidade de mercado.
- Formar profissionais capazes de propor soluções aos problemas organizacionais e sociais, utilizando as técnicas da área e as interfaces com as responsabilidades histórico-social e sustentável.
- Propiciar aos discentes condições de se tornar profissional qualificado e cidadão com pleno conhecimento da realidade de seu país e das medidas a serem adotadas na promoção do bem-estar de nossa sociedade.

5 PERFIL DO EGRESSO

O egresso do curso de Relações Públicas da UFAL, como estabelece o Parecer CNE/CES n.º 85/2013 em seu Relatório, deve ser um profissional ético, humanista, crítico e reflexivo, com as seguintes características pessoais:

I – percepção das dinâmicas socioculturais, tendo em vista interpretar as demandas dos diversos tipos de organizações e dos públicos

II - compreensão das problemáticas contemporâneas, decorrentes da globalização, das tecnologias de informação e da comunicação e do desenvolvimento sustentável necessária ao planejamento de relações públicas;

III - entendimento do campo técnico-científico da comunicação, capaz de estabelecer visão sistêmica das políticas e estratégias de relacionamentos públicos;

IV – competência, performance e capacidade acurada de análise conjuntural, de forma que se lide qualitativa e quantitativamente com dados sociais, econômicos e estatísticos, transformando-os em indicadores para a elaboração de políticas de comunicação;

V – capacidade de liderança, negociação, tomada de decisão e visão empreendedora. (BRASIL, 2013)

O curso deve ser capaz de formar profissionais para atuação no novo contexto digital, tecnológico-informatizado e “multimidiático”, capazes de articular novas formas de discursos por meio do hipertexto, da hipermídia, interagir na rede mundial da Internet e operar com diversas ferramentas em várias plataformas digitais de redação, edição e de tratamento de áudio e vídeo.

Sendo assim, salienta-se a necessidade de dominar ainda, com competência efetiva, as linguagens, a morfologia, a sintaxe e a semântica da sociedade midiático-digital. Mas sem deixar de levar em consideração os valores éticos, étnico-raciais e indígenas, políticos, e estéticos. A organização didática, as formas de convivência acadêmica, a organização do currículo e das situações de aprendizagem e os procedimentos de avaliação devem estar coerentes com esses valores que agregam a sensibilidade, a igualdade e a identidade.

6 CAMPO DE ATUAÇÃO

O bacharel em Relações Públicas atuará como articulador de políticas de comunicação em organizações públicas, privadas e do terceiro setor. Entre estas também podemos citar aquelas ditas organizações de mídia (emissoras de rádio, TV, mídia impressa, mídias digitais), consultorias, assessorias, ouvidorias.

Em sua atividade, planeja e desenvolve programas e instrumentos para a comunicação organizacional interna e externa, atuando na gestão do relacionamento das organizações com seus públicos. Planeja e organiza eventos de diferentes naturezas, promovendo ações para a construção da imagem e de identidade das organizações. Elabora políticas, projetos e programas específicos de comunicação para as diversas organizações, grupos e movimentos da sociedade civil. Em sua atuação, deve respeitar os fundamentos éticos prescritos para a sua atividade profissional, a partir do reconhecimento das expectativas e demandas da sociedade em relação ao seu papel social e ao produto de sua atividade.

Desta forma, o bacharel em Relações Públicas pode atuar como pesquisador em Instituições de Ensino Superior; em empresas prestadoras de serviços; nas assessorias de comunicação de órgãos públicos e empresas privadas; em assessorias parlamentares; em organizações não-governamentais e civis de interesse público; em organizações sociais. Também pode atuar de forma autônoma, em empresa própria ou prestando consultoria.

7 ACESSIBILIDADE

7.1. Núcleo de acessibilidade

A Ufal atualmente possui um núcleo de estudos voltado para o entendimento das necessidades postas para o seu corpo social, no sentido de promoção de acessibilidade e de atendimento diferenciado as pessoas com necessidades especiais em atenção à Política de Acessibilidade adotada pelo MEC e à legislação pertinente.

O próprio dimensionamento dessas necessidades merece um cuidado especial, haja vista a forma atual de identificação dos alunos: a auto declaração. Por outro lado, a Ufal tem investido na capacitação técnica de seus servidores para o estabelecimento de competências para diagnóstico, planejamento e execução de ações voltadas para essas necessidades.

Ao esforço para o atendimento universal à acessibilidade arquitetônica, se junta, agora, o cuidado de fazer cumprir as demais dimensões exigidas pela Política de Acessibilidade, qual sejam a acessibilidade: pedagógica, metodológica, de informação e de comunicação.

A acessibilidade pedagógica e metodológica deve atentar para o art. 59 da Lei 9394/96, que afirma: *“Os sistemas de ensino assegurarão aos educandos com necessidades especiais: I - currículos, métodos, técnicas, recursos educativos e organização específicos, para atender às suas necessidades”*.

Neste sentido, a Nota Técnica nº 24 / 2013 / MEC / SECADI / DPEE, de 21 de março de 2013, orienta os sistemas de ensino no sentido de sua implantação. Em especial, recomenda que os *“PPC contemplem orientações adotando parâmetros individualizados e flexíveis de avaliação pedagógica, valorizando os pequenos progressos de cada estudante em relação a si mesmo e ao grupo em que está inserido”*.

O curso de Relações Públicas, neste ano de 2023, possui quatro alunos PCDs: dois de baixa visão, um deficiente visual e uma com nanismo. A

coordenação de curso e os professores são orientados quanto à prática dos procedimentos adequados para cada realidade assistida, inclusive fazendo atendimento individualizado com os PCDs e reuniões com os professores e Nac para garantir uma acessibilidade mais adequada. Assim, procura-se estar sensível às demandas de caráter pedagógico e metodológico de forma a permitir sua permanência produtiva no desenvolvimento do curso.

Há um projeto de extensão, inclusive, que está sendo produzido pela professora Callou para atender a esta demanda de forma ainda mais assertiva, no intuito da criação de um projeto de acolhimento pedagógico destes estudantes e do acompanhamento de reforços de aulas por alunos que já estudaram a disciplina e que possam ajudá-los nas dificuldades apresentadas. Além disso, no próximo edital de monitoria, estaremos disponibilizando a tutoria para o atendimento também desses casos, conforme solicitado pela professora Sandra Nunes.

Nesse sentido o Núcleo de Atendimento Educacional (Nae) oferece o necessário apoio pedagógico de forma a atender ao corpo social da Ufal em suas demandas específicas de forma a promover a integração de todos ao ambiente acadêmico.

Com relação aos discentes com Transtorno do Espectro Autista, há a Lei N° 12.764, de 27 de dezembro de 2012, conforme disposto incluso no instrumento de avaliação dos cursos de graduação do INEP de junho de 2015, a Ufal desenvolve estudos e discussões para constituir uma política institucional que atenda aos que explicita ações neste âmbito e que fundamente os cursos de graduação desta instituição em metodologias e ações que visem à inclusão de pessoas com este transtorno. Referente ao curso de Relações Públicas, há um incentivo para que os docentes e técnicos possam atender, sempre que houver necessidade, de forma especializada, àqueles que necessitam.

7.2. Reservas de vagas para pretos, pardos, indígenas e quilombolas

Desde 1999 a UFAL preocupa-se com a questão da inclusão, tendo aprovado em 2003 a Resolução 33 – COSUNI que implanta o Programa de Políticas de Ações Afirmativas na UFAL, posteriormente modificada pelo Decreto

7.824, de 11 de outubro de 2012 que dispõe sobre a política de ingresso nas IFES. Ainda, a Resolução 54/2012 – CONSUNI institucionaliza a reserva de vagas/cotas no processo seletivo de ingresso nos cursos de graduação da UFAL. Este foi um trabalho do Núcleo de Estudos Afrobrasileiros da UFAL (NEABI).

Em 2015, foram reservadas 40% (quarenta por cento) das vagas de cada curso e turno ofertados pela UFAL para os alunos egressos das escolas públicas de Ensino Médio. Destas, 50% (cinquenta por cento) das vagas foram destinadas aos candidatos oriundos de famílias com renda igual ou inferior a 1,5 salários-mínimo (um salário mínimo e meio) bruto per capita e 50% (cinquenta por cento) foram destinadas aos candidatos oriundos de famílias com renda igual ou superior a 1,5 salários mínimo (um salário mínimo e meio) bruto per capita.

Nos dois grupos que surgem depois de aplicada a divisão socioeconômica, serão reservadas vagas por curso e turno, na proporção igual às dos Pretos, Pardos, Indígenas e Quilombolas do Estado de Alagoas. Segundo o último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2010, que corresponde a 67,22% (sessenta e sete vírgulas vinte e dois por cento). A UFAL destina 50% de suas vagas a alunos egressos de escolas da rede pública.

Ao longo deste processo, foram constatadas algumas dificuldades operacionais e outras relacionadas à compreensão dos reais beneficiários das reservas estabelecidas. Neste contexto, se destacaram obstáculos relativos à comprovação de renda e especialmente possíveis fraudes relacionadas a candidatos autodeclarados pretos, pardos ou indígenas. Tais situações ocorreram em várias instituições públicas e apenas uma na Ufal, relacionada a um servidor.

O NEABI, nesta perspectiva, inovou apresentando ao CONSUNI no fim de 2018 um procedimento já utilizado em outras universidades para combater as fraudes: as chamadas bancas de heteroidentificação étnico-racial, conduzidas por comissões especiais constituídas para verificar o pertencimento do candidato ao grupo que se identifica. As bancas foram instauradas em 2019 e estão sendo aperfeiçoadas até os dias atuais, a fim de garantir que os sujeitos de direitos assumam as vagas que lhes foram reservadas. Já para indígenas e quilombolas,

o procedimento é a validação dos documentos da autodeclaração indígena ou quilombola por banca específica.

8 ATIVIDADES DE EXTENSÃO

As atividades de extensão estão regulamentadas pela Pró-reitoria de Extensão, através de Editais de Fluxo Contínuo e de Editais estabelecidos. O curso de Relações Públicas apresenta um histórico de projetos de extensão, contribuindo com os pilares da Universidade Pública, através do ensino, da pesquisa e da extensão.

O estudante do curso de Relações Públicas terá, portanto, a oportunidade de se engajar em atividades de extensão que seguem os parâmetros estabelecidos pelo curso e pela Pró-Reitoria de Extensão, desenvolvendo suas habilidades em um processo interdisciplinar, educativo e científico que promove a interação entre a Universidade e a Sociedade, através dos projetos, cursos, eventos, e demais produtos relacionados ao Programa de Extensão, com ementa e objetivos estabelecidos neste PPC.

As dimensões da extensão são compromissos prioritários ou elementos estruturantes que devem funcionar como diretrizes gerais da extensão orientando o planejamento, a execução e a avaliação das ações extensionistas. Sendo assim, o curso de Relações Públicas, em suas ações de extensão, deverá oferecer formação generalista, humanística, crítica e reflexiva, de modo que o aluno, além da formação científica e filosófica, desenvolva habilidades empreendedoras, vivências que considerem a realidade local, regional e do mundo, comprometimento com a preservação ambiental e respeito aos direitos humanos.

Em observância a essas dimensões e às vivências locais e regionais, incluindo a pandemia, é que, nos últimos anos, antes mesmo da curricularização da extensão, as ações de extensão no curso de Relações Públicas têm contemplado projetos e cursos, de longa e pequena duração, que tratam de questões étnico-raciais, privação de liberdade, vulnerabilidade social, arte,

turismo, mobilizações sociais entre outras, como pode-se ver no quadro a seguir:

TÍTULO DOS PROJETOS	
1	Mercado Vivo 2018-2019
2	Wassu Cocal: Memórias, identidades, comunicação e escritas de si 2018-2019
3	Agência Experimental de Relações Públicas 2018 até a atualidade
4	Laboratório de Relações Públicas Comunitárias: a comunicação estratégica a serviço da cidadania e do desenvolvimento social 2018-2019
5	Fábrica da Esperança: educação e trabalho para uma vida lícita após o cárcere 2018-2019
6	Comunicação estratégica no Fórum Popular da Ufal 2019-2020
7	Wassu Cocal: Memórias, identidades, comunicação e escritas de si 2019-2020
8	Universidade Cidadã: eventos utilizados como ferramenta estratégica e pedagógica pelas relações públicas na comunicação estratégica 2019-2020
9	Negras Conexões 2020 – Ufal Conectada
10	Além das ruas tradicionais: memória, tempo e lugar nas narrativas dos invisíveis do Centro de Maceió 2020-2021
11	A cidade invisível: vida e trabalho nas comunidades do residencial agreste, Nossa Senhora Aparecida, comunidades da Vila dos Pescadores do Lago Perucaba e Frei Damião em Arapiraca 2020-2021
12	<i>Bureau</i> de Comunicação Comunitária <i>on-line</i> no Combate à Covid-19 (a partir de 2020)
13	Comunicação comunitária no Movimento dos Povos das Lagoas (2020-2021)
14	Negras Conexões 2021 - Diálogos sobre as questões afrodiaspóricas, indígenas, lgbtqia+ e feministas
15	A construção das memórias indígenas na arte da escrita 2020-2021
16	Independência do Brasil: 200 anos – 2022
17	Laboratório Colaborativo de Comunicação: comunicação estratégica para grupos em situações de desastre socioambiental – 2023 até a atualidade
18	Relações Públicas em programa de enfrentamento à insegurança alimentar (2023 até a atualidade)

8.1 a política de extensão: diretrizes nacionais e locais

A LDB (lei 9.394/96) traz entre seus princípios a necessidade da diversificação dos cursos superiores e a flexibilização dos projetos acadêmicos, permitindo às instituições de ensino superior adequarem seus projetos pedagógicos às respectivas naturezas institucionais, às realidades regionais e às finalidades inerentes aos cursos. E é nessa perspectiva que o Fórum Nacional de

Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas (FORPROEX) apresenta a extensão como o processo educativo, cultural e científico que articula indissociavelmente o ensino e a pesquisa para que haja a relação transformadora entre Universidade e Sociedade.

É nesta perspectiva que a Universidade Federal de Alagoas assume a extensão como uma das dimensões da vida acadêmica, como uma forma de vivenciar o processo ensino-aprendizagem além dos limites da sala de aula, aproximando a universidade das diferentes organizações da sociedade. Por fazer parte de vida acadêmica de alunos, técnicos e professores, a extensão se materializa através de programas e projetos apresentados e assumidos pelas diversas Unidades Acadêmicas, que atuam em todas as áreas temáticas de extensão classificadas pelo Plano Nacional de Extensão: Comunicação, Cultura, Direitos Humanos e Justiça, Educação, Meio Ambiente, Saúde, Tecnologia e Produção e Trabalho.

A curricularização da extensão, de acordo com a resolução do CONSUNI-UFAL n. 4/2018 e a instrução normativa PROEX Nº01/2021, indica os procedimentos para os projetos e as ações de extensão como componente curricular obrigatório nos projetos pedagógicos dos cursos de graduação. Ela se dá em concordância com a meta 12.7 do Plano Nacional de Educação 2014-2024, que assegura, no mínimo, 10% da carga horária dos cursos de graduação se dê em programas e projetos de extensão universitária.

O curso de Relações Públicas, demonstra, assim, sua pretensão de contribuir com as questões locais e de sempre contemplar saberes e práticas contemporâneas de caráter estratégico que buscam a intervenção e aplicação empírica de temas ligados à política, cultura, sociedade e economia.

A seguir, o programa de curricularização da extensão do curso apresentará novos interesses e futuras atuações

8.2 O programa integralizado de extensão do curso de relações públicas - PIEX

O Programa Integralizado de Extensão da graduação é uma ferramenta

indispensável na formação do estudante e no trabalho dos professores, pois promove o intercâmbio de conhecimentos acadêmicos-científicos com a sociedade e vice-versa. Assim, assegurando que estas diretrizes são objeto de atenção deste PPC apresenta-se o programa de extensão do curso.

Título

Programa Integralizado de Extensão do Curso de Relações Públicas – PIEX RP

Unidade Acadêmica/curso envolvido

Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes/Relações Públicas

Ementa

1. Ações de extensão no campo das Relações Públicas, área da Comunicação Social que pertence à esfera de ação das Ciências Sociais Aplicadas, visando: 1. a capacitação de pessoas, elaboração de diagnósticos, análise de problemas, planejamento e intervenção; 2. o desenvolvimento de competências, conhecimentos, habilidades e atitudes, através de ações de consultorias temáticas, acompanhamento, apoio e/ou orientação comunicacional; 3. o desenvolvimento de soluções práticas relacionadas à comunicação no âmbito municipal, estadual e regional, contemplando iniciativas que fortaleçam as áreas temáticas de extensão classificadas no Plano Nacional de Extensão.

Áreas de abrangência

1. **Interdisciplinaridade**, que é caracterizada pelo envolvimento de docentes, discentes e técnicos de áreas distintas no desenvolvimento da atividade de extensão;
2. **Interinstitucionalidade**, que promove o envolvimento de organizações públicas, privadas e da sociedade civil no desenvolvimento das ações de extensão, seja na forma de coparticipação ou envolvimento direto;
3. **Intersetorialidade**, que diz respeito ao envolvimento de setores, unidades acadêmicas e demais campus da UFAL.

Áreas Temáticas do PIEX RP

Comunicação, Cultura, Direitos Humanos e Justiça, Educação.

Linhas de Extensão

Artes Visuais, Comunicação Estratégica, Direitos Individuais e Coletivos, Empreendedorismo, Gestão Pública, Grupos Sociais Vulneráveis, Mídias, Organizações da Sociedade Civil e Movimentos Sociais e Populares, Tecnologia da informação, Turismo e Desenvolvimento Humano.

Objetivos

Geral: Consolidar a extensão universitária no curso de Relações Públicas como processo acadêmico definido, atendendo as exigências da realidade política, cultural, social e econômica do estado de Alagoas.

Específicos: **a.** Utilizar a comunicação como mediadora dos objetivos sociais, estimular o exercício da participação social na construção da agenda pública, da sua implementação e avaliação. **b.** Mediar o atendimento das demandas sociais e melhorar (divulgando e potencializando) o acesso a informações de projetos, programas e políticas públicas. **c.** Contribuir para o desenvolvimento econômico local, para a emancipação de segmentos vulneráveis do mercado alagoano, estimulando a autonomia e as práticas comunicativas para o aumento do desenvolvimento social. **d.** Apresentar os resultados e desdobramentos dos projetos desenvolvidos ou apresentar produtos de assuntos relacionados.

Justificativa

Os processos, tecnologias, recursos e serviços a serem gerados pelo PIEX Relações Públicas junto aos grupos sociais, às organizações e às comunidades assistidas, em diferentes contextos institucionais, são respostas às demandas sociais, do contexto econômico e sócio-histórico do município de Maceió e do estado de Alagoas;

Para tanto, o PIEX do Curso de Relações Públicas contribuirá com o

desenvolvimento social de territórios, compreendidos estes como uma organização, uma comunidade, um bairro, um município ou um conjunto de municípios. A extensão universitária a partir de uma relação dialógica e de interação profunda entre atores da universidade (professores, técnicos e estudantes dos diversos cursos) e sujeitos sociais (moradores, profissionais, lideranças sociais/comunitárias, representantes dos poderes públicos e outras instituições públicas e privadas) dos territórios com os quais cada atividade irá interagir. O estudante deve ser estimulado a tornar-se protagonista de sua formação técnica e cidadã, estendendo-se tal movimento aos diversos sujeitos sociais.

De um ponto de vista mais conceitual, o intuito do PIEX enquanto proposta de intervenção é aumentar o grau de conhecimento, participação e implicação das pessoas em torno dos problemas comuns afetando a vida de todos em seu local (organização ou território). Além disso, o programa visa ao fomento de um amplo processo de capacitação, seja de membros de organizações ou ainda população local para que estes assumam o protagonismo do processo de desenvolvimento e fortalecimento territorial ou organizacional.

Os planos das atividades do Programa de Extensão do Curso de Relações Públicas, devem almejar, obrigatoriamente, metodologias que sejam capazes de proporcionar práticas extensionistas com base no princípio dialógico entre a Universidade e a Sociedade. Para tanto, devem estar embasados nas diretrizes da Política Nacional de Extensão Universitária, que são:

a) Interação Dialógica: o diálogo e troca de saberes substitui a relação desigual de superioridade dos saberes e fazeres acadêmicos, substituindo-os pela parceria com a sociedade, seus movimentos e suas organizações; b) Interdisciplinaridade e Interprofissionalidade: provocar a interação de modelos, conceitos e metodologias originários das diversas disciplinas, interdisciplinas e áreas do conhecimento, levando em consideração para tanto a construção paulatina de alianças intersetoriais, interorganizacionais e interprofissionais; c) Indissociabilidade Ensino-Pesquisa-Extensão: as ACE (Dimensão Extensão) tornam-se mais efetivas quando se inter-relacionam com processos de formação (Dimensão Ensino) e com a produção de conhecimento (Dimensão Pesquisa); d)

Impacto na Formação do Estudante: se dá pela ampliação das referências de ensino-aprendizagem por conta da relação direta com questões e realidades territoriais e organizacionais; e e) Impacto e Transformação Social: colocar a ACE à disposição dos interesses e necessidades prementes das organizações e dos territórios ou mesmo contribuir para o aprimoramento das políticas públicas.

Metodologia

Os procedimentos metodológicos a serem utilizados no PIEX Relações Públicas compreendem: Pesquisa-ação, Pesquisa-participante, Etnografia, História Oral, Cartografia, Modelos interpretativos dentre outras metodologias em Comunicação; organização de eventos, cerimonial e protocolo, publicização de conhecimento, produção científica e artística.

Execução e Carga Horária

O PIEX Relações Públicas se divide em três modalidades distintas de atividades, em consonância com as diretrizes regulamentadas pela resolução 04/2018 do CONSUNI/UFAL: **dois projetos de extensão**, com duração de quatro semestres (3º, 4º, 6º e 7º), e **um produto**, com duração de um semestre (8º), resultante dos projetos anteriores ou de temáticas corolárias ou pertinentes.

Quadro 1 – Da distribuição da carga horária do Programa Integralizado de Extensão (PIEX) na matriz curricular

	Projeto 1		Projeto 2		Produto
	PIEX/MOD I	PIEX/MOD II	PIEX/MOD III	PIEX/MOD IV	PIEX/MOD V
Período	3º	4º	6º	7º	8º
CH Total (360H)	72H	72H	72H	72H	72H

As atividades curriculares de extensão (ACE) a serem desenvolvidas a partir do PIEX poderão ter temáticas centrais relacionadas às áreas do conhecimento *Comunicação e Políticas Públicas* e *Comunicação, Economia Local e Ativismo Social*. Durante o planejamento dos projetos de extensão vinculados às ACEs poderão ser desenvolvidas atividades que envolvam consultoria, cursos, assessoramento, soluções/projetos em comunicação ou outras correlatas.

O PIEX Relações Públicas reservará 288h para a acreditação de ações extensionistas na modalidade de projetos e 72h para a acreditação de outras modalidades extensionistas, num total de 360h. Todas as atividades de extensão deverão ser desenvolvidas com temáticas relacionadas tanto às áreas de conhecimento veiculadas na graduação como atreladas, também, às áreas temáticas da Extensão.

Além das ACEs relacionadas com as temáticas *Comunicação e Políticas Públicas e Comunicação, Economia Local e Ativismo Social*, a modalidade produto também será desenvolvida com conteúdos voltados para estas discussões, gerando a promoção e difusão de temas de gestão pública governamental e não governamental, políticas públicas, economia local, movimentos populares e sociais, direitos humanos, relações étnico-raciais, dentre outros temas pertinentes.

Desse modo, a metodologia implicada nas ACEs do Curso de Relações Públicas consiste em atividades práticas em que os(as) estudantes, após um processo de nivelamento conceitual e metodológico e exerce o conjunto das atividades acadêmicas em ambiente comunitário, fora do ambiente universitário. Ademais, os(as) alunos(as) são envolvidos em atividades de extensão realizadas em espaços de associações comunitárias, órgãos de governo, organizações da sociedade civil, empresas locais, eventos, ambientes digitais, entre outros que proporcionem experiências empíricas de aprendizagem relacionadas aos temas objetivos e transversais da sua área de formação.

Acompanhamento, Avaliação e Indicadores

Para acompanhar e verificar o andamento das atividades de extensão, bem como avaliá-las, foram pensados os seguintes indicadores: quantidade de ações desenvolvidas, representantes sociais e profissionais externos envolvidos; quantidade e diversidade de meios de comunicação utilizados; público-alvo alcançado; parcerias desenvolvidas; artigos publicados; produções audiovisuais, artística e midiáticas, participação em eventos.

9 COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

De acordo com o Parecer CNE/CES n.º 85/2013 e Resolução 02, de 27/09/2013-MEC/CNE/CES, que define as Diretrizes Curriculares do Curso de Relações Públicas, este deverá possibilitar formação profissional que revele, pelo menos, as seguintes competências e habilidades:

I - Gerais:

- a)** domínio das linguagens e das técnicas utilizadas no processo de comunicação e nas diversas mídias;
- b)** capacidade de articular, de forma interdisciplinar, as interfaces existentes nas diferentes áreas da comunicação, bem como de outros campos do saber;
- c)** atuação profissional em consonância com os princípios éticos de comunicação para a cidadania, voltadas para os direitos humanos e a sustentabilidade;
- d)** capacidade de produzir conhecimento científico no campo da comunicação e na área das relações públicas e de exercer a docência.

II - Específicas:

- a)** interesse em desenvolver pesquisas, estratégias e políticas que favoreçam a interpretação qualificada da conjuntura sócio-organizacional;
- b)** criatividade para gerar, executar e avaliar planos, programas, campanhas e projetos estratégicos de relações públicas, integrados às demandas organizacionais e da opinião pública;
- c)** habilidade para sistematizar os repertórios necessários à prática profissional, nos âmbitos da gestão de processos comunicacionais, da cultura organizacional e das inovações tecnológicas;
- d)** conhecimento de 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;
- e)** capacidade de realizar serviços de auditoria, consultoria e assessoria de

comunicação de empresas;

f) condições de atuar de forma qualificada em atividades de relações governamentais e de comunicação pública;

g) habilidade para administrar crises e controvérsias, promovendo ações para a construção e preservação da imagem e da reputação das organizações.

10 ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

10.1 estrutura curricular

A estrutura curricular compõe o cumprimento de uma carga horária mínima total de 3.322 horas, distribuídas conforme quadro abaixo:

Quadro 2 – Estrutura Curricular

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
Disciplinas Obrigatórias	2.142 horas
Disciplinas Eletivas	270 horas
Trabalho de Conclusão de Curso	150 horas
Estágio Curricular Obrigatório	200 horas
Atividades Complementares	200 horas
Atividades curriculares de extensão	360 horas

O curso de Relações Públicas atende as bases dispostas nas Diretrizes Curriculares dos Cursos de Graduação em Relações Públicas (DCN, 2013), que define quatro eixos de formação, a saber:

Quadro 3 – Eixos Formação em Relações Públicas

EIXOS	DEFINIÇÃO
Eixo de formação geral	Contempla “conteúdos de cultura geral e de formação ética e humanística e prever disciplinas baseadas essencialmente em conhecimentos das Humanidades e das Ciências Sociais Aplicadas, em especial nas questões ligadas aos temas dos direitos humanos, educação ambiental e sustentabilidade”
Eixo de Comunicação	Contempla os “conteúdos teóricos e aplicados das ciências da comunicação, com foco naqueles que contribuem para o entendimento

	dos processos e práticas de relações públicas”.
Eixo de Relações Públicas	Contempla os “conteúdos teóricos aplicados às práticas laboratoriais, que são específicos para a compreensão de relações públicas como processo e como atividade profissional”.
Eixo de formação complementar	Contempla os conteúdos de domínios conexos que são importantes para a construção do perfil e das competências pretendidas, prevendo-se estudos em gestão de negócios e empreendedorismo, comunicação nos processos de governança corporativa, psicologia social, estatística, relações governamentais, cerimonial e protocolo, ouvidoria.

Seguindo a concepção dos eixos de formação definidos nas Diretrizes Curriculares dos Cursos de Graduação em Relações Públicas (DCSn, 2013), inscreve-se o seguinte quadro de disciplinas abaixo:

QUADRO 4 EQUIVALÊNCIAS DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS

DISCIPLINA NOVO CURRÍCULO	C H	CÓDIGO	DISCIPLINA CURRÍCULO ANTERIOR	CH
1º PERÍODO				
SOCIOLOGIA GERAL E DA COMUNICAÇÃO	72	RELP084	SOCIOLOGIA GERAL E DA COMUNICAÇÃO	80
FUNDAMENTOS TEÓRICOS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	72	RELP085	FUNDAMENTOS TEÓRICOS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	80
INTRODUÇÃO À MÉTODOS E TÉCNICAS DA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO	72	RELP086	INTRODUÇÃO À PRODUÇÃO E AO REGISTRO DO CONHECIMENTO	80
PSICOLOGIA APLICADA À COMUNICAÇÃO	72	RELP087	PSICOLOGIA APLICADA À COMUNICAÇÃO RPJOR	60
TENDÊNCIAS E DEBATES DA FILOSOFIA	72	RELP088	TENDÊNCIAS E DEBATES DA FILOSOFIA	60
2º PERÍODO				
CULTURA, RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS E DIVERSIDADE	72	RELP089	CULTURA, RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS E DIVERSIDADE	80
OFICINA DE TEXTO EM COMUNICAÇÃO	72	RELP090	ANÁLISE E PRODUÇÃO TEXTUAL EM RP I	80
TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	72	RELP091	TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	80
TEORIAS DAS ORGANIZAÇÕES PARA RP	72	RELP092	TEORIAS DAS ORGANIZAÇÕES APLICADAS ÀS R.P.	60
COMUNICAÇÃO E CULTURA DIGITAL	72	RELP093	COMUNICAÇÃO E CULTURA DIGITAL	60
3º PERÍODO				
COMUNICAÇÃO E DISCURSO	72	RELP094	ANÁLISE E PRODUÇÃO TEXTUAL EM RELAÇÕES PÚBLICAS II	80
LEGISLAÇÃO E ÉTICA EM COMUNICAÇÃO	72	RELP095	ÉTICA E LEGISLAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL E EM RELAÇÕES PÚBLICAS	80
TEORIA E MÉTODOS DA PESQ. EM COM. PARA RP	72	RELP098	TEORIA E MÉTODO DA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO PARA RP	60
4º PERÍODO				
COMUNICAÇÃO E CULTURA ORGANIZACIONAIS	72	RELP102	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	80

MARKETING PARA RELAÇÕES PÚBLICAS	72	RELP103	MARKETING PARA RELAÇÕES PÚBLICAS	80
PLANEJAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS	72	RELP104	PLANEJAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS	80
5º PERÍODO	C H	CÓDIGO		
TEORIA DA OPINIÃO PÚBLICA	72	RELP015	TEORIA DA OPINIÃO PÚBLICA	60
PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA RP	72	RELP106	PUBLICIDADE E PROPAGANDA	80
ESTATÍSTICA APLICADA À PESQUISA EM RP	72	RELP108	ESTATÍSTICA APLICADA À PESQUISA EM RP	60
RELAÇÕES PÚBLICAS COMUNITÁRIAS E SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA	72	RELP114	RP COMUNITÁRIAS E TERCEIRO SETOR	80
6º PERÍODO	C H	CÓDIGO		
COMUNICAÇÃO PÚBLICA	72	RELP107	COMUNICAÇÃO PÚBLICA	80
PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA	72	RELP112	PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA	80
MIX COMUNICACIONAL E MARCA	72	RELP113	MIX COMUNICACIONAL E MARCA	80
7º PERÍODO	C H	CÓDIGO		
EVENTOS, CERIMONIAL E PROTOCOLO	72	RELP115	PRODUÇÃO CULTURAL, GESTÃO DE EVENTOS E CERIMONIAL	80
DESENVOLVIMENTO ORIENTADO DE PROJETOS	54	RELP117	DESENVOLVIMENTO ORIENTADO DE PROJETOS	40
IDENTIDADE, IMAGEM E MEMÓRIA ORGANIZACIONAIS	72	RELP118	RELAÇÕES PÚBLICAS E MEMÓRIA INSTITUCIONAL	80
8º PERÍODO	C H	CÓDIGO		
RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS	72	RELP121	RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS	60
GESTÃO DE PROJETOS PARA RP	72	RELP110	GESTÃO ESTRATÉGICA DE PROJETOS PARA RP	80
PRODUÇÃO EM MÍDIA DIGITAL	72	RELP116	PLANEJAMENTO GRÁFICO E EDITORAÇÃO	80
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	72	RELP101	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	80

O quadro de equivalência acima relaciona as disciplinas do novo currículo com as do currículo de 2014, ainda vigente das disciplinas do currículo atual que não apresentam equivalência no que será implantado, será ofertada como eletiva para os discentes do novo currículo.

Considera-se que a criação de novas eletivas pode se dar a qualquer momento, de acordo com as especificidades e adequações com a academia e o mercado, necessitando, no caso, de novas ementas, aprovação do colegiado e NDE e implementação no sistema pela Prograd. O discente também pode solicitar matrícula de eletivas em outros cursos da Ufal, desde que tenham equivalência com as disciplinas eletivas do curso de relações, contemplando CH e ementas.

10.1.1 A EDUCAÇÃO AMBIENTAL

A educação ambiental, cuja política é instituída pelo Decreto n. 4.281 de 25 de junho de 2002, que regulamenta a Lei no 9.795, de 27 de abril de 1999 –

assim como a educação em direitos humanos também (Resolução nº 1, de 30 de maio de 2012) – é considerada na matriz curricular do curso. Está presente de forma transdisciplinar e também no oferecimento de disciplina obrigatória: Relações Públicas, Turismo e Meio Ambiente e na disciplina eletiva, Comunicação Ambiental.

10.1.2. EDUCAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS

Conforme a Resolução CNE/CP nº 1, de 30 de maio de 2012, a Educação em Direitos Humanos está presente no curso de Relações Públicas de maneira transversal, nas diferentes áreas do conhecimento. Portanto, objetivando atender a esta temática, os seus conteúdos são abordados de maneira interdisciplinar e transversal em disciplinas do curso e na seguinte: Comunicação e Direitos Humanos.

10.1.3. LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS – LIBRAS E INTERNACIONALIZAÇÃO

Considerando que a Educação é um dos mais importantes espaços para garantir essa inclusão, a organização curricular do Curso de Graduação em Relações Públicas, da Universidade Federal de Alagoas, contempla também às exigências do Decreto Nº. 5.626, publicado no DOU de 23/12/2005, que Regulamenta a Lei Nº. 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a disciplina de LIBRAS – Língua Brasileira de Sinais e o art. 18 da Lei Nº. 10.098, de 19 de dezembro de 2000, com carga horária de 54 horas, na condição de Disciplina Eletiva. O cumprimento do referido Decreto visa garantir o direito à educação das pessoas com deficiência auditiva, bem como instrumentalizar o futuro profissional das Relações Públicas para atender clientes e/ou familiares, que possam apresentar esta necessidade especial, como cidadãos.

10.1.4. EDUCAÇÃO DAS RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS E O ENSINO E CULTURA AFRO-BRASILEIRA, AFRICANA E INDÍGENA

O curso de Relações Públicas contempla também o oferecimento de

disciplinas obrigatórias relativas às relações étnico-raciais, bem como o tratamento de questões e temáticas relacionadas a afro descendentes e indígenas, considerando as as Leis 10.639/2003 e 11.645/2008, a Resolução CNE/CP 01/2004, fundamentada no Parecer CNE/CP 03/2004, que dispõe sobre as diretrizes Curriculares Nacionais para a educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena. Apresenta disciplinas obrigatórias - Cultura, Relações Étnico-raciais e Diversidade (por exemplo), além da disciplina Psicologia da Comunicação e da eletiva Cultura Indígena e Meios de Comunicação, ministradas de forma interdisciplinar e transdisciplinar.

11 CONTEÚDOS CURRICULARES

De acordo com as DCNs de Relações Públicas, os conteúdos curriculares estão organizados em disciplinas *obrigatórias, complementares e eletivas*, conforme a organização dos eixos de formação geral, formação específica, formação em comunicação, formação em relações públicas e formação suplementar (ver item 9.1 – Estrutura Curricular).

Com esse novo currículo, enfatiza-se o Curso de Relações Públicas em sua especificidade e o ordenamento curricular é transformado para adequar-se a este novo cenário, com um aumento significativo de disciplinas com foco na prática e aprofundamento em habilidades. Ao mesmo tempo, sem perder de vista a especialidade necessária, compreende-se também que o Curso de Relações Públicas está inserido no campo da Comunicação Social, como área geral de conhecimento e na grande área das Ciências Sociais Aplicadas.

Há ainda aspectos que devem ser considerados na formação do aluno, como a pesquisa e extensão - consideradas princípios pedagógicos, devem estar obrigatoriamente presentes nas atividades curriculares. É proibida a modalidade à distância, apenas em casos estritamente específicos a serem resolvidos pelo Colegiado.

11.1 Aspectos sobre a identidade, diversidade e interdisciplinaridade e transversalidade

Na matriz curricular do curso de Relações Públicas ofertado pela UFAL observam-se os fundamentos da estética da sensibilidade, política da igualdade e a ética da identidade, como também os princípios específicos de flexibilidade, autonomia, interdisciplinaridade e transversalidade, de acordo com as Diretrizes Curriculares do curso (DCNs, 2013)

A identidade supõe uma inserção dos estudos nas problemáticas locais, situando-as no contexto global da sociedade contemporânea. Deve considerar, desta forma, a cultura, os valores, os interesses e necessidades dos grupos

sociais de forma que o aluno seja motivado a valorizar as identidades e as demandas desses grupos.

A diversidade é necessária para contemplar as desigualdades nos pontos de partida dos alunos, que requerem diferenças de tratamento como forma mais eficaz de garantir um resultado comum nos pontos de chegada. Com a flexibilidade procurar-se-á promover a adaptação às diferenças individuais, respeitar os diversos ritmos de aprendizagem, integrar as diferenças locais e os contextos culturais.

O conteúdo de ensino deve provocar aprendizagens significativas que mobilizem o aluno e estabeleçam entre ele e o objeto do conhecimento uma relação de reciprocidade. A contextualização evoca, por isso, áreas, âmbitos ou dimensões presentes na vida pessoal, social e cultural, e mobiliza competências cognitivas já adquiridas.

Adicionalmente, as disciplinas do Curso estão inter-relacionadas e se integram em função dos objetivos do Curso e do perfil do egresso. A transversalidade busca a adequação do currículo às características dos alunos e do ambiente socioeconômico e cultural, permitindo relacionar as atividades curriculares com o cotidiano dos alunos e com o contexto social. Para atender a esse princípio, buscou-se adequar o processo ensino-aprendizagem à realidade local e regional, articulando as diferentes ações curriculares às características, demandas e necessidades de cada contexto.

Desenvolveram-se estratégias para articular o processo de ensino à realidade dos alunos, propiciando uma aprendizagem referida aos diferentes âmbitos e dimensões da vida pessoal, social e cultural dos discentes. Nessa perspectiva, as práticas curriculares implementadas no curso estão pautadas no conhecimento das características dos alunos, buscando respeitar sua personalidade e sua identidade.

O princípio da transversalidade permitiu ainda pensar um currículo de forma abrangente, com uma ampla rede de significações, e não apenas como um lugar de transmissão e reprodução do saber. A transversalidade envolve o estabelecimento de uma relação de reciprocidade entre o aluno e o objeto de

conhecimento, favorecendo uma aprendizagem significativa, uma vez que está baseada nos diferentes âmbitos e dimensões da vida pessoal, social e cultural dos alunos.

12 ARTICULAÇÃO TEORIA E PRÁTICA

O curso de Relações Públicas da Ufal contempla o caráter teórico e prático das disciplinas do curso. As disciplinas teóricas demandam um aprofundamento das teorias e as práticas estão relacionadas à utilização dos laboratórios em sala de aula ou nas aulas de campo, com cronograma pré-estabelecido, atendendo às disciplinas específicas e áreas afins. A articulação entre teoria e prática é fundamental durante todo o curso, já que as atividades desenvolvidas também em projetos de extensão e de pesquisa também contribuem para o enriquecimento curricular dos discentes.

13 METODOLOGIA

O curso de Relações Públicas busca trabalhar a metodologia em suas práticas pedagógicas e institucionais, através de atividades que desenvolvam as competências e habilidades. Sendo assim, as seguintes metodologias são empregadas: 1) como seminários - metodologia utilizada como uma forma de avaliação, preparando o aluno para a prática expositiva, sistematização de ideias, clareza ao discorrer sobre o assunto em pauta, além de auxiliar na Comunicação e Expressão Oral; 2) palestras - metodologia utilizada após o professor aprofundar determinado assunto, tendo o palestrante a finalidade de contribuir para a integração dos aspectos teóricos com o mundo do trabalho; 3) dinâmicas de Grupo - metodologia que visa ao preparo dos alunos para a vivência profissional, com estimulação do desenvolvimento da contextualização crítica, tomada de decisões e liderança; 4) práticas em Laboratórios - O curso utilizará laboratórios básicos e laboratórios aplicados ao desenvolvimento das competências e habilidades práticas de suas disciplinas); 5) estudos de casos - são fundamentais nas atividades de aplicação dos conteúdos teóricos, a partir de situações práticas, visando ao desenvolvimento da habilidade técnica, humana e conceitual.

Dessa forma, os laboratórios serão montados de forma a possibilitar um ensino de alto nível e atualizado, colocando o aluno em contato com equipamentos regularmente utilizados na realidade profissional. Dessa forma, o aluno, ao se formar, poderá aplicar, em sua vida profissional, os conhecimentos úteis e importantes adquiridos nas aulas práticas. Apresentamos também a metodologia de visitas Técnicas, através da realização de visitas a empresas, órgãos e instituições visando a integrar teoria e prática, além de contribuir para o estreitamento das relações entre instituição de ensino e as esferas sociais relacionadas à área do curso, estabelecendo, dessa forma, uma visão sistêmica, estratégica e suas aplicações na área do curso.

Essas metodologias se apresentam com um ensino contextualizado que faça sentido para os discentes e os docentes compreendendo as diferentes percepções na forma de lidar com o que está sendo transmitido em sala de aula. Para tanto, dispomos de vários métodos como jogos, simulações, aprendizado baseado em projeto, aprendizado baseado em problemas, para citar alguns.

Estas práticas apoiam-se numa metodologia que busca uma interação entre aluno – professor – conteúdo. Preza-se que o educando conheça os primeiros passos do caminho para aprender a aprender. Os estudantes são encorajados a definir seus próprios objetivos de aprendizagem e tomar a responsabilidade por avaliar seus progressos pessoais. No entanto, o aluno é acompanhado e avaliado, e essa avaliação inclui a habilidade de reconhecer necessidades educacionais pessoais, desenvolver um método próprio de estudo, utilizar adequadamente uma diversidade de recursos educacionais e avaliar criticamente os progressos obtidos.

Assim, os docentes do curso são motivados ao desenvolvimento de atividades que contemplem o ensino, a pesquisa e a extensão, em concordância com as diretrizes curriculares nacionais; e o perfil do egresso.

A acessibilidade pedagógica, em atendimento aos alunos PCDs, devem estar de acordo com as orientações do Núcleo de Acessibilidade da Ufal (NAC) e também das DCNs. Além disso, buscar a conexão com a realidade socioambiental (local, regional e global) e as discussões sobre a resolução de problemas socioambientais tendo por base os projetos de extensão e de

pesquisa, aulas expositivas dialogadas, também com aproveitamento do suporte das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) e de Ambientes Virtuais de Aprendizagens (AVA). Para que não haja evasão dos discentes PCDs, o curso acolhe os alunos e analisa com cada um deles as suas dificuldades, havendo um acompanhamento direto com os mesmos e com os professores, no sentido da orientação e evolução dos mesmos nas disciplinas.

14 ESTÁGIO SUPERVISIONADO

O estágio supervisionado é definido pela Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, como “ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo do estudante” (LEI nº. 11.788). A Ufal, em consonância com a lei, dispõe de normas e resoluções que disciplinam os estágios curriculares obrigatórios e não obrigatórios dos discentes. Entre as normas, destacam-se as seguintes resoluções: Resolução 71/2006 e com a Resolução nº 95/2019- CONSUNI/UFAL, de 10 de dezembro de 2019. Além das orientações contidas na Cartilha de Estágio da Ufal, da Pró-Reitoria de Graduação-Ufal.

O Estágio Curricular Obrigatório, atendendo à Lei de Diretrizes e Bases da Educação - Lei 9.394/96 - Art. 43, inciso II e a Lei do Estágio Nº 11.788/2008, é requisito para aprovação e obtenção de diploma de graduação. Portanto, neste PPP o estágio consta na matriz curricular do curso de Relações Públicas e a carga horária de 200 horas é computada para a integralização da carga horária total do curso.

O estágio no curso de Relações Públicas compreende a participação em estágio profissional em empresa ou profissional liberal devidamente credenciados pela Instituição e abrangerá duas modalidades distintas: estágio não-obrigatório e estágio obrigatório. O Estágio não-obrigatório poderá ser cumprido a partir do terceiro período do curso e poderá compor as Atividades Complementares. O Estágio obrigatório deverá ser cumprido a partir do quinto período do curso e terá a carga horária mínima de 200 horas. Ambas as modalidades de estágio serão acompanhadas pela Coordenação de Estágio do Curso.

O estágio curricular em Relações Públicas tem como objetivo o desenvolvimento de competências – conhecimentos teórico-conceituais, habilidades e atitudes –

em situações de aprendizagem, conduzidas no ambiente profissional, observando-se as normas contidas na legislação específica. Deve atender aos critérios de compatibilidade com os objetivos do Curso, considerando a natureza dos estágios conforme Resolução 71/2006-CONSUNI/UFAL e Lei Federal 11.788/2008. Na UFAL, ele é considerado como ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo do estudante.

Os objetivos do estágio curricular são os seguintes: capacitar o estudante de Relações Públicas para o exercício profissional; oferecer ao estudante experiência de intervenção em Relações Públicas, vivenciando situações da prática profissional que enriqueçam sua formação; provocar no estudante a introjeção de determinação pertinentes à regulamentação da profissão e ao Código de Ética Profissional; possibilitar ao estudante experiência de sistematização e planificação da ação profissional.

Dessa forma, integra o itinerário formativo do educando e faz parte do projeto pedagógico do curso. Podem ser considerados campos de Estágio Curricular do Curso de Relações Públicas: pessoas jurídicas de direito privado; órgãos da administração pública direta, autárquica e fundacional de qualquer dos poderes da união, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios; profissionais liberais, com formação superior na área, devidamente registrados em seus respectivos Conselhos. Para constituir-se em campo de estágio é necessário que estas pessoas e/ou órgãos possuam programas e/ou ações na área de Comunicação Social.

Na falta de campos em conformidade com o exposto no parágrafo anterior poderão se constituir como campo de estágio projetos/programas de extensão universitária onde participem docentes do Curso de Relações Públicas, a partir da aprovação do Colegiado do Curso.

As atividades a serem desenvolvidas pelos estudantes levarão em conta as particularidades de cada campo de estágio e terão por base o planejamento da ação do estudante no campo específico, respeitadas as exigências da formação profissional. Essas atividades deverão constar num Plano de Estágio a ser

elaborado em conjunto pelo Supervisor e pelo Estudante, com a participação do orientador de Campo. Os estudantes serão encaminhados pelo Coordenador de Estágio aos campos disponíveis a cada semestre letivo.

Os estágios curriculares classificam-se como obrigatório e não obrigatório, oficializados por meio de parcerias com empresas vinculadas à UFAL por formalização de convênios registrados. O estágio deve ser planejado, executado, acompanhado e avaliado em conformidade com os currículos, programas e calendários escolares.

As especificidades relativas ao estágio curricular supervisionado dos alunos do curso de graduação em relações públicas estão definidas no regulamento específico aprovado pelo Colegiado do Curso e referendado pela Unidade Acadêmica.

A avaliação do Estágio Obrigatório será realizada pelo Coordenado de Estágio do Curso mediante entrega de relatório final e das fichas de avaliação do estagiário pela empresa. A nota se dá a partir destes suportes, observando-se a conexão entre o que está registrado no relatório e no plano de atividade descrito no Termo de Compromisso de Estágio (TCE), os possíveis ajustes do plano no decorrer do estágio registrados no relatório e como a/o aluna/o foi avaliada/o pela empresa. A tabela a seguir, serve de base para registro de nota em estágio. Caso o sistema (Sieweb ou Sigaa) permita a inserção de conceitos, estes podem ser identificados como Aprovado ou Reprovado, sendo considerado aprovado o/a discente que obtiver nota igual ou acima de 7,0 (sete). Os critérios para a avaliação so estagiários são: plano de atividades, execução do plano e possíveis ajustes, elaboração do relatório de atividades, avaliação do estagiários por parte da Concedente.

Na Ufal, o setor específico que trata dos estágios é a Gerência de Estágios Curriculares (Gest), da Pró-Reitoria de Graduação (Prograd) que disponibiliza e também formaliza os convênios e apólices de seguros dos discentes, junto à coordenação de estágio do curso.

15 ATIVIDADES COMPLEMENTARES

As atividades complementares são práticas acadêmicas de múltiplos formatos, obrigatórias, que podem ser realizadas dentro ou fora da Universidade, desde que reconhecidas e aprovadas pelo Curso, como úteis à formação do aluno. Essas práticas se distinguem das disciplinas que compõem o currículo pleno (atividades obrigatórias) de cada curso.

Estão regulamentadas pelo CNE/CES N° 108, de 7 de maio de 2003 e pela Resolução CNE/CES N° 04, de 6 de abril de 2009, que definiram o total de até 20% da carga horária dos cursos para estágio curricular e atividades complementares e/ou práticas. Na Ufal, as Atividades Complementares são regulamentadas pela Resolução Cepe N° 113, de 13 de novembro de 1995, devendo ser integralizadas, no mínimo, em 200 horas.

No Curso de Relações Públicas, as Atividades Complementares são também denominadas de Carga Horária Flexível e podem ser desenvolvidas a partir do primeiro ano do curso, compreendendo um total de 200 horas, o que corresponde a aproximadamente 10% da carga horária total do curso. As atividades de pesquisa, extensão e estágio podem ser computadas como atividades complementares, caso ainda existam CH sobrando para utilização dos discentes.

As atividades complementares têm como finalidade complementar a formação do aluno, ampliar o seu conhecimento teórico-prático, fomentar a prática de trabalhos interdisciplinares e entre grupos, estimular as atividades de caráter solidário e incentivar a tomada de iniciativa e o espírito empreendedor dos alunos. Essas atividades incluem:

Participação em palestras, seminários, congressos, conferências, ciclo de debates, oficinas, mesas redondas, jornadas, fóruns, etc. promovidos pela própria instituição ou outros órgãos e entidades externas sobre temas específicos para o Curso de Relações Públicas, desde que ligadas à prática de extensão, monitoria ou iniciação científica.
--

Organização de eventos institucionais e acadêmicos.
Participação em Grupos de Iniciação Científica orientados por professor do Curso de Relações Públicas.
Participação em Programas/Projetos de Pesquisa ou Extensão internos ou externos.
Atividade de monitoria em disciplinas ofertadas pelo curso.
Matrícula – em caráter de enriquecimento curricular – em disciplinas de outros cursos ofertados pela UFAL (disciplinas isoladas), com comprovação efetiva de aproveitamento de frequência e notas.
Empresa Júnior de Comunicação – Jangadeiros

A computação da carga horária estará de acordo com o declarado no comprovante apresentado pelo/a estudante. Este/a precisará realizar atividade complementares que totalizem a soma relativa carga horária exigida para estas atividades, que é de 200 horas.

15.1 Semana de Comunicação (Secom)

Os alunos recém-ingressos no curso de Relações Públicas da UFAL são recebidos na primeira semana de aula através do evento Semana de Comunicação (Secom) promovida pelo Centros Acadêmicos dos cursos de Relação Públicas e Jornalismo com apoio das coordenações. Desse modo, objetiva-se dar as boas-vindas ao aluno ingressante, apresentando: o curso, o espaço físico, a estrutura acadêmica e administrativa da Universidade; informações sobre a matriz curricular, o Colegiado do Curso, o Centro Acadêmico, os Programas de iniciação científica e de extensão.

Desde modo, busca-se promover a integração destes alunos entre si, com os demais do corpo discente e com os docentes do curso, de forma a incentivá-los a participar das várias atividades desenvolvidas pela Universidade.

15.2 Grupos de Pesquisa

O Curso de Relações Públicas dispõe de três grupos de pesquisa, nos quais os discentes de Relações Públicas podem se inserir e colaborar com

atividades de pesquisa e de investigação em comunicação, em especial, às relações públicas.

Quadro 5 - Grupo de Estudos em Relações Públicas – GERP

Líder do grupo: Manoella Maria Pinto Moreira das Neves

Linhas de Pesquisa	
Midiatização, Discurso e Cidadania	Comunicação, Gênero e Relações étnico-raciais
Manoella Ma. Pinto Moreira das Neves	Maria Aparecida Batista de Oliveira
Manuela Rau de Almeida Callou	Rosa Lucia Lima da Silva Correia
Mercia Sylvianne Rodrigues Pimentel	Vanuza Souza Silva
Sandra Nunes Leite	

Quadro 6 - Laboratório de Estudos em Comunicação, Organizações e Narrativas do Capitalismo

Líderes do grupo: Emanuelle Gonçalves Brandão Rodrigues e Laura Nayara Pimenta

Linhas de pesquisa		
Comunicação pública, opinião pública e públicos em movimentos	Comunicação, religião e narrativas do capitalismo	Comunicação, trabalho e cultura empreendedora nas organizações
Laura Nayara Pimenta	Emanuelle Gonçalves Brandão Rodrigues	Emanuelle Gonçalves Brandão Rodrigues
Sandra Nunes Leite		Laura Nayara Pimenta

Quadro 7 - Grupo de Pesquisa Comunicação e Cidadania

Líderes do grupo: Sandra Nunes Leite e Luiz Marcelo Robalinho Ferraz

Linhas de pesquisa			
A comunicação, saúde e discurso	Comunicação e Comunidade	Comunicação Organizacional e Relações Públicas	Universidade e Sociedade
Luiz Marcelo Robalinho Ferraz	Ruy Matos e Ferreira	Sandra Nunes Leite	Sandra Nunes Leite
	Sandra Nunes Leite		
	Willian Lima Melo		

15.3 AGERP

A Agência Experimental de Relações Públicas visa o desenvolvimento e a consolidação da comunicação interna e externa no bloco de comunicação social (COS), com a supervisão da coordenadora do projeto e dos professores colaboradores, funcionando como um suporte à coordenação do curso. A agência tem como objetivo fomentar a produção do conhecimento por meio de atividades extracurriculares, fortalecendo as relações no âmbito acadêmico. Não obstante, o projeto pretende instigar nos alunos a importância de vivenciar a universidade por meio da pesquisa-ensino-extensão.

Os eixos fundamentais do trabalho da agência os seguintes: o eixo de comunicação interna e divulgação científica e o eixo de cultura e desenvolvimento social. No eixo de comunicação interna, são realizadas a atualização das redes sociais, a organização dos murais do COS, desenvolvimento do planejamento estratégico, além de manter um bom relacionamento com a mídia e divulgação científica de publicações dos discentes e docentes. O eixo de cultura e desenvolvimento social desenvolvemos atividades de responsabilidade social, através de atividades voltadas aos projetos de extensão e sociais/culturais.

15.4 JANGADEIROS – Empresa Júnior de Comunicação

O objetivo das empresas juniores é desenvolver pessoal e profissionalmente os seus membros por meio da vivência empresarial, realizando projetos e serviços na área de atuação dos cursos de graduação, aos quais a empresa júnior for vinculada, orientados sempre por um profissional graduado da área. Por esse objetivo, entende-se fomentar o crescimento pessoal e profissional do aluno membro, por meio do oferecimento de serviços de qualidade e a baixo custo ao mercado. Dessa forma, além de atingir seu próprio objetivo, as EJ's contribuem para o desenvolvimento do empreendedorismo em sua região e no país.

A Jangadeiros tem como sua meta fomentar e formar líderes que elevem o nível da comunicação do nordeste, proporcionando as melhores experiências com serviços de comunicação para os nossos clientes, acreditando sempre que

comunicar é o que muda nossa sociedade. Sua carta de serviço apresenta os seguintes serviços: Marketing Digital, Gestão de Redes Sociais (e tudo que envolve o processo), Clipping, Eventos, Consultoria e Assessoria, dentro outros projetos de comunicação.

15.5 Monitoria

O programa institucional de monitoria é coordenado pela Pró-Reitoria de Graduação - PROGRAD, cuja principal finalidade é possibilitar ao aluno o desenvolvimento de atividades de ensino-aprendizagem em determinada disciplina supervisionada por um professor orientador, tendo os seguintes objetivos:

- Assessorar o professor nas atividades docentes;
- Possibilitar a interação entre docentes e discentes;
- Proporcionar ao monitor uma visão globalizada da disciplina a partir do aprofundamento, questionamento e sedimentação de seus conhecimentos;
- Desenvolver habilidades didático-pedagógicas e uma visão crítica sobre a metodologia do ensino;
- Envolver o estudante em trabalho de pesquisa associado ao ensino.

Para submissão ao Programa o discente deverá estar de acordo com a Resolução Nº 055/2008 – CONSUNI, de 10 de novembro de 2008. Inscrito para o processo seletivo, o aluno candidato se submeterá à avaliação que poderá constar de prova escrita, prova prática (em casos da disciplina assim o exigir), exame do histórico escolar com ênfase no estudo da disciplina e análise dos dados referentes às suas atividades discentes constantes no histórico escolar. No final do período de monitoria o aluno apresentará relatório e receberá um Certificado do exercício de monitoria assinado pelo Pró-Reitor Estudantil.

16 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

O Trabalho de Conclusão de Curso - TCC está regulamentado na Ufal pela Resolução Cepe nº 25/2005, de 26 de outubro de 2005, sendo regulamentado pela Resolução do Colegiado do Curso de Relações Públicas nº 15, de 2017, como componente curricular obrigatório, não apresentando, então, carga horária fixa semanal.

No curso de Relações Públicas, o TCC possui carga horária total equivalente a 200 horas, podendo ser elaborado individualmente ou em dupla, caso haja necessidade, devendo ser obrigatoriamente protocolada na coordenação de Curso para apreciação e deferimento.

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é uma atividade, na qual o aluno demonstra os conhecimentos adquiridos durante o curso, com a defesa no último período. É um componente curricular obrigatório, com características de uma disciplina e orientação de um professor.

Conforme Parecer CNS/CES nº 85/2013, o TCC em Relações Públicas pode apresentar as seguintes modalidades: 1) Monografia; 2) Artigo Científico; 3) Relatório de Pesquisa/Extensão; 4) Produto de Pesquisa/Extensão ou 5) Trabalhos Audiovisuais.

O TCC compreende a carga horária de 200 (duzentas) horas que serão contabilizadas no final do curso logo após a sua apresentação pública diante de banca examinadora composta por docentes e/ou profissionais, de acordo com regulamento aprovado pelo Colegiado do Curso. As atividades relacionadas ao TCC terão início a partir do 7º período, no curso Diurno e no 8º período, no curso Noturno, através da disciplina Desenvolvimento Orientado de Projetos. Ao final desta disciplina, o discente contará com um orientador formalizado por meio de um Termo de Aceite assinado por ambos.

A defesa do TCC é obrigatória, devendo ser realizada por meio de apresentação oral pública a uma banca examinadora formada por três membros, entre eles professores do curso e convidados externos, atuantes na área.

O curso de Relações Públicas possui uma coordenação de TCC formada por um membro do Colegiado de Curso, tendo as atividades normatizadas pela Resolução nº. 15, de 2017, do Colegiado do Curso de Relações Públicas.

17 COMPONENTES CURRICULARES OBRIGATÓRIOS

A tabela abaixo mostram Componentes Curriculares Obrigatórios do Curso de relações Públicas, segundo sua descrição, carga horária, horas aula em números absolutos e percentuais.

Quadro 6 - Componentes Curriculares do Curso de Relações Públicas

COMPONENTES CURRICULARES	HORAS-AULA (60min)	
	Absoluto	Percentual
Disciplinas obrigatórias	2.142h	64,47
Disciplinas eletivas	270h	8,12
Estágio Curricular Obrigatório	200h	6,02
Atividades complementares	200h	6,02
Trabalho de Conclusão de Curso	150h	4,51
Atividades curriculares de extensão	360h	10,80
Carga horária total	3.322	

18 MATRIZ CURRICULAR DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

19 ORDENAMENTO CURRICULAR

O Quadro 7 e o Quadro 8 abaixo mostram os ordenamentos curriculares por período das disciplinas obrigatórias e eletivas dos Curso de Relações Públicas para os turnos vespertino e noturno, com cargas horárias prática e teórica.

QUADRO 7 - DISTRIBUIÇÃO DE DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS POR SEMESTRE – CURSO DIURNO

PERÍODO	DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA			
		SEMANAL	TEÓRICA	PRÁTICA	TOTAL
1º	SOCIOLOGIA GERAL E DA COMUNICAÇÃO	4H	72H	-	72H
	FUNDAMENTOS TEÓRICOS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	4H	72H	-	72H
	INTRODUÇÃO À MÉTODOS E TÉCNICAS DA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO	4H	72H	-	72H
	PSICOLOGIA APLICADA À COMUNICAÇÃO	4H	72H	-	72H
	TENDÊNCIAS E DEBATES DA FILOSOFIA	4H	72H	-	72H
	TOTAL			-	360H
2º	CULTURA, RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS E DIVERSIDADE	4H	72H	-	72H
	OFICINA DE TEXTO EM COMUNICAÇÃO	4H	22H	50H	72H
	TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	4H	72H	-	72H
	TEORIAS DAS ORGANIZAÇÕES PARA RP	4H	72H	-	72H
	COMUNICAÇÃO E CULTURA DIGITAL	4H	32H	40H	72H
	TOTAL				360H

3º	COMUNICAÇÃO E DISCURSO	4H	40H	32H	72H
	LEGISLAÇÃO E ÉTICA EM COMUNICAÇÃO	4H	72H	-	72H
	TEORIA E MÉTODOS DA PESQ. EM COM. PARA RP	4H	40H	32H	72H
	ELETIVA 1	3H	54H	ELETIVA	ELETIVA
	PIEX 1 – COMUNICAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS	4H	72H	PIEX	PIEX
TOTAL (SEM ELETIVA e SEM PIEX)					216H
4º	COMUNICAÇÃO E CULTURA ORGANIZACIONAIS	4H	40H	32H	72H
	MARKETING PARA RELAÇÕES PÚBLICAS	4H	32H	40H	72H
	PLANEJAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS	4H	32H	40H	72H
	ELETIVA 2	3H	54H	ELETIVA	ELETIVA
	PIEX 2 – COMUNICAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS	4H	72H	PIEX	PIEX
TOTAL (SEM ELETIVA E SEM PIEX)					216H
5º	TEORIA DA OPINIÃO PÚBLICA	4H	72H	-	72H
	PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA RP	4H	22H	50H	72H
	ESTATÍSTICA APLICADA À PESQUISA EM RP	4H	32H	40H	72H
	RELAÇÕES PÚBLICAS COMUNITÁRIAS E SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA	4H	32H	40H	72H
	ELETIVA 3	3H	54H	ELETIVA	ELETIVA
TOTAL (SEM ELETIVA E SEM PIEX)		200H	-	ESTÁGIO	ESTÁGIO
TOTAL (SEM ESTÁGIO e SEM ELETIVA)					288H
6º	COMUNICAÇÃO PÚBLICA	4H	40H	32H	72H
	PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA	4H	22H	50H	72H
	MIX COMUNICACIONAL E MARCA	4H	32H	40H	72H
	ELETIVA 4	3H	54H	ELETIVA	ELETIVA
	PIEX 3 - COMUNICAÇÃO, ECONOMIA SOLIDÁRIO-CRIATIVA E ATIVISMO SOCIAL	4H	72H	PIEX	PIEX
TOTAL (SEM ELETIVA E SEM PIEX)					216H
7º	EVENTOS, CERIMONIAL E PROTOCOLO	4H	22H	50H	72H
	DESENVOLVIMENTO ORIENTADO DE PROJETOS	3H	24H	30H	54H
	IDENTIDADE, IMAGEM E MEMÓRIA ORGANIZACIONAIS	4H	40H	32H	72H
	ELETIVA 5	3H	54H	ELETIVA	ELETIVA
	PIEX 4 - COMUNICAÇÃO, ECONOMIA SOLIDÁRIA-CRIATIVA E ATIVISMO SOCIAL	4H	72H	PIEX	PIEX
TOTAL (SEM ELETIVA E SEM PIEX)					198H
8º	RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS	4H	32H	40H	72H
	GESTÃO DE PROJETOS PARA RELAÇÕES PÚBLICAS	4H	22H	50H	72H
	PRODUÇÃO EM MÍDIA DIGITAL	4H	32H	40H	72H
	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	4H	32H	40H	72H
	PRODUTO PIEX	4H	72H	PIEX	PIEX
TOTAL (SEM ELETIVA E SEM PIEX)					288H

Organização das disciplinas por semestre – Curso Noturno

QUADRO 8 - DISTRIBUIÇÃO DE DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS POR SEMESTRE – CURSO NOTURNO

PERÍODO	DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA			
		SEMANAL	TEÓRICA	PRÁTICA	TOTAL
1º	SOCIOLOGIA GERAL E DA COMUNICAÇÃO	4H	72H	-	72H
	FUNDAMENTOS TEÓRICOS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	4H	72H	-	72H
	INTRODUÇÃO À MÉTODOS E TÉCNICAS DA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO	4H	72H	-	72H
	PSICOLOGIA APLICADA À COMUNICAÇÃO	4H	72H	-	72H
	TENDÊNCIAS E DEBATES DA FILOSOFIA	4H	72H	-	72H
TOTAL				-	360H
2º	CULTURA, RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS E DIVERSIDADE	4H	72H	-	72H
	OFICINA DE TEXTO EM COMUNICAÇÃO	4H	22H	50H	72H
	TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	4H	72H	-	72H
	TEORIAS DAS ORGANIZAÇÕES PARA RP	4H	72H	-	72H
	COMUNICAÇÃO E CULTURA DIGITAL	4H	32H	40H	72H
TOTAL					360H
3º	COMUNICAÇÃO E DISCURSO	4H	40H	32H	72H
	LEGISLAÇÃO E ÉTICA EM COMUNICAÇÃO	4H	72H	-	72H
	TEORIA E MÉTODOS DA PESQ. EM COM. PARA RP	4H	40H	32H	72H

	ELETIVA 1	3H	54H	ELETIVA	ELETIVA
	PIEX 1 – COMUNICAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS	4H	72H	PIEX	PIEX
	TOTAL (SEM ELETIVA e SEM PIEX)				216H
4º	COMUNICAÇÃO E CULTURA ORGANIZACIONAIS	4H	40H	32H	72H
	MARKETING PARA RELAÇÕES PÚBLICAS	4H	32H	40H	72H
	PLANEJAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS	4H	32H	40H	72H
	ELETIVA 2	3H	54H	ELETIVA	ELETIVA
	PIEX 2 – COMUNICAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS	4H	72H	PIEX	PIEX
	TOTAL (SEM ELETIVA E SEM PIEX)				216H
5º	TEORIA DA OPINIÃO PÚBLICA	4H	72H	-	72H
	PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA RP	4H	22H	50H	72H
	ESTATÍSTICA APLICADA À PESQUISA EM RP	4H	32H	40H	72H
	RELAÇÕES PÚBLICAS COMUNITÁRIAS E SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA	4H	32H	40H	72H
	ELETIVA 3	3H	54H	ELETIVA	ELETIVA
	ESTÁGIO SUPERVISIONADO	200H	-	ESTÁGIO	ESTÁGIO
	TOTAL (SEM ESTÁGIO e SEM ELETIVA)				288H
6º	COMUNICAÇÃO PÚBLICA	4H	40H	32H	72H
	PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA	4H	22H	50H	72H
	MIX COMUNICACIONAL E MARCA	4H	32H	40H	72H
	ELETIVA 4	3H	54H	ELETIVA	ELETIVA
	PIEX 3 - COMUNICAÇÃO, ECONOMIA SOLIDÁRIO-CRIATIVA E ATIVISMO SOCIAL	4H	72H	PIEX	PIEX
	TOTAL (SEM ELETIVA E SEM PIEX)				216H
7º	EVENTOS, CERIMONIAL E PROTOCOLO	4H	22H	50H	72H
	DESENVOLVIMENTO ORIENTADO DE PROJETOS	3H	24H	30H	54H
	IDENTIDADE, IMAGEM E MEMÓRIA ORGANIZACIONAIS	4H	40H	32H	72H
	ELETIVA 5	3H	54H	ELETIVA	ELETIVA
	PIEX 4 - COMUNICAÇÃO, ECONOMIA SOLIDÁRIA-CRIATIVA E ATIVISMO SOCIAL	4H	72H	PIEX	PIEX
	TOTAL (SEM ELETIVA E SEM PIEX)				198H
8º	RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS	4H	32H	40H	72H
	GESTÃO DE PROJETOS PARA RELAÇÕES PÚBLICAS	4H	22H	50H	72H
	PRODUÇÃO EM MÍDIA DIGITAL	4H	32H	40H	72H
	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	4H	32H	40H	72H
	PRODUTO PIEX	4H	72H	PIEX	PIEX
	TOTAL (SEM ELETIVA E SEM PIEX)				288H

QUADRO 9: DISTRIBUIÇÃO DE DISCIPLINAS ELETIVAS POR SEMESTRE

REGIME SEMESTRAL – DIURNO E NOTURNO – DISCIPLINAS ELETIVAS					
PERÍODO	DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA			
		SEMANAL	TEÓRICA	PRÁTICA	SEMESTRAL TOTAL
3º	OFICINA DE COMUNICAÇÃO E INTERAÇÃO SOCIAL				54H
4º	ETNOGRAFIA DA COMUNICAÇÃO				54H
5º	MÍDIA E DIREITOS HUMANOS				54H
6º	RELAÇÕES PÚBLICAS, TURISMO E MEIO AMBIENTE				54H
7º	LIBRAS – LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS				54H
8º ou 9º	GESTÃO DA COMUNICAÇÃO DE RISCO E CRISE				54H
	TOTAL				270H

20 EMENTAS E BIBLIOGRAFIA BÁSICA E COMPLEMENTAR

20.1 DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS DE CONTEÚDO ESPECÍFICO

DISCIPLINAS 1º PERÍODO

DISCIPLINA:	SOCIOLOGIA GERAL E DA COMUNICAÇÃO		
Eixo	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Estudo das principais teorias sociológicas com ênfase nos aspectos comunicacionais concernentes às Relações Públicas, de modo que ofereça ao aluno introdução nos estudos acerca das grandes matrizes teóricas que servem de referência ao pensamento em Comunicação.		
Objetivos	Promover o contato do aluno com os mecanismos que orientam o funcionamento da sociedade. Refletir a relação entre os meios de comunicação de massa e o modo de pensar e agir dos atores sociais. Discutir as principais implicações da cultura midiática e suas influências no campo social, compreendendo a complexidade das tecnologias de comunicação e seus impactos sobre as formas de sociabilidade.		
Bibliografia Básica	COHN, G. Sociologia da comunicação. Teoria e Ideologia. SP: Livraria Pioneira Editora, 1973. ECO, Umberto. Apocalípticos e Integrados. São Paulo: Perspectiva. NOVA, S. V. Introdução à Sociologia. São Paulo: Atlas, 2001		
Bibliografia Complementar	ADORNO, T.W.; HORKHEIMER, M.. Dialética do Esclarecimento. Tradução Guido de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985. CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999 COHN, G. Comunicação e indústria cultural. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977. GUIDDENS, A. Sociologia. São Paulo: Artmed, 2005 MARTÍN-BARBERO, J. Dos meios às mediações. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997		

DISCIPLINA:	FUNDAMENTOS TEÓRICOS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	
		Carga horária total:	72h
Ementa	Compreensão das origens, surgimento, evolução e atual estrutura da área de Relações Públicas, assim como reflexões acerca de seus conceitos básicos, compreendendo os princípios, teorias e função social das Relações Públicas.		
Objetivos	Compreender as Relações Públicas mediante a visão histórica sobre as origens, surgimento, evolução e atual estrutura da área. Provocar reflexões acerca dos conceitos básico das Relações Públicas, compreendendo seus princípios, teorias e função social.		
Bibliografia Básica	ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. Para entender Relações Públicas . 3a. edição, São Paulo, Loyola, 1983. GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A; FRANÇA, F. Relações Públicas : teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul, Difusão, 2009. SIMÕES, Roberto Porto. Relações Públicas : função política. 3a. ed. São Paulo, Summus, 1995.		
Bibliografia Complementar	ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. Psicossociologia das Relações Públicas . Rio de Janeiro, Vozes, 1975. FRANÇA, Fábio. Públicos : Como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul, Ed. Difusão, 2004. GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A; FRANÇA, F (org.) Relações Públicas : história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo, Ed. Saraiva, 2009.		

DISCIPLINA:	INTRODUÇÃO À MÉTODOS E TÉCNICAS DA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO		
Eixo:	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Introdução à pesquisa de forma a apresentar as complexidades do planejamento, da organização, da elaboração e do registro do conhecimento.		
Objetivos	Aprimorar a capacidade do estudante em produzir comunicação escrita nos diversos formatos, melhorando suas habilidades argumentativas e habilitando-o para adequações morfológicas dos diferentes tipos texto, incluindo o texto acadêmico.		
Bibliografia Básica	KOCH, Ingedore. Argumentação e linguagem. 2a edição. São Paulo: Cortez, 1977. BOOTH, W. C.; COLOMB, G. G.; WILLIAMS, J. M. A arte da pesquisa. São Paulo: Martins Fontes, 2000. GUEDES, Enildo Marinho et al. Padrão UFAL de Normalização. Maceió: EDUFAL, 2012.		
Bibliografia Complementar	ALCANTARA, Edson (Org.). Seminário de pesquisa: textos e exercícios como material de apoio a curso. Maceió: Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Alagoas, 1998 FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, F. Platão. Para entender o texto. São Paulo. Ática, 2002. _____. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Editora Ática, 2001. KLEIMAN, Ângela. Oficina de leitura: teoria e prática. São Paulo: Pontes, 1993. ORLANDI, Eni; OTONI, Paulo (Org.). O texto: leitura e escrita. São Paulo: Pontes, 1988.		

DISCIPLINA:	PSICOLOGIA APLICADA À COMUNICAÇÃO		
Eixo:	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Introdução à Psicologia. A relação homem, linguagem, comunicação sob o prisma dos processos psicológicos. A comunicação que se estabelece entre afetos, saberes e informação. A captura da linguagem socioafetiva pelos signos e símbolos. Processos psicológicos que se configuram: a empatia, o encontro, a identificação patológica, o narcisismo. A força das imagens e a psicologia. A publicidade e a percepção. A persuasão. Introdução à psicologia social. O papel do comunicador nos processos cognitivo. Utilização do instrumental das teorias psicológicas para o campo da comunicação.		
Objetivos	Compreender os vínculos fundamentais entre os processos psicológicos e o fenômeno da comunicação social. Entender o papel das estruturas e instrumentos psicológicos no modus operandi dos meios de comunicação e dos processos de recepção cognitiva da informação e da produção de conhecimento.		
Bibliografia Básica	CABRAL, Claude. Psicologia da comunicação e persuasão . Lisboa: Instituto Piaget, 2008. GUIMARÃES, Thelma de Carvalho. Comunicação e linguagem . São Paulo: Pearson Brasil, 2007. STROCCHI, Maria Cristina. Psicologia da comunicação . São Paulo: Paulus, 2007.		
Bibliografia Complementar	DAVIDOFF, Linda L. Introdução à Psicologia . São Paulo: Makron, 2000. FOUCAULT, Michel. Vigiar e punir: história da violência nas prisões . Rio de Janeiro: Vozes, 2007. GOFFMAN, Erving. A Representação do Eu na Vida Cotidiana . Rio de Janeiro: Vozes, 2006. LACAN, J. Obras completas . Rio de Janeiro: Martins fontes, 2003. RODRIGUES, Aroldo et al. Psicologia social . Petrópolis: Vozes, 2005. SIGMUND, Freud. Obras completas . Rio de Janeiro: Imago Editora, 2005.		

DISCIPLINA:	TENDÊNCIAS E DEBATES DA FILOSOFIA		
Eixo:	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Fundamentos da Filosofia moderna que influenciam a forma e a dinâmica das sociedades contemporâneas. Principais correntes filosóficas, autores e os principais debates filosóficos contemporâneos. Aprofundamento sobre questões polêmicas que envolvem aspectos éticos, tecnológicos, políticos, sociais, econômicos, culturais sob o ponto de vista filosófico. Debates e análise de fatos e temas que caracterizam a vida contemporânea e influencia a opinião pública.		
Objetivos	Municiar estudantes das principais concepções filosóficas que configuram o mundo moderno, identificando as principais correntes e autores. Estimular a análise aprofundada de temas e fatos, observando-os em seus diversos ângulos e perspectivas. Fomentar a capacidade de crítica da realidade e do mundo contemporâneo.		
Bibliografia Básica	BERMAN, Marshall. Tudo que é sólido desmancha no ar. São Paulo: Companhia Das Letras, 2007. CHOMSKY, Noam. Novos horizontes no estudo da linguagem e da mente . São Paulo: Ed. UNESP, 2002		

	WITTGENSTEIN, Ludwig. Investigações filosóficas. Petrópolis: Vozes, 2005.
Bibliografia Complementar	DELEUZE, Gilles. A lógica do sentido. São Paulo: Perspectiva, 2009. GIDDENS, Anthony. As consequências da Modernidade. São Paulo: Editora UNESP, 1991. MERLEAU-PONTY, Maurice. Fenomenologia da percepção. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011. PRADO JUNIOR, Caio. O que é Filosofia. Coleção: Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 1997. ROVIGHI, Sofia Vanni. História da Filosofia contemporânea: do século XIX a Neoescolástica. São Paulo: Loyola, 1999.

DISCIPLINAS 2º PERÍODO

DISCIPLINA	CULTURA, RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS E DIVERSIDADE		
Eixo:	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Cultura brasileira (negra, indígena, nacional, regional). Raça, etnia, classe, gênero. Diferença e identidade. Pensamento decolonial. Relações étnico-raciais e de gênero no Brasil. Feminismo, feminismo negro e indígena. Políticas públicas para igualdade racial. Diversidades sexuais e religiosas. Aporofobia, racismo e homofobia. Machismo, misoginia, mídia e poder.		
Objetivos	Apresentar aspectos da sociedade e da cultura brasileiras; Discutir marcadores sociais, razões para a desigualdade social brasileira; Refletir sobre o racismo, o machismo, a homofobia e outros preconceitos e seu enfrentamento; Estimular a reflexão crítica a partir da produção e veiculação de conteúdos em redes sociais e outros meios de comunicação.		
Bibliografia Básica	RIBEIRO, Darcy. Os brasileiros: teoria do Brasil . 8.ed. Petrópolis: Vozes, 1985. KABENGELE MUNANGA. Origens africanas do Brasil contemporâneo: histórias, línguas, culturas e civilizações . São Paulo: Global, 2009. LEITÃO, Heliane de Almeida Lins. Coisas do gênero: diversidade e desigualdade . Maceió: EDUFAL, 2011.		
Bibliografia Complementar	ALMEIDA, Sílvia. Racismo Estrutural. São Paulo, SP: Pólen, 2019. Ebook http://blogs.uninassau.edu.br/sites/blogs.uninassau.edu.br/files/anexo/racismo_estrutural_feminismos_-_silvio_o_luiz_de_almeida.pdf FREIRE, Paulo. Pedagogia da Indignação. São Paulo: Editora UNESP, 2000. Ebook https://cpers.com.br/wp-content/uploads/2019/09/11.-Pedagogia-da-Indignação%C3%A7%C3%A3o.pdf HOOKS, Bell. Ensinando a transgredir: a educação como prática da liberdade. 2. ed. São Paulo, SP: WMF Martins Fontes, 2017. Ebook https://www.academia.edu/28821531/ensinando_a_transgredir_a_educac%C3%A7%C3%A3o_como_pr%C3%A1tica_da_liberdade_pdf KOPENAWA, Davi; ALBERT, Bruce. A queda do céu: palavras de um xamã yanomami. Editora Companhia das Letras, 2019. Ebook https://documentacao.socioambiental.org/documentos/A_QUEDA_DO_CEU.pdf MBEMBE, Achille. Crítica da razão negra. Lisboa: Antígona Editores Refractários, 2014. Ebook		

DISCIPLINA:	OFICINA DE TEXTO EM COMUNICAÇÃO		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	22h
		Carga horária prática:	50h
		Carga horária total:	72h
Ementa	Linguagem e comunicação. Signo e significado. Elementos da comunicação e funções da linguagem. Variação da língua e preconceito linguístico. Texto e textualidade. Tipos e gêneros textuais. Gêneros informativos e opinativos. Linguagem jornalística e estrutura do texto informativo. Linha editorial e direcionamento ideológico dos textos nos veículos de comunicação. Linguagens das mídias digitais.		
Objetivos	Desenvolver a capacidade crítica e reflexiva dos alunos, bem como a competência comunicativa, estimulando a expressão oral e escrita a partir de atividades de leitura, interpretação e produção de textos nas suas várias modalidades.		
Bibliografia Básica	BATISTA, Ronaldo de O. e GUIMARÃES, Alexandre H. T. Linguagem, comunicação, ação : introdução à língua portuguesa. São Paulo: Avercamp, 2012. NASCIMENTO, Patrícia Ceolin do. Técnicas de redação em jornalismo : o texto da notícia. São Paulo: Saraiva, 2009. PLATÃO e FIORIN. Lições de texto : leitura e redação. São Paulo: Editora Ática, 2003.		
Bibliografia complementar	BAGNO, Marcos. Preconceito linguístico . São Paulo: Parábola Editorial, 2015. KOCH, Ingedore V. Desvendando os segredos do texto . São Paulo: Cortez, 2003. FIORIN, José Luiz. Argumentação . São Paulo: Contexto, 2016. MAINGUENEAU, Dominique. Análise de textos de comunicação . Trad. Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2002. VANOYNE, Francis. Usos da linguagem : problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 2000.		

DISCIPLINA:	TEORIAS DA COMUNICAÇÃO		
Eixo:	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Introdução ao conhecimento das teorias da comunicação através da leitura e compreensão das concepções históricas e representativas na área, considerando as teorizações sobre comunicação desde o início do século XX até os dias de hoje para a compreensão do panorama histórico-conceitual deste campo e as vinculações com os estudos e atividades das Relações Públicas.		
Objetivos	Propiciar ao estudante uma visão histórica e conceitual sobre as teorizações do campo da Comunicação. Compreender a definição do objeto de estudo da área e assim torná-la mais rigorosa e abrangente e ao mesmo tempo mais simples e compreensível em seus aspectos ontológicos, epistemológicos e gnosiológicos. Desenvolver habilidades e competências para a apreensão dos grandes temas, conceitos e paradigmas da comunicação.		
Bibliografia Básica	MARTIN-BARBERO, Jesús. Dos Meios às Mediações : Comunicação, cultura e hegemonia, Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001. MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria da comunicação : ideias, conceitos e métodos. 3.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012. WOLF, Mauro. Teorias das Comunicações de Massa . São Paulo: Martins Fontes, 2008.		
Bibliografia Complementar	ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados . São Paulo: Perspectiva, 1979. MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das mídias digitais : linguagens, ambientes, redes. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015. MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. História das teorias da comunicação . São Paulo: Loyola, 2007. MORIN, Edgar. Cultura de Massa no Século XX : o espírito do tempo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1977. NUNES, Aloísio. Teorias da Comunicação um Panorama Crítico e Comparativo . Maceió: Edufal, 2012. PEIRC E, C, S. Semiótica . São Paulo: Perspectiva, 1977. THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade : uma teoria social de mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.		

DISCIPLINA:	TEORIAS DAS ORGANIZAÇÕES PARA RELAÇÕES PÚBLICAS		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	
		Carga horária total:	72h
Ementa	Compreensão acerca do processo e do pensamento administrativo. Seu surgimento e as abordagens teóricas, oferecendo ao aluno uma visão transversal da Teoria Geral da Administração na sua relação com a evolução dos conceitos relativos às organizações, ao ser humano, ao meio ambiente e à sustentabilidade.		
Objetivos	Oferecer ao aluno compreensão acerca do processo e do pensamento administrativo de modo que lhe possibilite aplicá-lo no exercício de suas funções no segmento de Relações Públicas		
Bibliografia Básica	CHIAVENATO, I. Introdução à Teoria Geral da Administração . Edição Compacta. Rio de Janeiro: Campus, 2000. MORGAN, Gareth. Imagens da Organização . São Paulo: Atlas, 2002. MOTTA, F.C.P. & VASCONCELOS, I. Teoria Geral da Administração . São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.		
Bibliografia Complementar	DRUCKER, P. Sociedade Pós Capitalista . São Paulo: Pioneira, 1994. FERREIRA, Ademir Antonio. Gestão Empresarial: de Taylor aos nossos dias: evolução e tendências da moderna administração de empresas . São Paulo: Pioneira, 1997. KWASNICKA, E. L. Introdução à Administração . São Paulo: Atlas, 2002. MAXIMIANO, A. C. A Teoria Geral da Administração . São Paulo: Atlas, 2002. _____. Introdução à Administração . São Paulo: Atlas, 2000.		

DISCIPLINA:	COMUNICAÇÃO E CULTURA DIGITAL		
Eixo:	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	32h
		Carga horária prática:	40h
		Carga horária total:	72h
Ementa	Conhecimento teórico, histórico e filosófico da emergência da comunicação digital nas últimas décadas do século XX e a implicação desta transformação midiática na cultura, na sociedade e nas empresas. Treinamento prático das novas formas de comunicação digital através de atividades e grupais em laboratórios computacionais.		
Objetivos	Devolver a capacidade crítica e reflexiva acerca das formas emergentes da comunicação digital, favorecendo a elaboração de textos, hipertextos, e projetos teóricos acerca de temas contemporâneos da		

	cibercultura; estimular a criação e aplicação da comunicação digital na comunicação empresarial e institucional permeadas por um pensamento evolutivo, crítico, teórico e reflexivo.
Bibliografia Básica	ANTOUN, Henrique. (Org.). Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída . Rio de Janeiro: M53auad X, 2008. JENKINS, Henry. Cultura da Convergência . São Paulo: Aleph, 2009. LEMO, André. Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea . Porto Alegre: Sulina, 2010.
Bibliografia Complementar	ANDERSON, A. Cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho . Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. BOLTER, J.D; GRUSIN, R. Remediation: understanding new media . Cambridge: MIT Press, 1999. BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade . São Paulo: Aleph, 2009. CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura . São Paulo: Paz e Terra, 1999 (vol. 1 e 2). HABERMAS, J. Técnica e Ciência como "Ideologia" . Lisboa: Edições 70, 1987. HEIDEGGER, Martin. A questão da técnica . Petrópolis: Vozes, 2001. LEVY, Pierre. Cibercultura . São Paulo: Editora 34, 1999. MANOVICH, Lev. The language of New Media . Cambridge. MIT Press, 2001. MAYER-SCHONBERGER, Viktor; CUKIER, Kenneth. Big Data - como extrair volume, variedade, velocidade e valor da avalanche de informação cotidiana . Rio de Janeiro: Editora Campus, 2013. SHIRKY, Clay. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado . Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

DISCIPLINAS 3º PERÍODO

DISCIPLINA:	COMUNICAÇÃO E DISCURSO		
Eixo:	Comunicação		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Língua, discurso e ideologia. Contexto histórico da Análise do Discurso franco-brasileira. O tripé Linguística, Materialismo Histórico e Teoria do Discurso. Corpus, materialidades e sequências discursivas. Dispositivos teóricos e analíticos. Paráfrase, polissemia, ambiguidade e efeito metafórico. Efeitos de objetividade, neutralidade e imparcialidade no discurso midiático. A subjetividade no discurso jornalístico. Leitura discursiva das imagens. Discursividades no espaço virtual.		
Objetivos	Compreender o discurso na sua relação com os meios de comunicação, desvelando os sentidos (re)produzidos socialmente e assim contribuindo para o desenvolvimento do senso crítico dos sujeitos. Estudar o surgimento da Análise do Discurso francesa, bem como seus pilares no Brasil; Montar um <i>corpora</i> a partir de peças de comunicação e recortar sequências discursivas para análise; Descrever o funcionamento ideológico do discurso midiático e seus efeitos nas materialidades; Analisar a formação discursiva jornalística, relacionando ditos, não-ditos e silenciamentos, bem como apontar os interdiscursos circulantes no universo social.		
Bibliografia Básica	BRANDÃO, Helena H. N. Introdução à análise do discurso . Campinas/SP: Editora da Unicamp, 2004. CHAUÍ, Marilena. Simulacro e poder: uma análise da mídia . São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006. ORLANDI, Eni. Análise de discurso: princípios e procedimentos . Campinas/SP: Pontes, 2007.		
Bibliografia Complementar	FERREIRA, Maria C. L. (org.). Oficinas de Análise do Discurso: conceitos em movimento . Campinas/SP: Pontes, 2015. FIGARO, R.(org.). Comunicação e Análise do Discurso . São Paulo: Contexto, 2012. FOUCAULT, Michael. Microfísica do Poder . 2006. Rio de Janeiro: Graal, 2006. MITTMANN, Solange. Redes e significações no ciberespaço . In: ROMÃO, Lucília Maria Sousa e GASPAREL, Nádea Regina (Orgs.). Discurso midiático: sentidos de memória e arquivo . São Carlos: Pedro & João Editores, 2008. PÊCHEUX, Michel. O Discurso. Estrutura ou Acontecimento . 5. Ed., São Paulo: Pontes, 2002. _____. Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio . 5. Ed. Campinas-SP: Editora da Unicamp. 2016.		

DISCIPLINA:	LEGISLAÇÃO E ÉTICA EM COMUNICAÇÃO		
Eixo:	Comunicação		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h

Ementa	Compreensão das estruturas jurídicas que regem as atividades da profissão de Relações Públicas, e a conduta dos profissionais no exercício das suas atribuições. Reflexões acerca de: Estado democrático; direito natural e direito positivo; Constituição da República; direitos de manifestação; fato, ato e negócio jurídico; moral e sociedade; ética; ética profissional; normas jurídicas que dão sustentação às atividades de comunicação no Brasil; leis que regulamentam as diferentes profissões; Código de Defesa do Consumidor; Lei 5.377 e seus correspondentes decretos que regulamentam a profissão de Relações Públicas; Código de Ética da Profissão de Relações Públicas; deveres fundamentais do Profissional de Relações Públicas
Objetivos	Oferecer aos alunos o conhecimento necessário das estruturas jurídicas que regem as atividades da sua profissão, e a conduta dos profissionais no exercício das suas atribuições.
Bibliografia Básica	CÓDIGO DE ÉTICA DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS CONRERP 1ª REGIÃO. Legislação e Resoluções de Relações Públicas. 5ª Edição. Rio de Janeiro. Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas - CONRERP 1ª Região. CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA Brasil. Código de Defesa do Consumidor
Bibliografia Complementar	FISCHER, D. O. Direito de Comunicar . São Paulo, Brasiliense, 1989. MARANHÃO FILHO, Luiz. Legislação e comunicação . São Paulo, Ltr, 1995. PERUZZO, C. M. K. e KUNSCH, M. K. Transformação da comunicação : ética e técnicas. Vitória, Ufes/Intercom, 1995. SANTOS, R. Vadem-mecum da comunicação . São Paulo, Ed. Trabalhistas, 1991.

DISCIPLINA:	TEORIA E MÉTODOS DA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO PARA RP		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Análise do campo de pesquisa da comunicação, e mais especificamente das perspectivas teóricas das relações públicas, no que concerne aos aspectos epistemológicos, teóricos, metodológicos e institucionais que envolvem a construção dos seus objetos e problemas de investigação.		
Objetivos	Desenvolver conhecimentos acerca das teorias e metodologias fundamentais à elaboração de estudos científicos e pesquisas acadêmicas sobre comunicação, com ênfase nos estudos sobre Relações Públicas.		
Bibliografia Básica	LATTIMORE, Dan [et al.] Relações Públicas: profissão e prática . Porto Alegre: AMGH, 2012. Tradução: Roberto Cataldo Costa. BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação . São Paulo: Atlas, 2006. DENCKER, Ada de Freitas Maneti; DA VIÁ, Sarah Chucid. Pesquisa empírica em ciências humanas : com ênfase em comunicação. 2. ed. São Paulo: Futura, 2001.		
Bibliografia Complementar	GRUNIG, James E; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. Relações públicas : teoria, contexto e relacionamentos. 2. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011. MALHOTRA, N. K. et al. Introdução à Pesquisa de Marketing . São Paulo: Prentice Hall, 2005. BRAGA, José Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; MARTINO, Luiz Claudio (organizadores). Pesquisa empírica em comunicação . São Paulo: Paulus, 2010. (Coleção comunicação) "Livro Compós 2010". Coedição Paulus/Compós. DEMO, Pedro. Metodologia científica em ciências sociais . São Paulo: Atlas, 1995.		

DISCIPLINAS 4º PERÍODO

DISCIPLINA:	COMUNICAÇÃO E CULTURA ORGANIZACIONAIS		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	72
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72
Ementa	Reflexão, a partir das várias teorias administrativas, acerca do processo de socialização organizacional, o desempenho humano nas organizações, visando estratégias de projetos, programas e atividades de Relações Públicas nas organizações. Estudo dos seguintes temas: o trabalho e as pessoas; socialização, grupos e organizações; processo de socialização organizacional; a natureza e o escopo do comportamento organizacional; liderança, poder e comportamento organizacional; avaliação do desempenho humano; identidade do poder nas relações do trabalho; discussão metodológica sobre o desvendar da cultura de uma organização; gestão de conflitos organizacionais; cultura organizacional; mudança e transformação organizacional.		

Objetivos	Proporcionar ao aluno uma visão clara do comportamento humano e profissional nas organizações, enfatizando a comunicação interpessoal, o papel das pessoas nas organizações e sua inserção na cultura organizacional, abordando o conceito de conflitos, as mudanças contingenciais e a transformação organizacional.
Bibliografia Básica	DUBRIN, A.J. Fundamentos do Comportamento Organizacional . São Paulo: Thomson, 2003. SROUR, Robert Henry. Poder, cultura e ética nas organizações . 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2012. MORGAN, G. Imagens da Organização . São Paulo: ATLAS, 2002.
Bibliografia Complementar	CHANLAT, J.F. (Coord). O Indivíduo na Organização : Dimensões Esquecidas, V.III. São Paulo: Atlas, 1996. CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas: O Novo Papel dos Recursos Humanos nas Organizações . Rio de Janeiro: Campus, 1999. DAVIS, K. & NEWSTROM, J.W. O Comportamento Humano no Trabalho ; V.I. São Paulo: Thomson Learning, 2002. FREITAS, M.E. Cultura Organizacional: Formação, Tipologias e Impacto . São Paulo: Makron Books, 1991. MAXIMIANO, A. C.A. Teoria Geral de Administração . São Paulo: Atlas, 2002.

DISCIPLINA:	MARKETING PARA RELAÇÕES PÚBLICAS		
Eixo:	Comunicação		
		Carga horária teórica:	32h
		Carga horária prática:	40h
		Carga horária total:	72h
Ementa	Conceito, evolução histórica e paradigma. Importância e escopo. Mercados: públicos; produtos (bens, serviços, ideias...) / marcas; trocas tangíveis e intangíveis; concorrência direta e indireta. Marketing mix - 4Ps/4As/4Es-2Vs. Pesquisas e sistemas de informação. Plano de marketing. RR.PP e Marketing: integração mútua. Aplicações da lógica mercadológica em setores relacionados diretamente com as RR.PP (Marketing de produtos comunicacionais, Marketing social, cultural, esportivo, de eventos...). Tendências contemporâneas, novas práticas e principais configurações atuais do marketing.		
Objetivos	Dotar os alunos, através da aquisição de um embasamento a nível teórico e prático, de uma postura crítica diante dos diversos conceitos teóricos, metodológicos e éticos do Marketing e das diversas Formas de Comunicação para o Mercado, associado ao desempenho organizacional, em relação com as áreas afins e a sociedade.		
Bibliografia Básica	KOTLER, Philip. Administração de marketing . São Paulo: Prentice Hall, 2000. OGDEN, James R.; CRESCITELLI, Edson. Comunicação integrada de marketing: conceitos, técnicas e práticas . 2. ed. São Paulo: Pearson, 2007. ISBN 9788576051404. VAZ, Gil Nuno. Marketing institucional: o mercado de ideias e imagens . 2ª ed. São Paulo: Pioneira, 2003.		
Bibliografia Complementar	BRUM, Analisa de Medeiros. Marketing como estratégia de gestão . Porto Alegre: L&PM, 1998. WRAGG, David. Relações públicas em marketing de venda: uma abordagem gerencial . São Paulo: McGraw Hill, 1989 SCOTT, David Meerman. As novas regras do marketing e de relações públicas . Rio de Janeiro: Campus, 2007. ROCHA, Ângela; CHRISTENSEN, Carl. Marketing: teoria e prática no Brasil . 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1999. FIGUEIREDO, Rubens (org.) Marketing político e persuasão eleitoral . 3ª ed. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, 2000. WOERNER, Joachim. Marketing para todos . São Paulo: Summus, 2000.		

DISCIPLINA:	PLANEJAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	32h
		Carga horária prática:	40h
		Carga horária total:	72h
Ementa	A disciplina se concentra na visão sistemática de planejamento, planejamento estratégico e planejamento de Relações Públicas, oferecendo conhecimentos teóricos e práticos para o desenho e a execução de planos, programas específicos de Relações Públicas e da Comunicação Organizacional.		
Objetivos	Possibilitar ao aluno uma visão sistemática de planejamento, planejamento estratégico e planejamento de Relações Públicas, proporcionando-lhes conhecimentos teóricos e práticos que lhes possibilitem traçar e executar planos, programas específicos da área de Relações Públicas e da Comunicação Organizacional/Corporativa. Possibilitar o conhecimento acerca do universo das organizações, a percepção de como se processa a comunicação com seus públicos e, sobretudo, demonstrar o caráter estratégico da atividade de planejamento. Desenvolver a habilidade de diagnosticar e planejar ações de comunicação, mostrando que o		

	planejamento é um processo.
Bibliografia Básica	ALBUQUERQUE, Adão Eunes. Planejamento das relações públicas . Porto Alegre: Acadêmica, 1983. KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada . 4. ed (revista, ampliada e atualizada). São Paulo: Summus, 2003. LUPPETI, Marcelia. Planejamento de comunicação : São Paulo: Futura, 2000.
Bibliografia Complementar	EVANGELISTA, Marcos Fernando. Planejamento de relações públicas . Rio de Janeiro: EDIOURO, 1983. CARVALHO, Horácio Martins. Introdução à teoria do planejamento . 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1979. KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). Obtendo resultados com relações públicas . 2. ed. revista e atualizada. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006. OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas . 17.ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2002 TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação : integrando teoria e prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009

DISCIPLINAS 5º PERÍODO

DISCIPLINA:	TEORIA DA OPINIÃO PÚBLICA		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Análise do surgimento do conceito de opinião pública de forma a desencadear reflexão sobre o seu desenvolvimento e o seu significado social na época moderna, identificando novas interpretações e teorias inéditas para compreender as suas novas tendências na sociedade contemporânea. Problematicar a função da opinião pública na época contemporânea, marcada pela superação das formas comunicativas de massa e pela difusão de formas digitais-interativas e simultâneas de trocas de informações, a partir das principais teorias da comunicação.		
Objetivos	Despertar a compreensão do aluno quanto à origem, desenvolvimento, significado e novas interpretações e teorias acerca do conceito de opinião pública, considerando também as novas tendências da sociedade contemporânea; os processos de formação midiáticos e a função da opinião pública na época contemporânea, marcada pela superação das formas comunicativas de massa e pela difusão de formas digitais-interativas e simultâneas de trocas de informações.		
Bibliografia Básica	HABERMAS, Jürgen. Mudança estrutural da esfera pública : investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003 DUARTE, Pedro Russi; AIRES NETO, Lauro Maranhão. Líderes de opinião no ambiente mediático : uma abordagem no campo da Comunicação. Porto Alegre: Entremeios, 2010. LIPPMAN, Walter. Opinião Pública . Rio de Janeiro: Vozes. 2008.VATTIMO, G. A sociedade transparente. Lisboa: Edições 70, 1989.		
Bibliografia Complementar	CASTELLS, M. A sociedade em rede . (A era da informação: economia, sociedade e cultura, vol.I). São Paulo: Paz e Terra, 1999. BRIGGS, A. e BURKER, P. Uma história social da mídia : De Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004. BOURDIEU. A opinião pública não existe . In: THIOLENT, Michel. Crítica metodológica, investigação social e enquete operária. 4. Ed. São Paulo: Polis, 19876. LIMA, A. Pesquisas de Opinião Pública : teoria, prática e estudo de caso. São Paulo: Novatec, 2017. CHAMPANGNER, Patrick. Formar a opinião : o novo jogo político. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.		

DISCIPLINA:	PUBLICIDADE E PROPAGANDA		
Eixo:	Comunicação		
		Carga horária teórica:	32h
		Carga horária prática:	40h
		Carga horária total:	72h
Ementa	Perspectiva histórica, conceituação e fundamentos teóricos da publicidade e propaganda. Estrutura e funcionamento de uma agência de publicidade e propaganda. Funções e divisões de trabalho dentro de uma agência de publicidade. O mídia e os departamentos de comercialização em jornais, rádio, TV etc. Relações anunciantes-mídia-conteúdo jornalístico/entretenimento. Funções socioeconômicas da atividade publicitária. Tipos de campanha: de varejo, institucional ou corporativa, ideológica e eleitoral. Marketing e o		

	composto de comunicação ou composto promocional (marketing direto, venda pessoal, força de venda, merchandising, publicidade e propaganda e relações públicas). Marketing político e marketing eleitoral, propaganda política e publicidade eleitoral. Publicidade off line e on-line. Propaganda institucional: ferramenta e ação estratégicas de Relações Públicas. Planejamento da campanha. Criação de mensagens. Técnicas de produção e difusão. Modos e instrumentos de avaliação de campanhas.
Objetivos	Dotar os alunos, através da aquisição de um embasamento teórico-prático, de uma postura crítica, como comunicador/relações públicas, consumidor e cidadão, diante dos diversos conceitos teóricos, metodológicos e éticos da Publicidade e da Propaganda e suas aplicações contemporâneas na sociedade.
Bibliografia Básica	BARBOSA, Ivan; PEREZ, Clotilde. (Orgs.). PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (Org.). Hiperpublicidade: atividades e tendências . São Paulo: Thomson Learning, 2007. 2 v. ISBN 8522106037 (broch.). São Paulo: Thomson Pioneira, 2007. vol. 1. Fundamentos e interfaces. vol. 2. Atividades e tendências. BONA, Nivea Canalli. <i>Publicidade e propaganda: da agência à campanha</i> . Curitiba: Intersaberes, 2012. 293p. SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática . 8ª ed. rev. e ampl. por Ismael Rocha Júnior e Luiz Fernando Dabul Garcia. São Paulo: Thompson, 2016.
Bibliografia Complementar	CORREA, Roberto. Planejamento de propaganda . 9ª ed. São Paulo: Global, 2004. COVALESKI, Rogério. Publicidade híbrida . Curitiba: Maxi, 2010. SILVA, Iara; TOALDO, Mariângela. Publicitários + Anunciantes: a dinâmica de uma relação complexa . Porto Alegre: Entremeios, 2010. GRACIOSO, Francisco; NAJJAR Eduardo Rienzo. <i>Propaganda institucional: nova arma estratégica da empresa</i> . 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006. TAHARA, Mizuho. Mídia . 8ª ed. São Paulo: Global, 2004.

DISCIPLINA:	ESTATÍSTICA APLICADA À PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS		
Eixo:	Formação Suplementar		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Compreensão das ideias básicas da metodologia estatística, fornecendo explicações sobre amostras, representação gráfica de dados amostrais, medidas descritivas, inferência, hipóteses, espaços amostrais, distribuição temas relacionados espaços amostrais, necessários à pesquisa de opinião pública e demais pesquisas na atividade de Relações Públicas.		
Objetivos	Preparar o aluno para construção de pesquisas necessárias à atuação das Relações Públicas		
Bibliografia Básica	MOORE, David s. A estatística básica e sua prática . 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2011 MALHOTRA, N. K. et al. Introdução à pesquisa de marketing . São Paulo: Prentice Hall, 2005. TRIVIÑOS, Augusto N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação . São Paulo: Atlas, 1987, 175p.		
Bibliografia Complementar	BOTTER, D.A., PAULA, G.A., LEITE, J.G., CORDANI, L.K. Noções de estatística – com apoio computacional. versão preliminar - agosto de 1996. São Paulo, Imeusp, 201p. NOETHER, G.E. Introdução à estatística: uma abordagem não-paramétrica . uma abordagem não-paramétrica. ed. Rio de Janeiro, Guanabara Dois, 1983. 258p MAGALHÃES M.N.; LIMA, A.C.P. Noções de probabilidade e estatística . 4ed. Edusp, São Paulo, 2002. 392p. (Wiley Series), 1990. WONNACOTT, T. H., WONNACOTT, R. J. Estatística Aplicada à Economia e à Administração . LTC, Rio de Janeiro, 1981.		

DISCIPLINA:	RELAÇÕES PÚBLICAS COMUNITÁRIAS E SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	32h
		Carga horária prática:	40h
		Carga horária total:	72h
Ementa	Contexto histórico da Sociedade civil e das relações públicas comunitárias. Conceitos de Sociedade Civil e processos internos para otimização da gestão da sociedade civil organizada. Movimentos sociais. Prestação de contas aos doares e investidores. Formação de parcerias com a sociedade civil e o empresariado. Responsabilidade social e balanço social. Redes de mobilização e engajamento entre ong's e os públicos.		
Objetivos	Proporcionar o acesso ao conhecimento produzido na Universidade, tornando-se um elemento multiplicador de ações sociais mediante exame de realidade, participação e gestão em programas dirigidos a pessoas, organizações ou instituições do Terceiro Setor.		

Bibliografia Básica	KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (orgs.). <i>Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora</i> . São Paulo: Summus, 2007. HENRIQUES, Márcio Simeone. <i>Comunicação e estratégias de mobilização social</i> . 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. MONTAÑO, Carlos; DURIGUETTO, Maria Lúcia. <i>Estado, classe e movimento social</i> . São Paulo: Cortez, 2011.
Bibliografia Complementar	ARENDT, Hannah. <i>A condição humana</i> . Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1991. BOBBIO, N. <i>O conceito de sociedade civil</i> . Rio de Janeiro: Graal, 1982 GIEHL, Pedro Roque, et al. <i>Elaboração de projetos sociais</i> . Curitiba: Inter saberes, 2015. PERUZZO, Cícilia M. Krohling. <i>Comunicação nos movimentos populares</i> . Petrópolis: Vozes, 1998. ZEPPELINI, Marcio. <i>Comunicação: visibilidade e captação de recursos para projetos sociais</i> . São Paulo: Zeppelini Editorial, 2011.

DISCIPLINA:	ESTÁGIO SUPERVISIONADO		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	
		Carga horária prática:	200h
		Carga horária total:	200h
Ementa			
Objetivos			
Bibliografia Básica			
Bibliografia Complementar			

DISCIPLINAS 6º PERÍODO

DISCIPLINA:	COMUNICAÇÃO PÚBLICA		
Eixo:	Geral		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Comunicação pública: conceitos, tendências e perspectivas. Relações de poder e comunicação entre Estado, mídia e sociedade. Processos da comunicação pública. Papel da comunicação pública política e governamental nas relações entre o Estado e a sociedade.		
Objetivos	Permitir aos alunos uma visão abrangente do papel das Relações Públicas no âmbito da administração pública no contexto da sociedade contemporânea. Aperfeiçoar a formação do discente para atuar em instituições públicas, estimulando o exercício da cidadania.		
Bibliografia Básica	CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede . 8. ed.. São Paulo: Paz e Terra, 2005. DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação Pública : Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo, Atlas, 2007. GOMES, Wilson. Transformações da política na era da comunicação de massa . 2. ed. São Paulo: Paulus, 2007.		
Bibliografia Complementar	CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança : movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. MARTINO, Luis Maura Sá. Teoria das mídias digitais : linguagens, ambientes e redes. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015. WEBER, Maria Helena, COELHO, Marja Pfeifer, LOCATELLI, Carlos (org.). Comunicação pública e política – pesquisa e práticas . Florianópolis: Insular, 2017. ZÉMOR, Pierre. La communication publique . Paris: Presses Universitaires de France, 3ed. 2005.		

DISCIPLINA:		PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA	
Eixo:		Formação Específica	
		Carga horária teórica:	20h
		Carga horária prática:	52h
		Carga horária total:	72h
Ementa	Compreensão acerca de: Filosofia da Ciência; pensamento ingênuo e pensamento racional; lógica formal e material; teoria do conhecimento; método científico; pesquisa científica. Pesquisa Social. Pesquisa Científica na área de Relações Públicas. Tipos de Pesquisa: exploratórias, descritivas e explicativas. Métodos quantitativos e métodos qualitativos. Conceitos, técnicas e parâmetros de sondagem de opinião. Categorias de <i>survey</i> . Elaboração de questionários. Amostragem. Coordenação e planejamento de sondagens de opinião. Pesquisa institucional. Pesquisas na área de RRPP. Planejamento e produção de pesquisa. Mensuração e avaliação de dados ou respostas.		
Objetivos	Tornar o estudante apto em analisar, gerenciar e executar pesquisas sobre preferências e tendências de opinião pública.		
Bibliografia Básica	GIL, Antonio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social . São Paulo, Ed. Atlas, 1994. HEGENBERG, Leonidas. Introdução à Filosofia da Ciência . São Paulo, Ed. Herder, 1982. RICHARDSON, Robert J.. Pesquisa Social. Métodos e Técnicas . São Paulo, Ed. Atlas, 1989.		
Bibliografia Complementar	FERRARI, Trujillo Alfonso. Metodologia da Pesquisa Científica . São Paulo, McGraw Hill, 1982. GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de Pesquisa . São Paulo, Ed. Atlas, 1994 HEGENBERG, Leonidas. Explicações Científicas . São Paulo, Ed. Herder: EDUSP, 1969. LAKATOS, E. Maria e all. Metodologia Científica . São Paulo, Ed. Atlas, 1989. LAMBERT e BRITTAN. Introdução à Filosofia da Ciência . São Paulo, Ed. Cultrix, 1972.		

DISCIPLINA:		MIX COMUNICACIONAL E MARCA	
Eixo:		Formação Específica	
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Marca e o título de estabelecimento: componentes, tipos, valor, identidade e personalidade; legislação; branding. O mix comunicacional ou composto de comunicação com especial atenção para a dimensão do seu espectro e as inter-relações entre seus componentes (Comunicação Global ou Complexa x Comunicação Globalizada ou Mundial. Atuais tendências das comunicações integradas de marketing e branding. A comunicação de marca de produto (bens/ serviços/ideias...) e/ou institucional, e seu gerenciamento: dimensões gerencial, social, semiótica e afetiva da marca (<i>brand equity</i> , marca como ser, <i>lovemarks</i> , força da marca, marca multissensorial, <i>brand content</i> e <i>branded content</i> ...).		
Objetivos	Dotar os alunos, através da aquisição de um embasamento a nível teórico e prático, de uma postura crítica diante dos diversos conceitos teóricos, metodológicos e jurídicos de concepção e utilização da marca e das formas de sua comunicação na sociedade contemporânea.		
Bibliografia Básica	AAKER, David. A. Marcas: Brand Equity gerenciando o valor da marca. São Paulo: Negócio, 1998. HILLER, Marcos. Branding: a arte de construir marcas . São Paulo: Trevisan, 2012. KAPFERER Jean-Noel. As Marcas: Capital da Empresa . 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.		
Bibliografia Complementar	HETOCHINE, Georges. A derrota das marcas, como evitá-la? São Paulo: Makron Books, 1999. EIN, Naomi. Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido . Rio de Janeiro: Record, 2002. ANDSTROM, Martin. Brandsense: a marca multissensorial . Porto Alegre: Bookman, 2007. BERTS, Kevin. Lovemarks: o futuro além das marcas . São Paulo: M. Books, 2004. ZZOLI, Jean Charles Jacques. A marca comercial-institucional – retrospectiva e prospecção. In BARBOSA, Ivan Santo, (Org.). Os sentidos da publicidade: estudos interdisciplinares . Thompson: São Paulo, 2005, p. 111-145. ZZOLI, Jean Charles Jacques. Marca: para além da concepção de branding. In: GOMES, Neusa Demartini, (Orga.). Fronteiras da publicidade: faces e disfarces da linguagem persuasiva . Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 84-108. ZZOLI, Jean Charles Jacques. Da necessidade da integração marca-management na constituição e na promoção coerente dos valores da marca: públicos internos e sinergia. In: MARCHIORI, Marlene, (Orga.). Contexto Organizacional Midiatizado. Coleção Faces da cultura e da comunicação organizacional, v. 8 . São Caetano, SP: Difusão. 2014. p. 139-168.		

DISCIPLINAS 7º PERÍODO

DISCIPLINA:	EVENTOS, CERIMONIAL E PROTOCOLO		
		Carga horária teórica:	20h
		Carga horária prática:	52h
		Carga horária total:	72h
Ementa	Planejamento de cerimonial: principais etapas. Práticas contemporâneas. Cerimonial, protocolo e ordem de procedência no poder público e privado. Eventos: meios de comunicação dirigida aproximativa. Relações Públicas, cerimonial e protocolo: usos e abusos.		
Objetivos	Capacitar alunos de relações públicas a planejar e realizar eventos públicos e privados. Capacitar alunos de relações a organizar e realizar o cerimonial de eventos.		
Bibliografia Básica	GIACAGLIA, Maria Cecília. Gestão estratégica de eventos : teoria, prática, casos e atividades. São Paulo: CENGAGE Learning, 2011. SILVA, Isabel Rodrigues da. Cerimonial e Protocolo . Porto Alegre. Comunicação Integrada Editores, 1995. ZANELA, Luis Carlos. Manual de Organização de Eventos . Editora Atlas, 2003.		
Bibliografia Complementar	ALLEN, Johnny; KRAMER, Adriana; TOLEDO, Marise Philbois (Trad.). Organização e gestão de eventos . Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2008. BETTEGA, Maria Lúcia (org.) Eventos e Cerimonial : simplificando as ações, 3 ed. Ver. Ampl. Caxias do Sul. Educs, 2004. CAMPOS, Luis Cláudio de A. Menescal Campos. Eventos : Oportunidade de novos Negócios. Editora Senac, 2002. CESCA, Cleuza G Gimenes. Organização de Eventos . São Paulo. Summus Editorial Ltda, 1997. CESCA, Cleuza G Gimenes. Organização de Eventos . São Paulo. Summus Editorial Ltda, 1997. LINS, Augusto Estellita. Etiqueta Protocolo & Cerimonial . Brasília. Linha Gráfica Editora, 1991. MARTIN, Vanessa. Manual Prático de Eventos . Editora Atlas, 2003. MIRANDA, Luiza. Negócios e Festas : Cerimonial e Etiqueta em Eventos. Editora Autêntica, 2001.		

DISCIPLINA:	DESENVOLVIMENTO ORIENTADO DE PROJETOS		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	54h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	54h
Ementa	Concepção e elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) que poderá ocorrer na forma de uma monografia ou na forma de um produto de Comunicação. Produção de projeto de TCC. Elaboração de artigo científico ou produto de comunicação em estágio inicial.		
Objetivos	Capacitar o estudante a desenvolver pesquisas acadêmicas ou elaborar produtos de Comunicação Social, obtendo assim experiência em levantar uma questão, articular teorias, aplicar técnicas, planejar e executar um projeto de pesquisa.		
Bibliografia Básica	BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge. Método e técnica de pesquisa em comunicação . São Paulo: Atlas, 2006. GUEDES, Enildo et al. Padrão Ufal de normalização . Maceió: Edufal, 2012. OTANI, Nilo; FIALHO, Francisco Antônio Pereira. TCC: Métodos e Técnicas . Florianópolis: Visual Books, 2011.		
Bibliografia Complementar	MARTINO, Luiz Mauro Sá. Métodos de pesquisa em comunicação : projetos, ideias, práticas. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018. LOPES, Maria Immacolata Vassalo. Pesquisa em comunicação : formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 2005. MALDONADO, Alberto Efendy et al. Metodologias de pesquisa em comunicação : olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: 2011. MELO, Jose Marques de. Teoria e metodologia da comunicação : tendências do século XXI. São Paulo: Paulus, 2014. UFAL. Regulamentação dos trabalhos de conclusão dos cursos de jornalismo e relações públicas da universidade federal de alagoas . Maceió: Universidade Federal de Alagoas, 2013. Disponível em < www.ufal.edu.br/unidadeacademica/ichca/RegulamentadoTCC_v2013.pdf >		

DISCIPLINA:	IDENTIDADE, IMAGEM E MEMÓRIA ORGANIZACIONAIS		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Compreensão dos processos, ações e meios relacionados à Memória institucional no âmbito das políticas, planejamento e práticas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.		
Objetivos	Analisar as relações entre Comunicação Organizacional, Relações Públicas, História e Memória Institucional. Identificar e compreender os processos, as ações e os meios próprios dessas áreas e nas interfaces que constituem entre si.		
Bibliografia Básica	LE GOFF, Jacques. História e memória . Campinas: Unicamp, 2003. NASSAR, Paulo. Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações . São Paulo: Difusão, 2007. VEYNES, Paul. Como se escreve a história . Lisboa: Edições 70, 1983.		
Bibliografia Complementar	NASSAR, Paulo (org). Memória de empresa: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações . São Paulo: Aberje, 2004. BURKE, Peter (org.). A escrita da história: novas perspectivas . São Paulo: Unesp, 1992. HOBSBAWN, Eric. Sobre história . São Paulo: Companhia das Letras, 1998. SARLO, Beatriz. Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva . São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: UFMG, 2007. THOMPSON, Paul. A voz do passado: história oral . Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.		

DISCIPLINAS 8º PERÍODO

DISCIPLINA:	RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	72h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	72h
Ementa	Reflexão sobre o papel das Relações Públicas Internacionais no contexto da globalização e sua prática aplicada a diferentes contextos geográficos e culturais. Compreensão da cultura nacional e da cultura organizacional como variáveis essenciais para entender a gestão dos negócios em diferentes países e nações.		
Bibliografia Básica	ARGENTI, Paul A. Comunicação empresarial . 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. GRANDE, Ildelfonso. Marketing Cross-Cultural . São Paulo: Thomson, 2007. PECEQUILO, Cristina Soreanu. Introdução às relações internacionais - tenas, atores e visões . 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.		
Bibliografia Complementar	FIGUEIRA, Ariane Roder; MELLO, Renato Cotta de. Negócios internacionais - perspectivas brasileiras . Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. CASTELLS, Manuel. O poder da comunicação . São Paulo: Paz e Terra, 2015. BLACK, Sam. Casos de relaciones públicas internacionales . Barcelona: Ediciones Gestión, 1998. BURNET, Andrew. 50 discursos que marcaram o mundo moderno . Porto Alegre: L&PM, 2017. HERZ, Mônica; HOFFMANN, Andrea Ribeiro; TABAK, Jana. Organizações Internacionais - história e práticas . 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015. JACKSON, Robert; SORENSEN, Georg. Introdução às Relações Internacionais . 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. JANUÁRIO, Rui; GAMEIRO, António. A globalização e a geopolítica internacional . Lisboa: Escolar, 2016. LATTIMORE, Dan et al. Relações públicas - profissão e prática . 3. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012. MAGNOLI, Demétrio. História da paz . 2. ed. São Paulo: Contexto, 2016. MATIAS, Eduardo Felipe P. A humanidade e suas fronteiras - do Estado soberano à sociedade global . 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2014. MINGST, Karen A.; ARREGUÍN-TOFT, Ivan M. Princípios de relações internacionais . 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. MORAES, Marcos Antonio de; FRANCO, Paulo Sérgio Silva. Geopolítica - uma visão atual . 4. ed. Campinas: Átomo, 2014. OLIVEIRA, Flávio Rocha de; MARQUES, Moisés da Silva. Introdução ao rito político - conceitos, análises e problemas . Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. ORDUÑA, Octavio Isaac Rojas. Relaciones públicas - la eficacia de la influencia . Madrid: Esic, 2012. _____. Teoria das relações internacionais . Rio de Janeiro: Alta Books, 2016. REYNOLDS, David. Cúpulas - encontros que moldaram o século XX . São Paulo: Record, 2013. SEITEL, Fraser P. Teoría y práctica de las relaciones públicas . 8. ed. Madrid: Pearson, 2002. SINGER, Paul. Curso de introdução à economia política . 17. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2015. SROUR, Robert Henry. Poder, cultura e ética nas organizações . 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. TORQUATO, Guadêncio. Comunicação nas organizações . São Paulo: Summus, 2015. WILCOX, Dennis L.; CAMERON, Glen T.; XIFRA, Jordi. Relaciones Públicas - estrategias y tácticas . 10. ed. Madrid: Pearson, 2012. XIFRA, Jordi; LALUEZA, Ferran. Casos de relaciones públicas y comunicación		

	corporativa. Madrid: Pearson, 2009.
--	-------------------------------------

DISCIPLINA:	GESTÃO DE PROJETOS PARA RELAÇÕES PÚBLICAS		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	20h
		Carga horária prática:	52h
		Carga horária total:	72h
Ementa	Construção e gerenciamento de projetos sobre produtos ou serviços de Comunicação Social para organizações civis, órgãos governamentais, agências de fomento, empresas, fundações, associações e outras instituições ou programas.		
Objetivos	Tornar o estudante capaz de produzir e gerenciar projetos de comunicação, concorrer a editais, desenvolver planejamento estratégico.		
Bibliografia Básica	HENRIQUES, Márcio S. et al. Comunicação e Estratégias de Mobilização Social . 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. KUNSCH, Margarida M.K. (org.) Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectivas . Volume 2. São Paulo: Saraiva, 2009. KERZNER, Harold. Gestão de projetos: as melhores práticas . 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.		
Bibliografia Complementar	COSTA, Maria Cristina Castilho. Gestão da comunicação: projetos de intervenção . São Paulo: Paulinas, 2009. MALAGODI, Maria Eugenia; CESNIK, Fábio de Sá. Projetos culturais - elaboração, aspectos legais, administração, busca de patrocínio . São Paulo: Escrituras, 2004. MARINO, Eduardo. Manual de avaliação de projetos sociais . São Paulo: Saraiva, 2003. MOLENA, Airton. A comunicação na gestão de projetos . Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011. VALLERIANO, Dalton L. Gerenciamento estratégico e administração por projetos . São Paulo: Makron Books, 2001.		

DISCIPLINA:	PRODUÇÃO EM MÍDIA DIGITAL		
Eixo:	Formação Suplementar		
		Carga horária teórica:	20h
		Carga horária prática:	52h
		Carga horária total:	72h
Ementa	Roteiro e produção de vídeos institucionais. Jornal institucional. Introdução à estética gráfica, princípios de diagramação, sistemas de composição tipográfica, tipologia, processos de impressão, o papel, a cor na mídia impressa, softwares de editoração.		
Objetivos	Oferecer teoria e prática dos produtos midiáticos, como jornal institucional, spots, diagramação		
Bibliografia Básica	COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2009. GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. Design Gráfico: do invisível ao ilegível. Rio de Janeiro: 2AB, 2000. WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer: noções de planejamento visual. São Paulo: Callis, 2005.		
Bibliografia Complementar	CAMPOS, Flavio de. Roteiro de cinema e televisão: a arte e a técnica de imaginar, perceber e narrar uma história. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2016. CARDOSO, Rafael (org.). O design brasileiro. São Paulo: Cosac Naify, 2005. GUIMARÃES, Luciano. A cor como informação. São Paulo: Annablume, 2000. LUPTON, Ellen. Pensar com tipos. São Paulo: Cosac Naify, 2010. VILLAS-BOAS, André. Produção gráfica para designers. 3. ed. Teresópolis, RJ: 2AB, 2011.		

DISCIPLINA:	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	22h
		Carga horária prática:	50h
		Carga horária total:	72h
	Assessoria de comunicação integrada. Histórico e Evolução. Culturas de assessoramento. Planejamento		

Ementa	(mercado de trabalho, áreas de assessoramento e especificidades, estrutura, produtos, serviços, principais Atividades). Planos de Comunicação. Comunicação internet. Assessoria de Imprensa: cultura e rotinas do ambiente jornalístico. Clipagem. Publicações; Redação de textos para os diversos veículos: release, comunicado, nota, convocação, <i>briefing</i> de campanha, sinopses, análises, discursos. Procedimentos e ética nos relacionamentos: assessor/ assessorado; assessor/impressa. Gestão da reputação e gerenciamento de crises e conflitos. Convocação e realização de entrevista coletiva. Treinamento para lidar com a mídia (<i>media training</i>). Avaliação e monitoramento de resultados.
Objetivos	Capacitar para a atividade de assessoria de comunicação, em suas diversas faces: da comunicação interna à comunicação externa.
Bibliografia Básica	DUARTE, Jorge (Org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia : teoria e técnica. São Paulo: Atlas, 2011. FERRARETTO, Elisa Kopplin e Luiz Artur. Assessoria de Imprensa : teoria e prática. São Paulo: Summus, 2009. KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas e comunicação integrada . São Paulo: Summus, 2003.
Bibliografia Complementar	BARBEIRO, Heródoto. Mídia training : como usar a imprensa a seu favor. São Paulo: Saraiva, 2008. FORNI, João José. Gestão de crises e comunicação . São Paulo: Atlas, 2013. LORENZON, Gilberto & MAWAKDIYE, Alberto. Manual de Assessoria de Imprensa . São Paulo: Editora Mantiqueira, 2003. TORQUATO, Gaudêncio. Tratado de Comunicação Empresarial . São Paulo: Thomson, 2004. VASCONCELOS, Luciene Ricciotti. Planejamento de comunicação integrada : manual de sobrevivência para as organizações do século XXI. São Paulo: Summus, 2009.

20.2 Ementas DISCIPLINAS ELETIVAS

DISCIPLINA:	OFICINA DE COMUNICAÇÃO E INTERAÇÃO SOCIAL		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	22h
		Carga horária prática:	32h
		Carga horária total:	54h
Ementa	Teoria e prática da oratória. Como preparar um discurso ou intervenção. Como persuadir. Apresentar, defender, atacar e debater ideias.		
Objetivos	Ensinar aos alunos as técnicas da oratória aplicada às relações públicas.		
Bibliografia Básica	ABREU, Antônio Suárez. A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção. 13. ed. Cotia, SP: Ateliê, 2009. PERELMAN, Chaim. Tratado de argumentação : a nova retórica. São Paulo: Martins Fontes, 1999. POLITO, Reinaldo. Como falar corretamente e sem inibições . São Paulo: Saraiva, 2006.		
Bibliografia Complementar	CHAIM. Retóricas . São Paulo: Martins Fontes, 1997. POLITO, Reinaldo. Como falar de improviso e outras técnicas de apresentação . São Paulo: Saraiva, 2006. SANTOS, Mário Pereira. Curso de oratória e retórica . São Paulo: Logos, 1960 WARAT, Luis Alberto. O ofício do mediador . Florianópolis: Habitus, 2001.		

DISCIPLINA:	ETNOGRAFIA DA COMUNICAÇÃO		
Eixo:	Formação Suplementar		
		Carga horária teórica:	32h
		Carga horária prática:	22h
		Carga horária total:	54h
Ementa	Teoria e pesquisa em Antropologia; dados, descrição e comparação; trabalho de campo e escrita etnográfica; experiência de observação participante; netnografia; questões éticas e participação política.		
Objetivos	Propiciar uma reflexão sobre aquilo que é considerado como característico do fazer antropológico: a pesquisa de campo e a elaboração de textos etnográficos. Destaque à chamada observação participante enquanto técnica de pesquisa privilegiada. Situar quanto ao método e aos primórdios da pesquisa de campo em Antropologia. Fornecer uma discussão bibliográfica que apresente instrumentos a serem utilizados em processos concretos de investigação na interface Antropologia e Comunicação.		
Bibliografia Básica	CARDOSO, Ruth (org.). 1986. A aventura antropológica: teoria e pesquisa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986. EVANS-PRITCHARD, E. E. Bruxaria, oráculos e magia entre os Azande. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.		
Bibliografia	BARROS, A. (org.) Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. DAMATTA, R. O ofício do etnólogo, ou como ter anthropological blues. Boletim do Museu Nacional, n. 27, maio, 1978, p.1-12. GEERTZ, C. O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa. Petrópolis: Vozes, 1997.		

Complementar	LAPLANTINE, François. A descrição etnográfica. São Paulo: Terceira Margem, 2002. ROCHA, A. C. e ECKERT, C., Etnografia da Duração: antropologia das memórias coletivas em coleções etnográficas. Porto Alegre: Marcavizual, 2013.
---------------------	--

DISCIPLINA:	MÍDIA E DIREITOS HUMANOS		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	54h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	54h
Ementa	Reflexão acerca da história, dos conceitos e fundamentos em direitos humanos e Políticas Públicas, compreendendo os direitos individuais e coletivos, direitos civis e políticos, a comunicação como um direito e seu papel na defesa e difusão dos direitos humanos, considerando as diversidades culturais e étnico-sociais nas organizações e a identificação de preconceitos e discriminações nesses ambientes.		
Objetivos	Desenvolver uma visão humanística e crítica sobre a importância do exercício da cidadania, da ação pública e o papel das Relações Públicas na defesa e a responsabilidade nos casos de violações de direitos pelos meios de comunicação e por organizações.		
Bibliografia Básica	BOBBIO, Norberto. A era dos direitos . Rio de Janeiro: Elsevier, 2004 FERREIRA, Lúcia; ZENAIDE, Maria de Nazaré; PEREIRA, Célia; SILVA, Itamar Nunes da (Org). Direitos humanos na educação superior : subsídios para educação em direitos humanos nas ciências sociais. João Pessoa: UFPB, 2010. RAMOS, Murilo César. Comunicação, Direitos Sociais e Políticas Públicas. In. MARQUES DE MELO, José, SATHLER, Luciano. Direitos à comunicação na Sociedade da Informação . São Paulo: UESP, 2005.		
Bibliografia Complementar	BENEVIDES, Maria Victória. A cidadania ativa : referendo, plebiscito e iniciativa popular. São Leopoldo-RS: Editora Unisinos, 2003 .BOLDT, Raphael; KROHLING, Aloísio. Direitos, fundamentais para quem? Mídia, direito penal e criminalização da pobreza. Revista dos Tribunais , São Paulo, v.99, n.893, p. [385]-405., mar. 2010 BRAGA, José Luiz. A sociedade enfrenta sua mídia : dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006. GUARESCHI, Pedrinho A.; BIZ, Osvaldo. Mídia, educação e cidadania : tudo o que você deve saber sobre mídia. Petrópolis, RJ. Vozes, 2005. SODRE, Muniz. Claros e escuros, identidade, povo e mídia no Brasil . Petrópolis: Vozes, 2000.		

DISCIPLINA:	RELAÇÕES PÚBLICAS, TURISMO E MEIO AMBIENTE		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	54h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	54h
Ementa	O mito do progresso e a crise ambiental; ciência, técnica e meio ambiente; desenvolvimento e sustentabilidade; a sociedade de risco; comunicação ambiental e a esfera pública verde; a visão sistêmica e as três funções básicas do jornalismo ambiental; jornalismo ambiental e relações empresariais; marketing verde e <i>greenwashing</i> ; as conferências da ONU; a comunicação visual das problemáticas ambientais; temas relevantes para a comunicação ambiental: mudanças climáticas, consumo e resíduos sólidos, agricultura industrial e agroecológica, ameaças à biodiversidade, produção de energia, etc.		
Objetivos	A disciplina pretende, por um lado, apresentar aos alunos as características e as finalidades da comunicação ambiental, inserindo-a no contexto da sociedade contemporânea e, por outro, fazer com que eles entendam o que está por trás da crise ambiental vigente. Ela também pretende aprofundar e debater temas de interesse da comunicação ambiental.		
Bibliografia Básica	DUPAS, Gilberto. O mito do progresso : ou progresso como ideologia. São Paulo: Editora UNESP, 2006. LEFF, Enrique. Saber ambiental : sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2008. CAPRA, Fritjof. O ponto de mutação : a ciência, a sociedade e a cultura emergente. São Paulo: Cultrix, 2006.		
Bibliografia Complementar	CARVALHO, Anabela (org). As alterações climáticas, os média e os cidadãos . Coimbra: Grácio Editor, 2011. MEDEIROS, Priscila Muniz; GOMES, Isaltina Mello. A ciência e a técnica frente à questão da crise ambiental: apontamentos teóricos para o debate . Desenvolvimento e Meio Ambiente (UFPR), v. 38, p. 541-556, 2016. BUENO, Wilson da Costa. Comunicação, jornalismo e meio ambiente : teoria e pesquisa. São Paulo: Mojoara, 2007. LEFF, Enrique. Ecologia, capital e cultura: a territorialização da racionalidade ambiental . Petrópolis: Vozes, 2009 BECK, Ulrich. A Sociedade de Risco . São Paulo: Ed.34, 2010.		

	CORBETT, Julia. Communicating Nature: how we create and understand environmental messages. Washington: Island Press, 2006. COX, Robert. Environmental communication and the public sphere. Los Angeles: Sage, 2010. GIRARDI, Ilza; SCHWAAB, Reges. Jornalismo ambiental: desafios e reflexões. Porto Alegre: Dom Quixote, 2008. FROME, Michael. Green Ink: uma introdução ao jornalismo ambiental. Curitiba: UFPR, 2008. VEIGA, José Eli da. Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XIX. Rio de Janeiro: Garamond, 2005. VIOLA, Eduardo. O movimento ecológico no Brasil (1974-1986): do ambientalismo à ecopolítica. In: Pádua (Org.). Ecologia & política no Brasil. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo: IUPERJ, 1987. 211p.
--	--

DISCIPLINA:	LIBRAS - LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS		
Eixo:	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	20h
		Carga horária prática:	34h
		Carga horária total:	54h
Ementa	Situando os estudos das línguas de sinais no campo dos estudos linguísticos, compreendendo os processos cognitivos e linguísticos e suas relações com o cérebro e a língua de sinais. Introdução a tópicos de linguística aplicados à língua de sinais: fonologia e morfologia.		
Objetivos	Compreender a língua de sinais no campo dos estudos linguísticos.		
Bibliografia Básica	MOURA, M. C.; LODI, A. C.; PEREIRA, M. C. (Eds). Língua de sinais e educação do surdo. Sociedade Brasileira de Neuropsicologia (SBNp). São Paulo, 1993. QUADROS, R. M. de. Educação de surdos: a aquisição da linguagem. Porto Alegre: Artmed, 1997. QUADROS, R. M. de; KARNOPP, L. Língua de sinais brasileira: estudos linguísticos. Artmed: Porto Alegre, 2004.		
Bibliografia Complementar	ICKOK, G.; BELLUGI, U.; KLIMA, E. How does the human brain process language? New studies of deaf signers hint at an answer. Scientific American, INC, 2002. KLIMA, E.; BELLUGI, U. The signs of language. Cambridge: Harvard University Press, 1979. QUADROS, R. M. de; VASCONCELLOS, M. L. B. de (Org.). Sign Languages: spinning and unraveling the past, present and future. Forty five papers and three posters from the 9 Theoretical Issues In Sign Language Research Conference, Florianópolis, Brasil, Dez. 2006. Disponível em: <http://editora-arara-azul.com.br/portal/index.php/e-books/pesquisas-em-estudos-surdos/item/109-sign-lang-uages>. Acesso em: 27 jan. 2014. STOKOE, W. Sign and Culture: a reader for students of American Sign Language. Listok Press, Silver Spring, MD, 1960.		

DISCIPLINA:	GESTÃO DA COMUNICAÇÃO DE RISCO E CRISES		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	24h
		Carga horária prática:	30h
		Carga horária total:	54h
Ementa	Conceitos do que é crise e do que é problema. Crises com seus diversos públicos. Comportamento do consumidor. Comitê Emergencial. Comunicação como ferramenta estratégica. Relacionamento com a mídia. Porta-voz e sua responsabilidade. O ambiente da imprensa. Análise de áreas vulneráveis em uma organização. Público Interno. Crise e mídias digitais. Estudo de casos.		
Objetivos	Conhecer o que é crise e o que é problema. Identificar oportunidades e promover estratégias de relacionamento com a mídia e de comunicação na construção da imagem e da identidade organizacional. Conhecer o processo de montagem de comitê emergencial. Identificar quais as áreas e situações mais vulneráveis em uma organização. Como treinar e porque designar porta-vozes. Prevenção e administração de crises no ambiente empresarial. Conhecer estratégias do que fazer durante a crise e após sua solução ou contenção. Execução de um plano emergencial.		
Bibliografia Básica	BARBEIRO, Heródoto. Crise e Comunicação Corporativa. São Paulo, Editora Globo, 1ª Edição - 2010 DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk. Relações Públicas: Quem sabe, faz e explica. EDIPUCRS, 1ª edição, 2007, Porto Alegre, RS. KUNSCH, Margarida M.K. (org.) Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. São Caetano do Sul, SP, Difusão, 2009.		
Bibliografia Complementar	KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. Summus Editorial, 2ª edição, 2002. REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Comunicação empresarial / comunicação institucional. Conceitos, estratégias, sistema, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Ed. Summus, 1986. ROSA, Mário. A era do escândalo: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem. São Paulo: Geração Editorial, 2003 TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática. São Paulo: Ed. Atlas, 2007: Prefácio32.		

DISCIPLINA:	ESTÉTICA DA COMUNICAÇÃO		
Eixo:	Comunicação		
Pré-requisito:	Carga horária teórica:		54h
	Carga horária prática:		-
	Carga horária total		54h
Ementa	O que é estética. As concepções de estética na Filosofia. A estética para além das artes. As artes no contexto comunicacional. Fenômenos estéticos e cultura de massa. Interpretações Estéticas da Indústria Cultural. A crítica dos produtos midiáticos. Análise das "linguagens" plásticas contemporâneas. Princípios estéticos aplicáveis aos meios de comunicação de massa (mídias impressa, sonora, audiovisual, eletrônica, digital). Reconfigurações no campo da arte e da experiência estética a partir do advento da cultura de massas. A arte e a reprodutibilidade técnica; a obra de arte como mercadoria. Transformações no circuito produção-circulação-consumo de objetos artísticos. Fronteiras entre arte de elite e cultura de massas. Cultura urbana. Crítica da Cultura de Massa. Produtos midiáticos.		
Objetivos	Introduzir o estudante no universo das artes da comunicação. Explicitar a mudança no conceito de arte e de artista após o advento da reprodutibilidade técnica. Esclarecer e auxiliar o estudante na tarefa de reconhecimento do processo evolutivo das formas estéticas comunicacionais. Municar a crítica da indústria cultural e relativizar a nocividade da cultura de massa.		
Bibliografia Básica	GUIMARÃES, César. Comunicação e experiência estética . Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003 PAREYSON, Luigi. Os problemas da estética . São Paulo: Martins Fontes, 1989. SUASSUNA, Ariano. Iniciação à estética . 9. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008.		
Bibliografia Complementar	BAYER, Raymond. História da Estética . Lisboa: Editorial Estampa, 1995. BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. Em: Lima, Luiz Costa. (org.). Teoria da Cultura de Massa . Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. pp. 207 a 240. EAGLETON, Terry. A ideologia da estética . Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993. HEIDEGGER, Martin. A Origem da Obra de Arte . Lisboa: Edições 70, 2000. KELLNER, Douglas. A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno . Bauru, SP, EDUSC, 2001. MARCUSE, Herbert. A Dimensão Estética . Lisboa: Edições 70, 2000. PARRET, Herman. A Estética da Comunicação – Além da Pragmática . Campinas: Unicamp, 1998. SANTAELLA, Lúcia. Estética de Platão à Peirce . São Paulo: Experimento, 1999. SANTAELLA, Lúcia. Matrizes da Linguagem e do Pensamento: sonora, visual e verbal . São Paulo: Iluminuras, 2001. TOLSTÓI, Leon. O Que é Arte? São Paulo: Experimento, 1994. SHUSTERMAN, Richard. Vivendo a Arte . São Paulo: Cia. das Letras, 1998. VAZQUEZ, Adolfo Sanchez. Convite a Estética . Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.		

DISCIPLINA:	COMPORTAMENTO E DEFESA DO CONSUMIDOR		
Eixo:	Formação Suplementar		
	Carga horária teórica:		54h
	Carga horária prática:		-
	Carga horária total:		54h
Ementa	Introdução ao estudo da Psicologia do Consumidor, considerando o estudo dos estímulos que levam os receptores a aderir mensagens propostas pela Publicidade e Propaganda. Inscrição da propaganda e da publicidade no inconsciente coletivo e sua significação na cultura contemporânea.		
Objetivos	Possibilitar ao aluno uma visão geral sobre a Psicologia do Consumidor, habilitando-o a compreender conceitos, teorias e pesquisas relacionadas ao comportamento de consumo, principalmente aquelas relacionadas diretamente ao campo da Publicidade e Propaganda, assim como os aspectos éticos envolvidos nas pesquisas e na defesa dos consumidores.		
Bibliografia Básica	COBRA, Marcos. Marketing Básico . São Paulo: Atlas, 1997. SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática . São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002. SOLOMON, Michael B. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo . Porto Alegre: Artemed, 2008.		
Bibliografia Complementar	ENGELS, James; BLACKWELL, Roger & MINIARD, Paul M. Comportamento do Consumidor . Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S/A, 2001. GADE, Christiane. Psicologia do Consumidor e da Propaganda . São Paulo: EPU, 1998. SAMARA, Beatriz Santos & MORSCH, Marco Aurélio. O comportamento do consumidor: conceitos e casos . São Paulo: Prentice Hall, 2007. KASAKLIAN, Eliane. Comportamento do Consumidor (2.ª ed.) . São Paulo: Atlas, 2004. LIMEIRA, Tânia M. Vidigal. O comportamento do consumidor brasileiro . São Paulo: Saraiva, 2008.		

DISCIPLINA:	COMUNICAÇÃO, GÊNERO E OS FEMINISMOS		
Eixo:	Suplementar		
	Carga horária teórica:		54h
	Carga horária prática:		

		Carga horária total:	54h
Ementa	Introdução ao debate de gênero; introdução ao debate sobre as diferentes práticas feministas; contextualização histórica dos movimentos sociais da segunda metade do século XX e sua relação com os debates de gênero e feminismos. Rupturas com o paradigma marxista e reconfiguração dos debates de gênero e dos feminismos. Os discursos pós-modernos, a implosão do conceito de gênero e as múltiplas leituras feministas.		
Objetivos	Pensar o debate de gênero e dos feminismos na nossa sociedade, enfatizando a visibilidade desses discursos nos diferentes meios de comunicação. Discutir as estratégias discursivas que naturalizam a desigualdade de gênero; analisar os lugares sociais e de autoria da produção de um dado lugar para as mulheres; problematizar as definições dos papéis de gêneros na mídia digital; discutir de que maneira a mídia de um modo geral influencia na constituição e disciplinarização dos papéis de gênero; analisar a influência da mídia feminista na formação das subjetividades femininas da atualidade.		
Bibliografia Básica	BEAUVOIR, Simone de. O segundo sexo. vol. 1 e vol. 2. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980. BUTLER, Judith. Problemas de Gênero: Feminismo e subversão da identidade. Tradução: Renato Aguiar. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010. SACRAMENTO, Sandra. Gênero, identidade e hibridismo cultural: enfoques possíveis. Ilhéus, BA: Edillus, 2009.		
Bibliografia Complementar	ALBUQUERQUE, Aucione Fabiana de. As Marias que se movimentam: o descaminho do movimento de mulheres na luta pela igualdade de gênero, direitos e políticas públicas em Maceió-AL (monografia de especialização em serviço social, Direito e Política Pública- UFAL e Faculdade de Serviço Social, Programa de Pós-graduação em Serviço Social, 2009. BLAY, A. Eva. Igualdade de Oportunidades para as mulheres. Um caminho em construção". 2002. São Paulo. Editora Humanitas, 2002. BRANDÃO, Izabel. Gênero e outros lugares: poética e espaços interdisciplinares: Maceió, EDUFAL, 2009 SCOTT, Joan. "Gender: A Useful Category of Historical Analysis". Gender and the Politics of History. New York: Columbia University Press. 1989. Tradução de Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila, gentilmente autorizada por Joan W. Scott. SOS Corpo. Recife, 1995.		

DISCIPLINA:	PESQUISA DE MERCADO		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	24h
		Carga horária prática:	30h
		Carga horária total:	54h
Ementa	Introdução à pesquisa de mercado. Métodos e modelos estatísticos. Métodos de pesquisas quantitativas e qualitativas sobre tendências de mercados. Análise do Comportamento do Consumidor Pesquisa em marketing e pesquisa de mercado. Natureza da pesquisa. Classificação e cruzamento de dados (primários e secundários). Diretrizes para elaboração de planos de comunicação.		
Objetivos	Tornar o estudante capaz de analisar ou gerenciar pesquisas orientadas de mercado visando o planejamento de ações, solução de problemas e tomadas de decisão organizacional. Compreender e produzir conhecimento estratégico a partir do cruzamento de informações de relatórios de pesquisa de mercado.		
Bibliografia Básica	MALHOTRA. Pesquisa de Marketing . Rio de Janeiro, 2006. SCHIFMAN, Leon G. Comportamento do Consumidor . Rio de Janeiro: LTC, 2000. TRUJILLO, V. Pesquisa de mercado qualitativa e quantitativa . São Paulo: Scortecci Editora, 2003.		
Bibliografia Complementar			

DISCIPLINA:	COMUNICAÇÃO E POLÍTICA		
Eixo:	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	54h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	54h
Ementa	Estudo dos referenciais acerca do funcionamento do sistema político nacional e reflexão crítica sobre o campo político e seus agentes. Discussão acerca de espaço público e sua relação com agenda pública, opinião pública e cultura política. Estudo acerca de partidos políticos e sistema partidário e sistemas eleitorais. Elementos constitutivos do Estado. Poderes e relações entre poderes. Política e consumo, concentrando-se no comportamento eleitoral. Marketing político.		
Objetivos	Oferecer ao futuro profissional os elementos para sua interação eficaz com as instituições políticas, assim como sua atuação nas instituições dos Poderes Executivo e Legislativo. Provocar no aluno visão crítica sobre esse campo e apresentar possibilidades de reflexão e pesquisa acerca das instituições e seus agentes.		
Bibliografia Básica	GIDDENS, Anthony. A terceira via: reflexões sobre o impasse político atual e o futuro da social-democracia. Rio de Janeiro: Record, 1998. CHAMPAGNE, Patrick. Formar a opinião. Petrópolis: Vozes, 1990. GOMES, Neusa Demartini. Formas persuasivas de comunicação política: propaganda política e publicidade eleitoral. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.		

Bibliografia Complementar	BARROS FILHO, C. Comunicação na Polis. Petrópolis: Vozes, 2002. GUIMARÃES, César e JUNIOR, Chico. Informação e democracia. Rio de Janeiro: UERJ, 2000. RUBIM, Antonio Albino Canelas. Comunicação e política. São Paulo: Hacker, 2000. TOURAINÉ, A.. O que é democracia? Petrópolis, Vozes, 1996. WEBER, Maria Helena. Comunicação e espetáculos da política. Porto Alegre: EDUFRGS, 2000.
----------------------------------	---

DISCIPLINA:	COMUNICAÇÃO E SAÚDE PÚBLICA		
		Carga horária teórica:	54h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	54h
Ementa	Comunicação e saúde pública. A mídia como agente social de saúde. A saúde como direito social. Produção de sentidos da saúde.		
Objetivos	A disciplina pretende, por um lado, apresentar aos alunos as características e as finalidades da comunicação ambiental, inserindo-a no contexto da sociedade contemporânea e, por outro, fazer com que eles entendam o que está por trás da crise ambiental vigente. Ela também pretende aprofundar e debater temas de interesse da comunicação ambiental.		
Bibliografia Básica	CAMPOS, Carla Andréa Costa Alves; SILVA, Luciano Bairos da (Co-autor); FERREIRA, Sônia Maria Soares (Co-autora). Comunicação em saúde: desafios dos pássaros e das flores. Maceió, AL: EDUFAL, 2018. SILVA, Maria Julia Paes da. Comunicação tem remédio: a comunicação nas relações interpessoais em saúde. São Paulo: Loyola, 2002. PAIM, Jaimilson Silva. O que é o SUS [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2009.		
Bibliografia Complementar	ALMEIDA FILHO, Naomar. O que é saúde [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2011. ARAÚJO, Inesita Soares. O campo da comunicação em saúde: contornos, interfaces e tensões. Intercom. Anais do Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM – 4 a 7/9/2013. BRASIL. Ministério da Saúde. Oficinas de educação em saúde e comunicação: vamos fazer juntos. Brasília: FUNASA, 2001 OLIVEIRA, Valdir C. A comunicação midiática e o Sistema Único de Saúde, Interface _ Comunicação, Saúde, Educação, v.4 , n.7, p.71-80, 2000. RIBEIRO, Ailton de lima. O Papel contributivo das organizações sociais para a excelência da gestão em saúde. In: Novos rumos para gestão pública. 2011. Acessado em 12-03-14. Disponível em: http://www.gespublica.gov.br/projetos-acoess/pasta.2009-07-15.5584002076/pasta.2011-12-05.4922726565/tema%203%20finalizado.PDF SCLIAR, Moacyr. História do conceito de saúde. In: Rev. Saúde Coletiva, RJ, 2007.		

DISCIPLINA:	CULTURA INDÍGENA E MEIOS DE COMUNICAÇÃO		
Eixo:	Suplementar		
		Carga horária teórica:	54h
		Carga horária prática:	
		Carga horária total:	54h
Ementa	Introdução ao conhecimento da cultura indígena através da pesquisa bibliográfica, fotografias e mídias audiovisuais. Análise da produção bibliográfica e de outros meios de comunicação de autoria indígena. Contextualização sobre a diversidade das aldeias para fins de questionamento ao discurso homogêneo que circula na sociedade. Estudo de caso de uma aldeia local para compreensão da experiência etnográfica na formação do profissional da comunicação e circulação de outros/novos discursos sobre o ser indígena.		
Objetivos	Problematizar os discursos que tematizam as culturas indígenas; analisar os discursos sociais criados pelos indígenas; fazer um levantamento de produções acadêmicas na biblioteca local sobre a cultura indígena e discutir o impacto dessa produção no conhecimento sobre essas comunidades étnicas.		
Bibliografia Básica	COSTA, Salmon Lucas Monteiro. Índio e agendamento: um olhar sobre as notícias veiculadas no Jornal Gazeta de Alagoas, Maceió, 2015. PEREIRA, Flávia Ruas Fernandes. No tempo que era tudo caboco: um estudo de caso sobre a construção das identidades étnicas entre os Wassu da aldeia cocal. Maceió- AL, 2006. SILVA JUNIOR, Aldemir Barros da. Aldeando sentidos: os Xucuru-cariri e o serviço de proteção aos índios no Agreste alagoano, 2007.		
Bibliografia Complementar	FERREIRA, Gilberto Geraldo. A educação dos Jiripanco: uma reflexão sobre a escola diferenciada dos povos indígenas de Alagoas, Maceió, 2009. KRAUS, Michael. Amizades assimétricas: Curt Unckel Nimuendaju (1883-1945) e o estabelecimento de contato com indígenas brasileiros. Revista Humboldt. Instituto Goethe, maio 2009. MORAIS, Diogo Costa de. O ensino de história indígena: uma análise de estudo sobre o indígena alagoano em uma escola de Maceió, 2014.		

	TACCA, Fernando de. O índio na fotografia brasileira: incursões sobre a imagem e o meio. História, ciências, RJ, v.18, n. 1, jan-mar. P. 191-223, 2011.
--	---

DISCIPLINA:	MIDIATIZAÇÃO E PROCESSO SOCIAL		
Eixo:	Suplementar		
		Carga horária teórica:	54
		Carga horária prática:	
		Carga horária total:	54
Ementa	Transformação da "sociedade dos meios" em "sociedade midiaticizada"; tecnologias, linguagem, cultura e novas formas de interações; produção, circulação e recepção; midiaticização, práticas e interações sociais; <u>midiaticização e estratégias de produção de sentidos; efeitos da midiaticização.</u>		
Objetivos	Pensar a midiaticização como um fenômeno que constitui e atravessa a sociedade - suas instituições, linguagens e atores - fazendo aparecer nova ambiência e novos regimes de funcionamento dos processos sociais. Examinar os mecanismos que transformam a "sociedade dos meios" em "sociedade midiaticizada", considerando a inscrição das tecnologias, na forma de meios e de operações que se configuram em dispositivos interacionais. Estudar os modos de funcionamento discursivo dos campos sociais, nos âmbitos <u>da produção, circulação e recepção.</u>		
Bibliografia Básica	ASTRO, Paulo César; FAUSTO NETO, Antonio; HEBERLÊ, Antonio; VERÓN, Eliseo; CORRÊA, Laura Guimarães; RUSSI, Pedro (Org.). A Rua no Século XXI: materialidade urbana e virtualidade cibernética. Maceió: EDUFAL, 2014. 261 p. BRAGA, José Luiz. A sociedade enfrenta sua mídia – dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo, Editora Paulus, 2006. MARTIN-BARBERO, Jesus. Os métodos: dos meios às mediações. In: Dos meios às mediações. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997. pp.9-17.		
Bibliografia Complementar	MARTINO, Luis Maura Sá. Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015. BRAGA, José Luiz et al. (organizadores). Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação / 2.ed. – São Leopoldo, RS: Ed. UNISINOS, 2019. BRAGA, José Luiz. Mediaticização como processo interacional de referência, in: FERRARA, Lucrécia D'Alessio. Comunicação mediações interações. São Paulo: Paulus, 2015. HJAVARD, Stig. A midiaticização da cultura e da sociedade. São Leopoldo-RS: Editora Unisinos, 2014.		

DISCIPLINA:	ESTRATÉGIAS DE RELACIONAMENTO COM A MÍDIA		
Eixo:	Formação Específica		
		Carga horária teórica:	54h
		Carga horária prática:	-
		Carga horária total:	54h
Ementa	Conhecimento teórico e prático acerca da criação e da manutenção de estratégias de relacionamento com a mídia, por intermédio de ação planejada.		
Objetivos	Desenvolveras teorias e as técnicas de criação e de manutenção das relações com a mídia e seus componentes, instrumentalizando e dando aos alunos a possibilidade de atuar e gerenciar nos diversos processos de veiculação de informações institucionais e na gestão de situações ligadas à mediação entre organizações/instituições e mídia.		
Bibliografia Básica	DUARTE, J. (org.) Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia. São Paulo: Atlas, 2003. FARIAS, L. A. de. A literatura de relações públicas - produção, consumo e perspectivas. São Paulo: Summus, 2004. FARIAS, L. A. de. Relações estratégicas com a mídia. In KUNSCH, M. M. K. Gestão estratégica de comunicação organizacional e de relações públicas. 2ª ed. S. C. do Sul: Difusão, 2009.		
Bibliografia Complementar	BARROS FILHO, C. Ética na comunicação. São Paulo: Summus, 2006. KUNSCH, M. M. K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada - edição revista, atualizada e ampliada. São Paulo: Summus, 2003. NOGUEIRA, N. Media training - melhorando as relações da empresa com os jornalistas - de olho no fim da comunicação social. São Paulo: Sultura, 1999. WOLF, M. Teorias das comunicações de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003.		

20.3 EMENTAS PIEX – CURRICULARIZAÇÃO EXTENSÃO

	PIEX 1 – COMUNICAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS		
Eixo:	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	-
		Carga horária	72h

		prática:	
		Carga horária total regional:	72h
Ementa	Capacitação, diagnóstico, planejamento, monitoramento e avaliação, sob a forma de elaboração de projetos, consultorias temáticas, acompanhamento, apoio e/ou orientação organizacional. Construção e fortalecimentos de políticas públicas e solução problemas locais, além da contribuição para o fortalecimento dos espaços democráticos, participativos e sociais do Estado de Alagoas.		
Objetivo	Utilizar a comunicação como mediadora dos objetivos sociais, estimular o exercício da participação social na construção da agenda pública, da sua implementação e avaliação.		
Bibliografia Básica	ANDRADE, Luiz Antônio Botelho; SILVA, Edson Pereira. A Universidade e sua relação com o outro: um conceito para extensão universitária. Educação Brasileira, v. 23, n. 47, p. 65-79, 2001. LIMA, Maria de Fátima Monte. No fio de esperança: políticas públicas de educação e tecnologias da informação e da comunicação. Maceió: EDUFAL, 2007. ZIMMERMAN, Artur; DIETRICH, Ana Maria (org.). Café com PP: novas abordagens de políticas públicas no Brasil. Santo Andre, SP: Universidade Federal do ABC, 2012.		
Bibliografia Complementar	AVRITZER, Leonardo. Experiência democrática, sistema político e participação popular. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2013. https://fpabramo.org.br/publicacoes/wp-content/uploads/sites/5/2017/05/experiencia-democratica.pdf BUFFA, E.; CANALES, P. R. Extensão: meio de comunicação entre universidade e comunidade. EccoS Revista Científica, São Paulo, v. 9, n.1, p. 157-169, jan./jun. 2007. COMUNICAÇÃO, hegemonia e contra-hegemonia. Salvador: EDUFBA, 2005. FREIRE, Paulo. Extensão ou Comunicação? Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983. RIBEIRO, Alexsandro Teixeira. Comunicação, política e atores coletivos. Ponta Grossa: Atena, 2020. https://www.finersistemas.com/atenaeditora/index.php/admin/api/ebookPDF/3505		

	PIEX 2 – COMUNICAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS		
Eixo:	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	-
		Carga horária prática:	72h
		Carga horária total regional:	72h
Ementa	Capacitação, diagnóstico, planejamento, monitoramento e avaliação, sob a forma de elaboração de projetos, consultorias temáticas, acompanhamento, apoio e/ou orientação organizacional. Construção de estratégias que permitam o melhoramento de processos ou relacionamentos e a solução de problemas de comunicação nos produtos e serviços oferecidos pelo governo municipal, estadual ou federal que garantem a satisfação das demandas da sociedade.		
Objetivo	Mediar o atendimento das demandas sociais e melhorar (divulgando e potencializando) o acesso a informações de projetos, programas e políticas públicas.		
Bibliografia Básica	AZEVEDO, Sérgio de; NABUCO, Ana Luiza (org.). Democracia participativa: a experiência de Belo Horizonte. Belo Horizonte: Leitura, 2008. OSBORNE, D; GAEBLER, T. Reinventando o governo: como o espírito empreendedor está transformando o setor público. 2ª ed. Brasília: M.H. Comunicação, 1994. PALUDO, Augustinho. Administração Pública. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.		
Bibliografia Complementar	ABREU, Júlio Cesar Andrade de. Gestão de políticas públicas, participação democrática e internet: inovação nos modelos de gestão no setor público. Brasília: Enap, 2017. https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/2882/1/48.pdf CASADEI, Eliza Bachega. A extensão universitária em comunicação para a formação da cidadania. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2016. https://static.scielo.org/scielobooks/zhy4d/pdf/casadei-9788579837463.pdf CASTELO BRANCO, Alba Lúcia; GUIMARÃES, Regina Guedes Moreira; ARAÚJO FILHO, Targino de. (org.). Extensão universitária: conceitos, métodos e práticas. Rio de Janeiro, v. 1, p. 41-55, 2003. GURGEL, R. M. Extensão Universitária: Comunicação ou domesticação? São Paulo: Cortez, 1986. FREIRE, Paulo. Pedagogia do oprimido. 46. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2007.		

PIEX 3 - COMUNICAÇÃO, ECONOMIA SOLIDÁRIO-CRIATIVA E ATIVISMO SOCIAL			
Eixo:	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	-
		Carga horária prática:	72h
		Carga horária total regional:	72h
Ementa	Ações de extensão no campo da inovação em gestão social e economia solidária e criativa. Capacitação, diagnóstico, análise de problemas, planejamento e intervenção em empreendimentos de economia solidária e criativa, negócios sociais, associações, cooperativas. Construção de estratégias que permitam a sustentabilidade de determinados segmentos sociais, fortalecendo suas organizações e solucionando problemas de comunicação com base em princípios de governança participativa, emancipação social e econômica e cooperação.		
Objetivo	Contribuir para emancipação de determinados segmentos sociais, estimulando a autonomia e as práticas comunicativas de grupos em desenvolvimento social.		
Bibliografia Básica	CARVALHO, Cícero Pércles de Oliveira. Economia popular: uma via de modernização para Alagoas. 4ª ed. Maceió: EDUFAL, 2010. PASTANA, Grace Irene Imbiriba. Economia solidária: educação & autonomia. Rio de Janeiro: Technoarte, 2011. OLIVEIRA, Fátima Bayma de (org.). Tecnologia da informação e da comunicação: desafios e propostas estratégicas para o desenvolvimento dos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.		
Bibliografia Complementar	CANDEIAS, Cezar Nonato Bezerra; MACDONALD, José Brendan; MELO NETO, José Francisco de (orgs.). Economia solidária e autogestão: ponderações teóricas e achados empíricos. Maceió: EDUFAL, 2005. MENDONÇA, Rosângela Miriam L.O; FIGUEIREDO, Márcia Câmara B. de (orgs). Economia criativa: práticas para inovação e desenvolvimento. Belo Horizonte: EdUEMG, 2019. (Ebook) http://eduemg.uemg.br/images/livros-pdf/catalogo-2019/economia_criativa.pdf SINGER, P. e SOUZA, A.R. (org.) A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego. São Paulo: Contexto, 2000. TIMÓTEO, Geraldo Márcio. Economia solidária e desenvolvimento social: perspectivas e desafios no contexto da educação ambiental. Campos dos Goytacazes: EdUENF, 2019. http://uenf.br/cch/lesce/files/2019/10/Livro-2-eBook.pdf VEIGA, Sandra Mayrink; FONSECA, Isaque. Cooperativismo: uma revolução pacífica em ação. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.		

PIEX 4 - COMUNICAÇÃO, ECONOMIA SOLIDÁRIO-CRIATIVA E ATIVISMO SOCIAL			
Eixo:	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	-
		Carga horária prática:	72h
		Carga horária total regional:	72h
Ementa	A Comunicação faz parte do processo de mobilização dos movimentos sociais, populares, do ativismo do trabalhador (operariado) através da história. Ela representa direitos humanos, representa a democracia pois, incorpora a noção de direitos coletivos. Concebe a dimensão comunicacional da cidadania. Capacitação, diagnóstico, análise de problemas, planejamento e intervenção de comunicação em movimentos sociais, populares, ongs e sindicatos.		
Objetivo	Situar a questão do direito à comunicação enquanto dimensão dos direitos humanos, da cidadania, da luta do trabalhador, desenvolvendo a comunicação numa perspectiva política e educativa.		
Bibliografia Básica	A JUSTIÇA do trabalho e suas histórias: os direitos dos trabalhadores no Brasil. Campinas, SP: UNICAMP, 2013. GOHN, Maria da Glória Marcondes. Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. PERUZZO, Cecília Maria Krohling. Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.		

Bibliografia Complementar	Assis, João Marcus Figueiredo de; Denise dos Santos (orgs). Cidadania, movimentos sociais e religião: abordagens contemporâneas. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2013. (Ebook) https://eduerj.com/?product=cidadania-movimentos-sociais-e-religiao-abordagens-contemporanea-s-ebook RAMOS, Murilo Cesar Oliveira; SANTOS, Suzy dos. Políticas de comunicação: buscas teóricas e práticas. São Paulo, SP: Paulus, c2007. PAULA, Cláudia Regina de. Educar para a diversidade: entrelaçando redes, saberes e identidades. Curitiba: Intersaberes, 2013. FREIRE, Paulo. Pedagogia do oprimido. 46. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2007. _____. Pedagogia da indignação: cartas pedagógicas e outros escritos. São Paulo: UNESP, 2000.
----------------------------------	--

PIEX 5 - PRODUTO			
Eixo:	Formação Geral		
		Carga horária teórica:	-
		Carga horária prática:	72h
		Carga horária total regional:	72h
Ementa	Organização de eventos, produção de comunicações científicas, produção artística, audiovisual, midiática. Protocolo e cerimonial público.		
Objetivo	Apresentar os resultados e desdobramentos dos projetos desenvolvidos ou apresentar produtos de assuntos relacionados.		
Bibliografia Básica	BUENO, Wilson da Costa (Org). Estratégias de comunicação nas mídias sociais . Barueri, SP: Manole, 2015. DUARTE, Jorge (Org). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica . 4. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2011. MATIAS, Marlene. Organização de eventos: procedimentos e técnicas . Rio de Janeiro: Editora Manole, 2007.		
Bibliografia Complementar	FREIRE, Paulo. Extensão ou comunicação? 13ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977. MANDUCA, Alexandre. Organização de eventos. REGIT, v. 1, n. 1, 2014. MOREIRA, Elizabeth H.; PONS, Mônica (orgs). Relações Públicas, Tecnologias e Públicos. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2013. https://repositorio.unisc.br/jspui/bitstream/11624/1821/1/Rela%C3%A7%C3%B5es%20p%C3%BAblicas%2C%20tecnologia%20e%20p%C3%BAblicos.pdf OLIVEIRA, Kadidja Valéria Reginaldo de. Planejamento e Organização de Eventos. Brasília: NT Editora, 2014. https://avant.grupont.com.br/dirVirtualLMS/arquivos/arquivosPorRange/0000000447/texto/570b1f67b995cd51da1e6f70911578bc.pdf VIEIRA, Ronaldo. Gestão do Conhecimento - Introdução e Áreas Afins. Curitiba: Editora Interciência, 2018.		

21 TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

O curso de Relações Públicas da Ufal apresenta recursos audiovisuais como datashows, possibilitando experiências mais completas em sala de aula. Sua infraestrutura conta com laboratórios de informática equipados com computadores para uso em disciplinas compartilhadas com o curso de Jornalismo. Para tanto, os computadores possuem programas de edição de texto e imagem, editoração de material impresso e digital, design gráfico, tabulação e

análise de dados. Através deles também é possível realizar pesquisas na internet, desenvolver planejamento e criar soluções de comunicação para projetos realizados no âmbito do curso.

Para o desenvolvimento da comunicação entre estudantes, docentes, servidores técnicos e a instituição, a Ufal passou a utilizar um sistema interno de ensino, o Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA). Nele é possível compartilhar material pedagógico com as turmas, além da criação de fóruns de debates que complementam o processo de ensino-aprendizagem em sala de aula. O sistema é mais um recurso adicional às atividades de ensino, ampliando as possibilidades já oferecidas pela instituição, como e-mail institucional, o Sieweb – Módulo Acadêmico e os Sistemas Integrados, que envolvem Atividades Acadêmicas (Sigaa), Patrimônio, Administração e Contratos (Sipac), Gestão e Recursos Humanos (SIGRH), e Administração dos Sistemas (Sigadmin). O AVA é o que possibilita maior interação e recursos de comunicação atualmente.

A Ufal também tem modernizado suas páginas oficiais na internet e as estratégias de comunicação utilizadas para se relacionar com os diferentes públicos. Além de uma página no portal institucional, o curso de Relações Públicas, por sua vez, tem utilizado a página oficial da Agência Experimental de Relações Públicas em uma plataforma de rede social para se comunicar com o público interno, especialmente os estudantes.

Esse tem se mostrado um recurso tecnológico importante no processo de ensino-aprendizagem na medida em que possibilita o acesso a informações para além da sala de aula, algo fundamental para a expansão dos conhecimentos compartilhados no âmbito do ensino. Por meio dessa página, os estudantes conhecem eventos, projetos e produções vinculadas ao curso, ampliando seu escopo de atividades.

Os usos das TICs no processo de ensino-aprendizagem variam conforme as especialidades de cada docente, bem como as demandas de disciplinas e estudantes. O que os servidores têm em comum, no entanto, é a busca pelo aprimoramento no uso de tais recursos para a melhoria na qualidade de ensino, que deve ser cada vez mais acessível e inclusivo. Assim, as TICs possibilitam não

apenas a execução do projeto pedagógico do curso como também garantem a acessibilidade digital e comunicacional, promovendo uma interação cada vez mais ampliada entre docentes e estudantes e assegurando o acesso a todos os materiais a qualquer momento e de qualquer lugar, integrando-se às demandas da sociedade contemporânea

22 AVALIAÇÃO NO CONTEXTO INSTITUCIONAL

A avaliação está regulamentada conforme resolução n. 25/2005 do CEPE/UFAL. Se constitui como elemento fundamental para a reorientação de práticas pedagógicas e reflexão sobre o próprio PPP, tornando-os mais adequados. No contexto do curso de Relações Públicas, essa avaliação é realizada através do acompanhamento do Projeto Pedagógico e pela avaliação de ensino/aprendizagem.

No Curso de Relações Públicas a avaliação é considerada um processo e é percebida como uma condição que torna mais dinâmica a ação pedagógica pela qual se procura identificar, aferir, investigar e analisar o desenvolvimento do discente, do professor e do curso, confirmando se a construção do conhecimento ocorreu de forma teórica e prática.

Sendo assim, se constitui como uma forma de poder verificar o alcance dos objetivos das disciplinas na medida que tem fundamentos filosóficos, psicológicos e pedagógicos apoiados no dinamismo, continuidade, integração, progressividade, abrangência, cooperação e versatilidade, procurando desenvolver as seguintes funções atribuídas para a avaliação:

Função diagnóstica: visa determinar a presença ou ausência de conhecimento e habilidades, providências para estabelecimentos de novos objetivos, retomada de objetivos não atingidos, elaboração de diferentes estratégias de reforço, sondagem, projeção e retrospectiva de situação de desenvolvimento do discente, dando-lhe elementos para verificar o que aprendeu e como aprendeu. Cada professor realiza essa função, tomando por base um levantamento com os alunos.

Função formativa: localiza deficiências na organização do ensino-aprendizagem, de modo a possibilitar reformulações no mesmo e assegurar o alcance dos objetivos. Para que a avaliação tenha o caráter formativo, trabalha-se a seleção dos objetivos e dos conteúdos das disciplinas, desenvolvendo o caráter multidisciplinar e interdisciplinar sempre buscando a participação dos discentes. No curso, procura-se saber o que avaliar e como usar os resultados, e para tanto estabelece critérios e objetivos dessa avaliação e os instrumentos que servirão como meio para esse fim.

O objetivo geral do processo de avaliação das disciplinas é de contribuir para o acompanhamento das atividades de ensino e gestão, oferecendo subsídios para a tomada de decisão, o redirecionamento das ações, a otimização e a excelência dos processos e resultados do Curso de Relações Públicas, além de incentivar a formação de uma cultura avaliativa e para a consolidação da formação do bacharel em Relações Públicas.

23 PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO NO PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

A avaliação de rendimento do aluno segue a resolução da UFAL, CEPE 25/2005, de 26 de outubro de 2005, como segue:

- (a) Avaliação Bimestral (AB), em número de 02 (duas) por semestre letivo;
- (b) Prova Final (PF), quando for o caso;
- (c) Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).;
- (d) Estágio Curricular Obrigatório.

Cada Avaliação Bimestral (AB) deverá ser limitada, sempre que possível, aos conteúdos desenvolvidos no respectivo bimestre e será resultante de mais de 01 (um) instrumento de avaliação, tais como: provas escritas e provas práticas, além de outras opções como provas orais, seminários, experiências clínicas, estudos de caso, atividades práticas em qualquer campo utilizado no processo de aprendizagem.

Em cada bimestre, o aluno que tiver deixado de cumprir 01 (um) ou mais dos instrumentos de avaliação terá a sua nota, na Avaliação Bimestral (AB) respectiva, calculada considerando-se a média das avaliações programadas e efetivadas pela disciplina.

Em cada disciplina, o aluno que alcançar nota inferior a 7,0 (sete) em uma das 02 (duas) Avaliações Bimestrais, terá direito, no final do semestre letivo, a ser reavaliado naquela em que obteve menor pontuação, prevalecendo, neste caso, a maior nota. A Nota Final (NF) das Avaliações Bimestrais será a média aritmética, apurada até centésimos, das notas das 02 (duas) Avaliações Bimestrais.

Será aprovado, livre de prova final, o aluno que alcançar Nota Final (NF) das Avaliações Bimestrais, igual ou superior a 7,00 (sete). Estará automaticamente reprovado o aluno cuja Nota Final (NF) das Avaliações Bimestrais for inferior a 5,00 (cinco). O aluno que obtiver Nota Final (NF) das Avaliações Bimestrais igual ou superior a 5,00 (cinco) e inferior a 7,00 (sete), terá direito a prestar a Prova Final (PF). A Prova Final (PF) abrangerá todo o conteúdo da disciplina ministrada e será realizada no término do semestre letivo, em época posterior às reavaliações, conforme o Calendário Acadêmico da UFAL. Será considerado aprovado, após a realização da Prova Final (PF), em cada disciplina, o aluno que alcançar média final igual ou superior a 5,5 (cinco inteiros e cinco décimos).

O cálculo para a obtenção da média final é a média ponderada da Nota Final (NF) das Avaliações Bimestrais, com peso 6 (seis), e da nota da Prova Final (PF), com peso 4 (quatro).

No Curso de Relações Públicas Bacharelado, a avaliação está condizente com a concepção de ensino-aprendizagem adotada pelo curso, relacionada à metodologia adotada para este PPP.

24 AVALIAÇÃO DO CURSO

A Lei de Diretrizes e Bases do Ensino, LDBEN, no seu art. 24, inciso V, considera o processo de construção do conhecimento contínuo e progressivo,

devendo a avaliação a ele se adequar. A aprendizagem, nesse sentido, comporta elementos de ordem subjetiva e objetiva e, portanto, deve privilegiar os aspectos qualitativos sobre os quantitativos.

A avaliação do projeto do curso tem, como função central, de obter informações sobre os avanços e as dificuldades de cada aluno, de modo a permitir ao professor planejar e replanejar o processo de ensino-aprendizagem. Como tal, deve ser instrumento de estímulo e promoção da aprendizagem, cabendo ao professor interpretar qualitativamente o conhecimento construído pelo aluno, considerando que esse conhecimento abrange as áreas cognitiva, afetiva e social.

O curso deverá realizar continuamente avaliação e revisão do projeto com vistas a engrandecer a formação do futuro profissional, de modo a potencializar suas habilidades e a expandir seus conhecimentos, destacando sempre uma formação voltada para as necessidades da sociedade, com articulação constante com as DCNs.

25 AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO

O processo de acompanhamento do desenvolvimento das atividades e das disciplinas do Curso ocorrerá por meio de duas atividades: Seminários de Preparação de Atividades (SPA), que envolvem todos os professores do Curso e se realizam antes da primeira semana de aulas do semestre letivo e o Seminário de Avaliação Semestral (SAS), com a participação dos professores e estudantes, organizados pelos respectivos períodos.

A Comissão de Autoavaliação do Curso de Relações Públicas/ICHCA avaliará anualmente de acordo com as dez dimensões previstas pelo SINAES, mediante o acompanhamento da Comissão Própria de Avaliação (CPA/UFAL). Observará cuidadosamente, nesse processo, os princípios gerais para a organização e estrutura do curso, definidos nas Diretrizes Curriculares do curso de Relações públicas.

A autoavaliação permitirá a geração de dados para elaboração/reelaboração ou implementação do PPC e, ainda, a previsão de ações

que implicam melhorias para o curso, que podem gerar dados para o Plano de Ação Pedagógica (PAP) do curso. A gestão do projeto político-pedagógico requer um acompanhamento sistemático, realizado de forma contínua por uma equipe designada pelo colegiado de curso e pelo NDE. Esta é uma condição para a concretização dos objetivos propostos. O processo deverá envolver professores, alunos, técnico-administrativos e, quando possível, profissionais interessados na realização de reuniões, encontros e oficinas, visando analisar o seu desempenho, fazer os ajustes necessários e o planejamento de ações que favoreçam o aperfeiçoamento da proposta.

Após análise dos dados coletados, cabe ao NDE: propor alterações no Projeto Pedagógico e/ou estrutura curricular pela avaliação constante do mesmo e a adequação do perfil profissional do egresso; indicar formas de incentivo ao desenvolvimento de atividades de oriundas de necessidades da graduação, afinadas com as políticas pública relativas à área do conhecimento; propor outros procedimentos e critérios para a auto avaliação do curso; convidar consultores *ad hoc* para auxiliar nas discussões do projeto, e levantar dificuldades na atuação do corpo docente do curso, que interfiram na formação do perfil profissional do egresso.

26 COMISSÃO PRÓPRIA DE AVALIAÇÃO (CPA)

A UFAL tem a sua Comissão Própria de Autoavaliação instituída em 2004, tendo o seu regimento interno aprovado em 17 de outubro de 2005, pela Resolução do Consuni nº 27-A/2005 e reformulado em 05 de novembro de 2012, pela Resolução do Consuni nº 53/2012.

No plano de autoavaliação da UFAL está inscrito como objetivo geral “o compromisso de contribuir para o acompanhamento das atividades de gestão, ensino, pesquisa e extensão, garantindo espaço à crítica e ao contraditório, oferecendo subsídios para a tomada de decisão, o redirecionamento das ações, a otimização e a excelência dos processos e resultados da UFAL, além de incentivar a formação de uma cultura avaliativa”.

Quanto aos objetivos específicos, registram-se:

- Envolver a comunidade acadêmica em todas as etapas do processo;
- Definir as diretrizes do processo avaliativo;
- Sistematizar e analisar coletivamente as informações;
- Identificar as forças de desenvolvimento e de deterioração organizacionais;
- Destacar potencialidades com vistas ao estabelecimento de prioridades;
- Propor estratégias para a superação das fragilidades evidenciadas;
- Ressignificar o sentido da práxis administrativa e acadêmica das diversas instâncias institucionais;
- Promover a articulação dos diversos níveis da instituição, no sentido de garantir uma visão de totalidade da UFAL e das partes que a constituem.

27 COLEGIADO DO CURSO

Os procedimentos a serem observados para composição do Colegiado de Cursos de Graduação na UFAL e suas atribuições estão estabelecidos nos Artigos 25 e 26 de seu Regimento Geral.

O colegiado do curso de Relações Públicas atuará realizando reuniões ordinárias e extraordinárias. O coordenador do curso instituirá a convocação ordinária do colegiado, no prazo de 48h e, nas convocações extraordinárias, 24h, para que todos os professores do curso participem dessa instância. Preferencialmente deverá ser adotado o caminho das discussões para solução de dissenso, buscando geralmente uma decisão por meio da construção de consenso e optando por votações com raridade.

As atas das reuniões e Resoluções do Colegiado ficarão na coordenação do colegiado. As decisões do colegiado são encaminhadas à Direção da Unidade Acadêmica – Instituto de Ciências Humanas Comunicação e Artes – para providências, quando assim for necessário.

As principais atividades do colegiado dizem respeito às seguintes questões: criação e apoio a Grupos de Estudo e Pesquisa, processos de afastamento de docentes, matrícula e situação de discentes, construção de horários e distribuição de disciplinas de professores, elaboração de concursos

docentes (pontos e disciplinas), discussão de marcos regulatórios para os discentes (Regras do TCC e manual de estágio) enviados pelo Núcleo Docente Estruturante, publicização de editais (PIBIP-Ação, PIBIC e outros), planejamento pedagógico e assegurando os interesses do curso diante das instâncias administrativas da Universidade.

De acordo com o Regimento Geral da Universidade Federal de Alagoas, o Colegiado de Cursos de Graduação tem o objetivo de coordenar o funcionamento acadêmico de Curso de Graduação, seu desenvolvimento e avaliação permanente, sendo composto de:

- 05 (cinco) professores efetivos, vinculados ao Curso e seus respectivos suplentes, que estejam no exercício da docência, eleitos em Consulta efetivada com a comunidade acadêmica, para cumprirem mandato de 02 (dois) anos, admitida uma única recondução;
- 01 (um) representante do Corpo Discente, e seu respectivo suplente, escolhido em processo organizado pelo respectivo Centro ou Diretório Acadêmico, para cumprir mandato de 01 (um) ano, admitida uma única recondução;
- 01 (um) representante do Corpo Técnico-Administrativo, e seu respectivo suplente, escolhidos dentre os Técnicos da unidade acadêmica, eleito pelos seus pares, para cumprir mandato de 02 (dois) anos, admitida uma única recondução.

O Colegiado terá 01 (um) Coordenador e seu Suplente (Vice Coordenador), escolhidos pelos seus membros dentre os docentes que o integram. O Regimento Geral da UFAL define que são atribuições do Colegiado de Curso de Graduação:

- 1) Coordenar o processo de elaboração e desenvolvimento do Projeto Pedagógico do Curso, com base nas Diretrizes Curriculares Nacionais, no perfil do profissional desejado, nas características e necessidades da área de conhecimento, do mercado de trabalho e da sociedade;
- 2) Coordenar o processo de ensino e de aprendizagem, promovendo a integração docente-discente, a interdisciplinaridade e a compatibilização da ação docente com os planos de ensino, com vistas à formação profissional planejada;

- 3) Coordenar o processo de avaliação do Curso, em termos dos resultados obtidos, executando e/ou encaminhando aos órgãos competentes as alterações que se fizerem necessárias;
- 4) Colaborar com os demais Órgãos Acadêmicos;
- 5) Exercer outras atribuições compatíveis.

28 NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE

A Ufal instituiu, através da Resolução Consuni/Ufal nº 52, de 05 de novembro de 2012, no âmbito de seus cursos de graduação os Núcleos Docentes Estruturantes(NDE), com base na Portaria MEC nº 147, de 02 de fevereiro de 2007; ao Parecer Conaes nº 04, de 17 de junho de 2010, que trata dos seus princípios, criação e finalidade, além da Resolução Conaes nº 01, de 17 de junho de 2010, que o normatiza e dá outras providências. O NDE é composto pelo mínimo de cinco membros, todos docentes com titulação de pós-graduação *stricto sensu* e de formação na área do curso

O NDE tem mandato de 3 (três) anos, possui atribuições acadêmicas de acompanhamento, do processo de concepção, consolidação e atualização contínua do Projeto Político-Pedagógico do Curso atuando como órgão consultivo e de assessoramento, ligado ao Colegiado do Curso.

Para a seleção dos professores participantes estes deverão se constituir em docentes com liderança acadêmica, conhecimento na área de relações públicas, atuação no ensino, pesquisa e extensão, bem como conhecimento de regulação educacional.Com base na Resolução 01/2010 da Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior (CONAES) e a Resolução Nº 52/2012-CONSUNI/UFAL, o Núcleo Docente Estruturante (NDE) tem por atribuições:

- contribuir para a consolidação do perfil profissional do egresso do Curso de Relações Públicas;

- zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino constantes no currículo;
- indicar formas de incentivo ao desenvolvimento de linhas de pesquisa e extensão, oriundas de necessidades da graduação, da evolução do mercado de trabalho e afinadas com as políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso;
- acompanhar e atuar no processo de concepção, consolidação, avaliação e contínua atualização do Projeto Político Pedagógico do Curso;
- zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Relações Públicas.

Atribuições e competências do coordenador do NDE:

- Dialogar formalmente com o Colegiado de Curso
- Convocar e presidir as reuniões;
- Encaminhar as propostas do NDE para o Colegiado e outras instâncias;
- Designar relator ou comissão para estudo de matéria a ser tratada pelo NDE;
- Designar um representante do NDE para secretariar e lavrar as atas.

Sobre a dinâmica e modo de funcionamento do NDE:

- As reuniões do NDE só podem ter início com quórum mínimo de 3 membros presentes;
- O NDE deverá reunir-se, ordinariamente, ao menos uma vez a cada bimestre e, extraordinariamente, sempre que convocado pelo seu Coordenador, por dois terços dos seus membros ou pelo Colegiado de Curso;
- A convocação de todos os seus membros é feita pelo Coordenador por e-mail ou mediante aviso expedido pela Secretaria da Unidade Acadêmica, com pelo menos 48 (quarenta e oito) horas úteis antes da hora marcada para o início da sessão com a pauta da reunião;
- Somente em casos de reuniões extraordinárias poderá ser reduzido o prazo de que trata o parágrafo anterior para 24 (vinte e quatro) horas, desde que todos os

membros do NDE tenham conhecimento da convocação e ciência das causas determinantes da sessão;

- O coordenador será substituído nas faltas e impedimentos pelo vice coordenador do NDE ou, na ausência dos dois, pelo membro mais velho (em termos de idade) do NDE;
- Diante da ausência não-justificada de qualquer membro do NDE por três reuniões consecutivas, qualquer componente do Núcleo poderá solicitar ao Colegiado do Curso a exclusão do faltante e eleição de um substituto;
- Em casos de licenças de qualquer membro por um período superior a 3 meses, o Colegiado de Curso poderá eleger um membro para assumir interinamente o cargo até o retorno do licenciado;
- As decisões do Núcleo serão tomadas por maioria simples dos presentes;
- Toda proposição que implique em mudanças no ordenamento curricular ou que altere o Projeto Pedagógico precisa ser enviada primeiramente para o NDE que emitirá um parecer e remeterá para avaliação do Colegiado do Curso;
- Toda proposição que implique em mudanças no ordenamento curricular ou que altere o Projeto Pedagógico precisa ter a aprovação simples do Colegiado de Curso, tendo o NDE um caráter consultivo e executivo neste processo.

O Curso de Relações Públicas tem indicado docentes para sua composição através do seu colegiado de curso. Portanto, considerando o Regimento Geral da Ufal, especificamente os artigos 25 e 26; e a Resolução Consuni/Ufal nº 52/2012. O NDE se reúne ao haver necessidade, para tratar das estruturas curriculares do PPC.

29 POLÍTICA DE APOIO AOS DOCENTES E TÉCNICOS

Com o intuito de apoiar o desenvolvimento do corpo de servidores da instituição, a Ufal propõe uma série de ações baseadas nas políticas e as diretrizes para o desenvolvimento de pessoal contidas no Decreto nº 5.707/06, de

26 de fevereiro de 2006. Estas devem guiar a atuação da instituição em diferentes níveis de gestão.

Entre os princípios adotados pela Ufal em sua política de gestão, estão: 1) Universidade socialmente referenciada; 2) Respeito à autonomia; 3) Prática da democracia; 4) Compromisso com a garantia de direitos e o cumprimento de deveres; 5) Promoção da transparência; 6) Fortalecimento da cidadania; e 7) Melhoria constante da nossa governança. É com base neles e em valores como compromisso ético, respeito, transparência, qualidade de vida e autonomia que os programas do PDI foram criados.

Nessa direção, a política de gestão de pessoas se pauta sobre as seguintes diretrizes: 1) Busca pelo aperfeiçoamento e desenvolvimento das competências do quadro de servidores; 2) Melhoria das relações e condições de trabalho; 3) Alinhamento com as políticas públicas nacionais e locais e, em especial, com os planos nacional e estadual de educação; 4) Vinculação ao planejamento institucional; 5) Promoção contínua da Qualidade de Vida no Trabalho; 6) Aprimoramento dos serviços prestados ao cidadão; 7) Alinhamento entre as competências dos servidores e os objetivos da instituição; 8) Contribuição para o equilíbrio entre o interesse público e o crescimento profissional do servidor; 9) Fortalecimento do senso de pertencimento e identidade do servidor e seu papel perante a sociedade; 10) Estabelecimento de cooperação com instituições públicas para o alcance dos objetivos institucionais; e 11) Fomento a ações voltadas para o desenvolvimento da capacidade gerencial da Universidade em seus diversos níveis.

Ancorado em princípios, diretrizes e valores que regem a organização como uma Instituição Federal de Ensino Superior (Ifes), o PDI da Ufal contém quatro programas de desenvolvimento de pessoal voltado para docentes e técnicos, a saber: 1) Programa de Capacitação e Aperfeiçoamento; 2) Programa de Formação Continuada em Docência do Ensino Superior (Proford); 3) Programa de Qualidade de Vida no Trabalho; e 4) Programa de Dimensionamento de Pessoal.

O primeiro programa visa criar oportunidades de capacitação para a ampliação do conhecimento e o desenvolvimento de competências individuais e

coletivas, impactando na atuação dos servidores como cidadãos, profissionais e gestores no âmbito do serviço público. Para tanto, o programa possui um Plano Anual de Capacitação (PAC) que disciplina as diretrizes e direciona o uso dos recursos disponíveis para o desenvolvimento de ações estratégicas de aprendizagem.

O PAC contempla algumas linhas de desenvolvimento institucional como iniciação ao serviço público, formação geral, gestão, inter-relação entre ambientes, e aprendizados específicos de acordo com a área de atuação do servidor. Com isso, a instituição entende que o investimento na capacitação dos servidores é uma forma eficiente e humanizada de incentivar e qualificar diferentes profissionais para uma atuação sintonizada com as demandas da sociedade contemporânea. Ao mesmo tempo, constitui-se como uma maneira de construir uma cultura organizacional capaz de motivar o público interno a trabalhar conjuntamente e harmonicamente em prol dos interesses coletivos.

O Proford, segundo programa listado, é direcionado para a formação docente, seguindo uma política de formação continuada nas diferentes modalidades que compõem os pilares da universidade: ensino, pesquisa, extensão e gestão. O programa atua tanto no início da carreira para os recém-empossados quanto em seu percurso durante e depois do estágio probatório, de modo que crie oportunidades de desenvolvimento ao longo da permanência do docente no quadro de servidores.

O Programa de Qualidade de Vida no Trabalho, terceiro dessa lista, compreende políticas voltadas para a saúde de uma forma ampla, abrangendo aspectos físicos, psicológicos e sociais. Considerando que fatores de diferentes ordens podem interferir no comportamento e bem-estar dos servidores, a Ufal constrói programas de desenvolvimento pessoal tendo como horizonte a elevação da qualidade de vida no trabalho. Para tanto, foi criada a Coordenação de Qualidade de Vida no Trabalho (CQVT), cujas principais ações têm priorizado o combate ao assédio moral e sexual, o acompanhamento dos processos de aposentadoria, projetos de extensão, e criação de campanhas voltadas para essas temáticas.

Ancorando-se em fundamentos científicos e sociais, a CQVT segue os parâmetros da Organização Mundial de Saúde (OMS) sobre qualidade de vida no trabalho, sendo formada por uma equipe multidisciplinar de profissionais. No que se refere especificamente à saúde dos servidores, a Ufal conta com o Subsistema Integrado de Atenção à Saúde do Servidor (SIASS), que desenvolve ações com base na Política de Atenção à Saúde do Servidor (Pass).

Em quarto lugar, temos o Programa de Dimensionamento de Pessoal, cuja finalidade é fazer uma distribuição adequada dos recursos humanos na universidade, identificando, também, demandas de ampliação de quadro e competências necessárias. Isso ocorre tanto em relação ao corpo técnico-administrativo como aos docentes, de forma que seja possível atender as necessidades de ensino, pesquisa e extensão. O programa permite uma avaliação aprofundada das demandas e possibilidades da instituição com o objetivo de discutir temas como remanejamento interno de pessoal bem como a criação de novas vagas.

Por fim, a Ufal desenvolve um programa contínua de avaliação e controle de suas ações no âmbito das políticas de apoio aos servidores da instituição, de modo que os programas possam sempre ser aperfeiçoado. Para isso, além do estabelecimento de indicadores e de uma pesquisa contínua, atua com a escuta permanente dos servidores que compõem o quadro de pessoal.

30 POLÍTICA DE APOIO AOS DISCENTES

As políticas de apoio aos discentes do curso de Relações Públicas seguem as diretrizes instituídas no PDI da Ufal a partir da política de assistência estudantil, cujo objetivo é combater a evasão, melhorar as condições de permanência e desempenho acadêmico. Estabelece, assim, uma estreita relação com as políticas de ações afirmativas, tendo como norte a democratização da educação pública de ensino superior. A instituição tem o reconhecimento acadêmico e social pelos programas de apoio aos discentes, contribuindo para o combate às desigualdades em seus diferentes níveis, bem como a promoção da

inclusão social.

Através do Plano Nacional de Assistência Estudantil (PNAES), aprovado em 2007 pela Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes), prioriza-se o direcionamento de verbas para a assistência estudantil no orçamento do MEC destinado a cada Ifes. O princípio central do plano é garantir o direito constitucional de acesso à educação com condições mínimas de igualdade para que todos os discentes tenham acesso e permanência na educação.

O PNAES é uma fonte de financiamento e orientação orientada para a assistência estudantil de discentes matriculados em cursos presenciais da Ifes. Suas ações são direcionadas para o desenvolvimento de atividades de ensino, pesquisa e extensão. De acordo com o PDI da Ufal, a política inclui: moradia estudantil, alimentação, transporte, atenção à saúde, inclusão digital, cultura, esporte, creche, apoio pedagógico, acesso, participação e aprendizagem de estudantes com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento e altas habilidades e superdotação.

A Pró-Reitoria Estudantil (Proest) é responsável por planejar, coordenar, executar e supervisionar essas ações. Tomando como pressuposto as orientações do PNAES, a Ufal prioriza duas frentes de trabalho: 1) estímulo à permanência, com o Restaurante Universitário, a Residência Universitária, o Programa de Bolsa Permanência (PBP/MEC), a Bolsa Pró-Graduando (BPG) e auxílios e atenção à saúde; e 2) acompanhamento pedagógico, com o Programa de Apoio e Acompanhamento Pedagógico (Paape), o Núcleo de Acessibilidade (NAC), o Programa de Inclusão Digital, e o apoio para participação em eventos e o fomento ao esporte.

Entendo as necessidades amplas de apoio aos discentes, a Ufal vai além do PNAES na elaboração de sua política de apoio, estruturando-a em quatro eixos principais: 1) Estímulo à permanência, com a concessão de auxílios que visam garantir o desenvolvimento dos estudantes nas atividades de ensino, pesquisa e extensão; 2) Apoio e desempenho acadêmico, com atividades que buscam desenvolver habilidades e competências dos estudantes, como no âmbito

digital com os Centros de Inclusão Digital (CIDs), ajudando-os nas atividades que constituem os pilares da universidade pública. Envolve também apoio pedagógico com atividades de desempenho acadêmico, ações preventivas de combate à evasão escolar, orientações, articulação entre Prograd e coordenações, debates etc. O Núcleo de Acessibilidade (NAC) faz parte desse eixo; 3) Fomento à cultura, esporte e lazer, com ações direcionadas a essas áreas; 4) Organização estudantil, que diz respeito aos esforços de reorganização do Fórum estudantil, visando fortalecer a representação estudantil no âmbito da universidade.

Além disso, a Ufal conta com uma política de apoio financeiro que atravessa todos esses eixos, visando garantir condições de acesso à educação de forma democrática. A instituição estimula a participação dos estudantes nos debates acadêmicos, que têm voz ativa na construção da universidade. Os estudantes do curso de Relações Públicas têm participado ativa e historicamente das discussões internas e externas.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Luiz Antônio Botelho; SILVA, Edson Pereira. **A Universidade e sua relação com o outro: um conceito para extensão universitária**. Educação Brasileira, v. 23, n. 47, p. 65-79, 2001.

BAIARDI, Amilcar; OLALDE, Alicia Ruiz; NACIF, Paulo Gabriel Soledade. **A dimensão cultural, institucional, educacional e a interdisciplinaridade no desenvolvimento local sustentável**. Cruz das Almas, BA: UFBA, 2003.

BUENO, Wilson da Costa (Org). **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. Barueri, SP: Manole, 2015.

BRASIL. Ministério da Educação, Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira Diretoria de Avaliação da Educação Superior, Coordenação Geral de Avaliação de Cursos de Graduação e IES. **Referenciais de Acessibilidade na Educação Superior e a Avaliação In Loco do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES)**.

- **PARTE I - Avaliação de Cursos de Graduação**. Brasília, jul. de 2013, 52p.

BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Superior. **Referenciais Curriculares Nacionais dos Cursos de Bacharelado e Licenciatura do MEC**.

Brasília, abr. de 2010, 104p.

BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Superior. **Projeto diagnóstico e avaliação do ensino de Geografia no Brasil**. (Org. Aldo Paviani) - Documento Final, Brasília, 1984. 33p.

CARVALHO, Cícero Pércles de Oliveira. **Economia popular: uma via de modernização para Alagoas**. 4ª ed. Maceió: EDUFAL, 2010.

DUARTE, Jorge (Org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 4. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2011.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** 13ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

GOHN, Maria da Gloria Marcondes. **Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

LIMA, Maria de Fátima Monte. **No fio de esperança: políticas públicas de educação e tecnologias da informação e da comunicação**. Maceió: EDUFAL, 2007.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. Rio de Janeiro: Editora Manole, 2007.

OLIVEIRA, Fátima Bayma de (org.). **Tecnologia da informação e da comunicação: desafios e propostas estratégicas para o desenvolvimento dos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

PERUZZO, Cecilia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998.

PORTO A. L. A. O Curso de História na Universidade Federal de Alagoas: dos Primórdios à sua Consolidação (1952-1979) IN: ANPUH – XXV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA – Fortaleza, 2009. 11p.

UFAL, Universidade Federal de Alagoas, Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente, Coordenação do Curso de Geografia Bacharelado. **Projeto Político-Pedagógico – PPP2012**. Maceió, out. de 2011. 133p.

UFAL, Universidade Federal de Alagoas, IGDema, Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente. **Plano de Desenvolvimento da Unidade**

z– **PDU**. (Org. José Vicente Ferreira Neto - Diretor do IGDema). Maceió: IGDema. Campus A. C. Simões ago. de 2012. PDU Aprovado em Reunião do Conselho do IGDema, realizada no dia 20/09/2012. s.n.t.

UFAL, Universidade Federal de Alagoas. **Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI**. Aprovado pela Resolução nº 38/2013-Consuni/Ufal, de 03 de junho de 2013. homologa a resolução nº. 33/2013 consuni/Ufal que aprovou, “Ad Referendum”, o Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI/Ufal (2013-2017).

UFAL, Universidade Federal de Alagoas. **Documento de orientação para elaboração dos projetos pedagógicos dos cursos de graduação da Ufal**.

Maceió: Prograd, 2015. Não paginado (no prelo).

UFAL, Universidade Federal de Alagoas, Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente, Coordenação do Curso de Geografia Bacharelado. **Projeto Político-Pedagógico – PPP2006**. Maceió, jan. de 2007. 62p.

ZIMERMAN, Artur; DIETRICH, Ana Maria (org.). **Café com PP: novas abordagens de políticas públicas no Brasil**. Santo André, SP: Universidade Federal do ABC, 2012.

LEGISLAÇÃO E INSTRUMENTOS NORMATIVOS

Leis

Lei nº 3.867 de 25 de janeiro de 1961. Cria a Universidade de Alagoas e dá outras providências.

Lei nº 6.664 de 26 de junho de 1979. Disciplina a profissão de Geógrafo e dá outras providências. Publicada no D.O.U. DE 27 JUN 1979 - Seção I - Pág. 9.017.

Lei nº 7.399, de 4 de novembro de 1985. Altera a redação da Lei nº. 6.664, de 2 de junho de 1979, que disciplina a profissão de Geógrafo. Publicada no D.O.U. de 05 nov. de 1985 - Seção II - pág. 16.113. * Regulamentada pelo Decreto nº 92.290 de 10/01/86.

Lei 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Art. 66 - referente a titulação do corpo docente. Outras legislações podem ser encontradas no site do MEC e da Ufal

Lei 9.795, de 27 de abril de 1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências.

Lei nº 10.172/2001 - Plano Nacional de Educação. Aprova o Plano Nacional de Educação e dá outras providências.

Lei nº 10.436 de 24 de abril de 2002. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras e dá outras providências.

Lei nº 10.639, de 9 de janeiro de 2003. Altera a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira", e dá outras providências.

Lei nº 11.645, de 10 de março de 2008. Altera a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, modificada pela Lei no 10.639, de 9 de janeiro de 2003, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena".

Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008. Dispõe sobre o estágio de estudantes; altera a redação do art. 428 da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943, e a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996; revoga as Leis nos 6.494, de 7 de dezembro de 1977, e 8.859, de 23 de março de 1994, o parágrafo único do art. 82 da Lei no 9.394, de

20 de dezembro de 1996, e o art. 6º da Medida Provisória no 2.164-41, de 24 de agosto de 2001; e dá outras providências.

Lei nº 12.319, de 1º de setembro de 2010. Regulamenta a profissão de Tradutor e Intérprete da Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS;

Lei nº 12.764, de 27 de dezembro de 2012. Institui a Política Nacional de Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista; e altera o § 3º do art. 98 da Lei no 8.112, de 11 de dezembro de 1990.

Lei nº 10.048, de 8 de novembro de 2000. Dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e dá outras providências.

Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências

Lei Nº 10.436, de 24 de abril de 2002. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras e dá outras providências.

Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004. Institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES e dá outras providências

Decretos

Decreto 7.824, de 11 de outubro de 2012. Regulamenta a Lei no 12.711, de 29 de agosto de 2012, que dispõe sobre o ingresso nas universidades federais e nas instituições federais de ensino técnico de nível médio.

Decreto nº 5.707/06, de 26 de fevereiro de 2006. Institui a Política e as Diretrizes para o Desenvolvimento de Pessoal da administração pública federal direta, autárquica e fundacional, e regulamenta dispositivos da Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990.

Decreto nº 61.897, de 13 de dezembro de 1967. Aprova o plano de Reestruturação da Universidade Federal de Alagoas.

Decreto nº 7.234, de 19 de julho de 2010. Dispõe sobre o Programa Nacional de Assistência Estudantil - PNAES.

Decreto nº 1.044, de 21 de outubro de 1969. Dispõe sobre tratamento excepcional para os alunos portadores das afecções que indica.

Decreto nº 3.867, de 25 de Janeiro de 1961. Cria a Universidade de Alagoas e dá outras providências.

Decreto nº 6.202, de 17 de abril de 1975. Atribui à estudante em estado de gestação o regime de exercícios domiciliares instituído pelo Decreto-lei nº 1.044, de 1969, e dá outras providências.

Decretos nº 70.516, de 12 de maio de 1972. Altera o Decreto nº 60.999, de 13 de julho de 1967, que aprovou o Quadro Único de Pessoal da Universidade Federal de Alagoas, retificado pelos de nºs. 63.625, de 14 de novembro de 1968, e 65.250, de 30 de setembro de 1969, e dá outras providências.

Decreto nº 85.138, de 15 setembro 1980. Regulamenta a Lei nº 6.664, de 26 JUN 1979, que disciplina a profissão de Geógrafo, e dá outras providências. Publicado no D.O.U DE 17 SET 1980 - Seção II - Pág. 18.545.

Decreto nº 5.622/2005. Regulamenta o art. 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional - referente a EaD.

Decreto nº 5.296/04, de 02 de dezembro de 2004. Regulamenta as Leis nºs 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências;

Decreto nº 4.281 de 25 de junho de 2002. Regulamenta a Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental, e dá outras providências.

Decreto nº 5.626 de 22 de dezembro de 2005. Regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000.

Decreto nº 5.622, de 19 de dezembro de 2005. Regulamenta o art. 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 (LDB).

Resoluções

Resolução 218, de 29 de junho de 1973. Discrimina atividades das diferentes modalidades profissionais da Engenharia, Arquitetura e Agronomia. Publicada no D.O.U. de 31 JUL 1973.

Resolução nº 113/95 – Cepe, de 13 de novembro de 1995. Estabelece normas para o funcionamento da parte flexível do sistema seriado dos cursos de graduação.

Resolução CNE/CP 1 de 18 de fevereiro de 2002. Institui Diretrizes Curriculares Nacionais para a Formação de Professores da Educação Básica, em nível superior, curso de licenciatura, de graduação plena.

Resolução nº 32/2000 - Cepe, de 11 de setembro de 2000. Homologa a Resolução nº 27/2000 - Cepe, que alterou, "ad referendum", dispositivos da Resolução nº 41197- Cepe. Estabelece normas complementares à Lei nº 6494, de 07 de dezembro de 1997 e o Decreto nº 87.497, de 18 de agosto de 1982, Referente ao Estágio Curricular Não obrigatório e de Treinamento de Pessoal.

Resolução CNE/CES nº14/2002, de 14 de março de 2002. Estabelece as Diretrizes Curriculares para os cursos de Geografia.

Resolução CNE/CP nº3, de 18 de dezembro de 2002. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos cursos superiores de tecnologia.

Resolução nº 1, de 17 de junho de 2004. Institui Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana.

Resolução nº 1.010, de 22 de agosto de 2005. Dispõe sobre a regulamentação da atribuição de títulos profissionais, atividades, competências e caracterização do âmbito de atuação dos profissionais inseridos no Sistema Confea/Crea, para efeito de fiscalização do exercício profissional.

Resolução nº 25/2005 - Cepe, de 26 de outubro de 2005. Institui e regulamenta o funcionamento do Regime Acadêmico Semestral nos Cursos de Graduação da Ufal a partir do ano letivo de 2006.

Resolução nº 71/2006 - Consuni/Ufal, de 18 de dezembro de 2006. Disciplina os estágios curriculares dos cursos de graduação da Ufal.

Resolução CNE/CES n. 02/2007, de 18 de junho de 2007. Dispõe sobre carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização educação dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial.

Resolução nº 001/2008, de 5 de março de 2008. Colegiado do Curso de Geografia Bacharelado. Dispõe sobre as normas de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) dos (as) discentes de Geografia Bacharelado e adota outras providências.

Resolução nº 36/2008-Consuni/Ufal, de 11 de junho de 2008. Altera dispositivo da resolução nº 71/2006- Consuni/Ufal, que disciplina os estágios curriculares dos cursos de graduação da Ufal.

Resolução CNE/CES n. 04/2009, de 06 de abril de 2009. Dispõe sobre carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos cursos de graduação em Biomedicina, Ciências Biológicas, Educação Física, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Fonoaudiologia, Nutrição e Terapia Ocupacional, bacharelados, na modalidade presencial.

Resolução Nº 69/2010-Consuni/Ufal, de 12 de novembro de 2010. Modifica os dispositivos da Resolução nº 25/2005- Cepe/Ufal que regulamenta o regime acadêmico dos cursos de graduação da Ufal.

Resolução nº 52/2012 de 05 de novembro de 2012 - Consuni/Ufal. Institui o Núcleo Docente Estruturante (NDE) no âmbito da Ufal.

Resolução nº 38/2013-Consuni/Ufal, de 03 de junho de 2013. Homologa a resolução nº. 33/2013 consuni/Ufal que aprovou, "Ad Referendum", o Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI/Ufal (2013-2017).

Resolução nº 002/2015, de 17 de março de 2015. Colegiado do Curso de Geografia Bacharelado. Extingue a Resolução nº 001/2009, de 5 de março de 2009. Colegiado do Curso de Geografia Bacharelado e dispõe sobre as novas normas de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) dos (as) discentes de Geografia Bacharelado e adota outras providências.

Resolução nº 003/2016, de 02 de fevereiro de 2016. Colegiado do Curso de Geografia Bacharelado. Dispõe sobre as normas de Estágios Curriculares do Curso Geografia Bacharelado e adota outras providências.

Resolução nº 004/2016, de 02 de fevereiro de 2016. Colegiado do Curso de Geografia Bacharelado. Dispõe sobre estrutura administrativa e funções dos seus membros e adota outras providências.

CONFEA, Conselho Federal de Engenharia e Agronomia. **Sistema Confea/Crea**

80 Anos: um registro do histórico da legislação das profissões, no Brasil, desde o Império. Brasília: Confea, 2013. 160 p.

CONFEA, Conselho Federal de Engenharia e Agronomia. Ref. Sessão: Plenária Ordinária nº 1.321 – Sistema Confea-Crea. Decisão nº PL- 0087/2004. Processo nº CF-1793/2003. Interessado Confea. Ementa: Oficialização às Instituições de Ensino Superior e aos Conselhos Regionais da carga mínima estabelecida para os cursos de graduação.

Pareceres

Parecer CNE/CES nº 492, de 3 de abril de 2001. Aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Arquivologia, Biblioteconomia, Ciências Sociais - Antropologia, Ciência Política e Sociologia, Comunicação Social, Filosofia, Geografia, História, Letras, Museologia e Serviço Social.

Parecer CNE/CP nº 09/2001, 8 de maio de 2001. Diretrizes Curriculares Nacionais para a Formação de Professores da Educação Básica, em nível superior, curso de licenciatura, de graduação plena.

Parecer CNE/CES nº 1.363, de 12 de dezembro de 2001. Retifica o Parecer CNE/CES nº 492, de 3 de abril de 2001, que aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Arquivologia, Biblioteconomia, Ciências Sociais - Antropologia, Ciência Política e Sociologia, Comunicação Social, Filosofia, Geografia, História, Letras, Museologia e Serviço Social.

Parecer CNE/CES nº 52/2007, de 13 de março de 2007. Autorização para o funcionamento de campus fora de sede da Universidade Federal de Alagoas.

Parecer Conaes nº 4, de 17 de junho de 2010. Dispõe sobre o Núcleo Docente Estruturante – NDE

Portarias

Portaria nº 2.678/02, de 24 de setembro de 2002 MEC/Secadi. Política Nacional de Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva.

Portaria nº 1024, de 11 de maio de 2006. As atualizações do Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia serão divulgadas no sítio eletrônico oficial do Ministério da Educação e outras providências.

Portaria nº 10 de 28 de julho de 2006. Aprova em extrato o Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia;

Portaria Normativa n. 40 de 12 de dezembro de 2007. Institui o e-MEC, sistema eletrônico de fluxo de trabalho e gerenciamento de informações relativas aos processos de regulação, avaliação e supervisão da educação superior no sistema federal de educação, e o Cadastro e-MEC de Instituições e Cursos Superiores e consolida disposições sobre indicadores de qualidade, banco de avaliadores (Basis) e o Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (Enade) e outras disposições.

Instruções Normativas

Instrução Normativa nº 03 Prograd/Fórum dos Colegiados, de 20 de setembro de 2013. Dispõe sobre os procedimentos para reformulação dos projetos pedagógicos dos cursos de graduação da Ufal .

Instrução Normativa nº 01 Prograd/Fórum das Licenciaturas, de 27 de setembro de 2013. Disciplina a redução da carga horária de estágio curricular supervisionado para os (as) discentes dos cursos de Licenciatura da Ufal que exercem atividade docente regular na Educação Básica.

Instrução Normativa nº 02 Prograd/Fórum das Licenciaturas, de 27 de setembro de 2013. Disciplina a construção de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) nos cursos de graduação da Ufal.