



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

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

Maceió

2014



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

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

**Pró-Reitoria de Graduação**

Prof. Dr. Amauri da Silva Barros

**Coordenadoria de Cursos de Graduação – CCG**

Prof. Dr. Alexandre Lima Marques da Silva

**Diretor do Instituto ou Unidade Acadêmica**

Prof. Dr. José Edson Lino Moreira

**Vice-Diretor**

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Francisca Rosaline Leite Mota

**Responsáveis pela revisão do Projeto Pedagógico**

Márcia Valéria Gonçalves

Roseane Ribeiro

Maceió

2014

**ELABORAÇÃO DO PROJETO:**

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Sandra Nunes Leite

**COLABORAÇÃO DOCENTE:**

Prof. Dr. Amilton Gláucio de Oliveira

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Paula Saldanha

Prof. Dr. Carlos Alberto Sarmiento C Gusmão

Prof. Dr. Jean Charles Jacques Zozzoli

Prof. Dr. José Guibson Dantas

Prof. Dr. José Edson Lino Moreira

Prof.<sup>a</sup> Ma Leneide Austrilino Petta

Prof.<sup>a</sup> Ma Manoella Moreira Pinto das Neves

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Manuela Callou

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mirtes Virofino

**COLABORAÇÃO TÉCNICO-ADMINISTRATIVA:**

Benedita Cícera dos Santos

Izaías Barbosa de Oliveira

Josenilda Almeida Cavalcante

Marcos Aurélio Correia

Paulo Gustavo de Amorim Celerino

Polyana Santos

Rosileide Freire de Lima Gouveia

Valdecy Bento dos Santos

## LISTA DE QUADROS

<b>QUADRO 1:</b> DISTRIBUIÇÃO DE CARGA HORÁRIA POR COMPONENTES CURRICULARES.....	<b>25</b>
<b>QUADRO 2:</b> DISTRIBUIÇÃO DAS DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS POR EIXO DE FORMAÇÃO E COMPETÊNCIA PRETENDIDA.....	<b>31</b>
<b>QUADRO 3:</b> DISTRIBUIÇÃO DAS DISCIPLINAS ELETIVAS POR EIXO DE FORMAÇÃO E COMPETÊNCIA PRETENDIDA.....	<b>32</b>
<b>QUADRO 4:</b> DISTRIBUIÇÃO DE DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS POR SEMESTRE – CURSO DIURNO .....	<b>37</b>
<b>QUADRO 5:</b> DISTRIBUIÇÃO DE DISCIPLINAS POR SEMESTRE – CURSO NOTURNO.....	<b>36</b>
<b>QUADRO 6:</b> DISCIPLINAS ELETIVAS POR SEMESTRE – CURSO DIURNO .....	<b>39</b>
<b>QUADRO 7:</b> DISCIPLINAS ELETIVAS POR SEMESTRE – CURSO NOTURNO .....	<b>40</b>
<b>QUADRO 8:</b> DOCENTES .....	<b>100</b>
<b>QUADRO 9:</b> TÉCNICO-ADMINISTRATIVOS .....	<b>100</b>

## SUMÁRIO

<b>1 DADOS DE IDENTIFICAÇÃO</b> .....	6
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR .....	6
1.2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO .....	6
<b>2 FORMAS DE INGRESSO NO CURSO</b> .....	7
<b>3 PERFIL GERAL DO EGRESSO</b> .....	7
<b>4 CAMPO DE ATUAÇÃO</b> .....	8
<b>5 INTRODUÇÃO/JUSTIFICATIVA</b> .....	9
5.1 HISTÓRICO DO CURSO .....	11
5.2 CONTEXTO EDUCACIONAL .....	13
5.3 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS .....	14
5.4 POLÍTICAS DE ENSINO .....	17
5.5 POLÍTICAS DE EXTENSÃO .....	19
5.6 POLÍTICAS DE PESQUISA .....	20
<b>6 OBJETIVOS</b> .....	21
<b>7 COMPETÊNCIAS/HABILIDADES/ATITUDES</b> .....	22
<b>8 METODOLOGIA</b> .....	23
<b>9 COMPONENTES CURRICULARES OBRIGATÓRIOS DO CURSO</b> .....	25
<b>10 COLEGIADO DO CURSO</b> .....	26
<b>11 NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE</b> .....	28
<b>12 CONTEÚDO/ESTRUTURA CURRICULAR</b> .....	30
12.1 ESTRUTURA CURRICULAR .....	30
12.2 NORMAS COMPLEMENTARES .....	36
<b>13 ORDENAMENTO CURRICULAR</b> .....	36
13.1 ORGANIZAÇÃO DAS DISCIPLINAS POR SEMESTRE – CURSO DIURNO .....	37
13.2 ORGANIZAÇÃO DAS DISCIPLINAS POR SEMESTRE – CURSO NOTURNO ...	38
13.3 DISCIPLINAS ELETIVAS .....	39
13.3 EMENTAS .....	40
<b>14 ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO</b> .....	83
<b>15 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO</b> .....	85
<b>16 ATIVIDADES COMPLEMENTARES</b> .....	86
16.1 PROGRAMAS DE APOIO .....	87
16.1.1 Curso de Nivelamento .....	87
16.1.2 Programa de Apoio ao Discente .....	87
16.1.3 Monitoria .....	88
16.1.4. Programa de Capacitação Discente – PEC .....	89
16.1.5 Programas de Extensão no âmbito do curso .....	90
16.2 Atividades de Tutoria .....	92
<b>17 AVALIAÇÃO</b> .....	93
17.1 PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO NO PROCESSO DE ENSINO- APRENDIZAGEM .....	93
17.2 AVALIAÇÃO DO CURSO .....	96
17.3 AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO .....	97
<b>18 POLÍTICAS DE INCLUSÃO</b> .....	98
<b>19 CORPO SOCIAL</b> .....	99
19.1 PERFIL DO CORPO DOCENTE.....	99

19.2 PERFIL DO CORPO TÉCNICO ADMINISTRATIVO E PEDAGÓGICO .....	100
<b>20 CONDIÇÕES DE VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO</b>	
<b>DO CURSO</b> .....	100
20.1 ESPAÇOS DE AULA .....	100
20.2 RECURSOS MATERIAIS E EQUIPAMENTOS .....	102
20.3 LABORATÓRIOS DE INFORMÁTICA .....	102
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	103
<b>ANEXO 1: REGULAMENTO DE ESTÁGIO</b>	
<b>ANEXO 2: REGULAMENTO DE TCC</b>	
<b>ANEXO 3: COLEGIADO DO CURSO</b>	

## 1 DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

### 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR

**Mantenedora:** Ministério da Educação (MEC)

**Código:** 391

**Município-Sede:** Brasília - Distrito Federal (DF)

**CNPJ:** 00.394.445/0188-17

**Dependência:** Administrativa Federal

**Mantida:** Universidade Federal de Alagoas (UFAL)

**Código:** 577

**Município-Sede:** Maceió

**Estado:** Alagoas

**Região:** Nordeste

**Endereço do Campus sede:** Rodovia BR 101, Km 14 Campus A. C. Simões – Cidade Universitária Maceió /AL - CEP: 57.072 - 970. Fone: (82) 3214 - 1100 (Central)

Portal eletrônico: [www.ufal.edu.br](http://www.ufal.edu.br)

**Atos Regulatórios:** Decreto Federal nº 3867, de 25/01/1961, publicado em 27/01/1961 (DOU)

### 1.2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO

**Curso:** Comunicação Social – Relações Públicas

**Modalidade:** Bacharelado - Presencial

**Título oferecido:** Bacharel em Relações Públicas

**Nome da Mantida:** Universidade Federal de Alagoas (UFAL)

**Campus** A. C. Simões

**Município-Sede:** Maceió

**Estado:** Alagoas

**Região:** Nordeste

**Endereço de funcionamento do curso:** Rodovia BR 101, Km 14 Campus A. C. Simões – Cidade Universitária Maceió /AL - CEP: 57.072 - 970. Fone: (82) 3214 - 1531 / 1532

**Portal eletrônico do curso:**

[www.ufal.edu.br/unidadeacademica/ichca/graduacao/camunicacao-social](http://www.ufal.edu.br/unidadeacademica/ichca/graduacao/camunicacao-social)

**Atos Legais:**

**Portaria de Autorização:** (emitida pelo COSUNI)

**Portaria de Reconhecimento:** Portaria Ministerial n.º 327, de 07/05/1986, publicada no DOU em 08/05/1986

**Número de Vagas autorizadas:** 60

**Turnos de Funcionamento:** Vespertino e Noturno

**Carga horária total do curso:** 3.200 horas

**Carga horária em hora aula total do curso:** 3.840 horas

**Tempo de integralização do curso:**

**Diurno:** Mínima: 8 (oito) períodos

Máxima: 12 (doze) períodos

**Noturno:** Mínima: 9 (nove) períodos

Máxima: 13 (treze) períodos

## 2 FORMAS DE INGRESSO NO CURSO

A principal forma de acesso aos cursos da Universidade Federal de Alagoas é normatizada pela Resolução nº 32/2009-CONSUNI/UFAL, de 21 de maio de 2009, que trata da adoção do ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio) como o Processo Seletivo da Universidade Federal de Alagoas. Outras resoluções e legislações nacionais normatizam as demais formas de ingresso no curso através de transferência, reopção, matrícula de diplomados, Programa de Estudantes-Convênio de Graduação, entre outras, normalizadas pela Pró-Reitoria de Graduação.

## 3 PERFIL GERAL 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 - capacidade acurada de análise conjuntural, de forma que se lide quantitativa e qualitativamente com dados estatísticos, econômicos e sociais, transformando-os em indicadores para a elaboração de políticas de comunicação;
- II - percepção das dinâmicas socioculturais, tendo em vista interpretar as demandas dos diversos tipos de organizações e dos públicos;
- III - compreensão das problemáticas contemporâneas, decorrentes da globalização, das tecnologias de informação e da comunicação e do desenvolvimento sustentável necessária ao planejamento de relações públicas;
- IV - entendimento do campo técnico-científico da comunicação, capaz de estabelecer visão sistêmica das políticas e estratégias de relacionamentos públicos;
- V - capacidade de liderança, negociação, tomada de decisão e visão empreendedora. (BRASIL. 2013)

## 4 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.

O Parecer CES/CNE n.º 85/2013 aponta em seu relatório que

as atividades de relações públicas envolvem todas as ações de uma organização de qualquer natureza, no sentido de estabelecer e manter, pela comunicação, a compreensão mútua com os públicos aos quais está direta ou indiretamente ligada. Dirigem-se primordialmente à consecução de objetivos institucionais, identificando, propondo e/ou implementando soluções para aprimorar a gestão das organizações. Constituem práticas voltadas para a gestão de relacionamentos, que se materializa pelo uso de técnicas de comunicação no ambiente organizacional, seja de organizações públicas, privadas ou do terceiro setor.

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.

## 5 INTRODUÇÃO/JUSTIFICATIVA

A reforma curricular dos cursos de Relações Públicas se tornou uma necessidade no alvorecer do século XXI e converge com as mudanças que o mundo vem experimentando nas últimas décadas. Inovações estruturais nos modos de produção e circulação de informação, nos processos de comunicação nos diversos âmbitos (jornalístico, organizacional, social, cultural, econômico), marcaram os anos recentes e impuseram um redimensionamento na formação e preparação de futuros bacharéis nesse campo. Novas áreas de pesquisa, novos problemas teóricos, novos desafios metodológicos, o surgimento de novas especialidades profissionais neste campo, a inserção das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) como plataforma basilar da vida moderna são alguns dos elementos neste cenário.

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 CNE/CES n.º 85/2013, assim como a Resolução n.º 2, de 27/09/2013, que tratam das (Novas) Diretrizes Curriculares Nacionais, para o curso de Graduação em Relações Públicas. Tais Diretrizes 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”.

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 afetada.

Ressalta-se ainda que o atual curso de Comunicação Social da UFAL assinala uma importante mudança que está na base dos Projetos Políticos Pedagógicos recentemente desenhados (e em implantação) que é a concepção do Jornalismo e das Relações Públicas como cursos autônomos e não mais compreendidos como “habilitações”, como foi historicamente concebido na UFAL. Significa compreendê-los de acordo com suas especificidades, ainda que estejam epistemologicamente inseridos no campo desse saber. Por isso, os cursos compartilham um tronco comum de disciplinas consideradas basilares em Comunicação Social e disciplinas que tratam de abordagens específicas de cada curso.

Foram criadas novas 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.

Neste sentido, apresenta-se como principal elemento motivador para a elaboração 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.

## 5.1 HISTÓRICO DO CURSO

A Universidade Federal de Alagoas é uma instituição federal de ensino superior fundada em 1961. Funciona no Campus A.C. Simões, em Maceió e possui mais dois campi no interior do Estado: Campus Arapiraca (e suas unidades em Arapiraca, Viçosa, Penedo e Palmeira dos Índios) e Campus do Sertão (com sede em Delmiro Gouveia e unidade em 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.

Nesse ambiente se insere o curso de Relações Públicas que tem seus precedentes na criação do Curso de Comunicação Social (COS) em 1978. 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.

O primeiro coordenador - temporário - foi a Prof.<sup>a</sup> Vera Romariz e, depois, a Prof.<sup>a</sup> 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, aqueles 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 Gulhermino, 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.

O ensino de Relações Públicas na UFAL entra em uma nova fase de especificidade. Requer transformações para deixar de ser uma habilitação do bacharelado em Comunicação Social e passar a configurar como curso específico, formando, a partir de então, bacharéis em Relações Públicas. Neste novo cenário, o Curso de Relações Públicas almeja alinhar pesquisa, teoria, ética, técnica e boa prática profissional contribuindo para a qualificação desta área, hoje fundamental para o desenvolvimento humano, para a justiça social e para a garantia das liberdades políticas no mundo contemporâneo.

## 5.2 CONTEXTO EDUCACIONAL

O estado de Alagoas possui extensão territorial de 27.767.661 km<sup>2</sup> onde se distribuem 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\$ 6.728,00, em 2009, 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 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.

### 5.3 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS

As políticas institucionais da UFAL no âmbito dos cursos estão baseadas em princípios filosóficos e técnico-metodológicos gerais que norteiam suas práticas acadêmicas. São eles:

#### **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.

### **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. Desta 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. Deste 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 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.

Neste 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.

**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.

**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 daquelas 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.

#### 5.4 POLÍTICAS DE ENSINO

No e que diz respeito às políticas de ensino, o Plano de Desenvolvimento Institucional da UFAL prevê que o ensino de graduação adotará políticas centradas em três grandes eixos, visando à melhoria contínua da oferta de seus cursos, a formação cidadã, o reconhecimento

pela sociedade e a garantia de formação adequada ao perfil de egresso desejado. Isso passa necessariamente por inovação e qualificação, internacionalização, e gestão acadêmica.

### **Eixo I: Inovação e qualificação**

A universidade deve possibilitar uma revisão permanente dos seus projetos pedagógicos, incluindo nesse debate os novos desenhos curriculares, estando atenta a novas tendências e desafios para a sociedade em um mundo contemporâneo e buscando sempre novas práticas pedagógicas. Deve também atentar para uma formação completa, levando em consideração a inclusão dos estudos dos direitos humanos, da sustentabilidade, da acessibilidade, das questões étnico-raciais e afrodescendentes e do empreendedorismo.

### **Eixo II: Internacionalização**

O ensino de graduação pensa a internacionalização como um caminho de possibilidades de formação, deixando os currículos locais efetivamente sem fronteiras. O que implica na criação de novas normas de aproveitamento de estudos e adequação curricular para permitir o ir e vir dos sujeitos da aprendizagem. A flexibilização curricular, assim, é peça fundamental nesse processo.

O curso de Relações Públicas deve buscar acordos e convênios internacionais de modo a possibilitar a seus alunos e professores a mobilidade acadêmica, assim como buscar atrair alunos e pesquisadores estrangeiros para fins de trocas científicas e acadêmicas.

### **Eixo III: Gestão acadêmica do ensino de graduação**

O ensino de graduação terá como planejamento maior o Projeto Pedagógico do Curso em consonância com o Projeto Pedagógico Institucional. O plano de ações para suportar a oferta semestral do curso será elaborado e/ou revisado semestralmente antes do início das aulas. Essa atividade constará no calendário acadêmico e será coordenada pelo Colegiado de Curso e de responsabilidade de todos os docentes, tendo a supervisão da Direção da Unidade Acadêmica.

Alunos e docentes observarão os seus direitos e obrigações de acordo com as normas e resoluções acadêmicas vigentes, sendo a atividade de aula orientada pelo plano de aula.

Ao final do semestre o curso deverá promover um processo de avaliação, observando a atuação do docente, a participação dos discentes, os pontos relevantes no processo de

ensino-aprendizagem e, não menos importantes, os indicadores de sucesso comumente conhecidos como evasão e retenção.

Caberá ao Colegiado de Curso coordenar o planejamento, a execução e o acompanhamento do semestre letivo, mantendo reuniões periódicas regulares. Fica por conta do Núcleo Docente Estruturante (NDE) o planejamento de médio e longo prazo dos cursos.

O Fórum dos Colegiados dos Cursos será um espaço de discussão e proposição aos Conselhos Superiores de normativas, soluções tecnológicas e de sistemas, planos de capacitações, metodologias inovadoras e, principalmente, de trocas de experiências entre os gestores dos cursos.

No âmbito do Curso de Relações Públicas o processo de acompanhamento das atividades e das disciplinas do Curso ocorrerá por meio de: 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 Auto Avaliação do COS/ICHCA avaliará anualmente as dez dimensões previstas pelo SINAES, mediante o acompanhamento da Comissão Própria de Avaliação. O Curso será avaliado também pela sociedade por meio da ação/intervenção docente/discente expressa na produção e nas atividades concretizadas no âmbito da extensão universitária e estágios curriculares obrigatórios e não obrigatórios, em parceria com empresas e profissionais alagoanos.

## 5.5 POLÍTICAS DE EXTENSÃO

A UFAL assume o compromisso, legitimado por seu Estatuto (2003), e dimensiona a extensão como a vivência do processo ensino-aprendizagem, com a participação da comunidade acadêmica e da sociedade, utilizando, como meio, os Programas e os Projetos que são elaborados e executados pelas Unidades Acadêmicas.

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.

As ações de extensão do curso se darão por meio dos Núcleos de Estudos e de Práticas (Agência de Relações Públicas e Assessoria de Comunicação), projetos envolvendo professores, alunos e grupos sociais (editais nacionais e editais relativos a programas de extensão da UFAL), trabalhos de conclusão de curso, trabalhos das disciplinas. Produz também, nas ações de parceria junto ao Centro Internacional de Semiótica e Comunicação, a oferta de oportunidades a alunos e professores de atuação envolvendo o encadeamento do ensino e da pesquisa na extensão.

A dimensão social das Relações Públicas induz que seu ensino e pesquisa tenham forte vinculação com a aplicação, tornando a extensão inerente à formação na área. Entre as disciplinas, aquelas que mais fortemente se voltam para atividades de extensão são:

<b>Disciplina</b>	<b>Carga Horária</b>
Comunicação, Sociedade e Desenvolvimento	40h
Comunicação e Cidadania	40h
Produção Institucional em Multiplataformas	80h
Relações Públicas Comunitárias e Terceiro Setor	60h
Comunicação Pública	60h
Assessoria de Comunicação	80h
Gestão Estratégica de Projetos em Relações Públicas	60h
Produção Cultural, Gestão de Eventos e Cerimonial	60h
Comportamento e Defesa do Consumidor	80h
Libras	40h

## 5.6 POLÍTICAS DE PESQUISA

Em seu Plano de Desenvolvimento Institucional, a UFAL se propõe a incentivar a produção científica, tecnológica e cultural qualificada por intermédio de mecanismos que visem o aumento da produção do conhecimento. Entre tais mecanismos se encontram o Programa de Iniciação Científica, o apoio à participação em eventos nacionais e

internacionais e a publicações, assim como na formação de grupos de pesquisa e na atração de pesquisadores.

Sendo assim, no âmbito do curso de relações públicas a atividade de pesquisa deve ser incorporada na rotina do docente do qual se espera o desenvolvimento de estudos de qualidade em suas respectivas especialidades de modo regular e sistemático, constituindo grupos de pesquisa em interação, que promovam produção, publicação e compartilhamento dos resultados das pesquisas realizadas.

O professor/pesquisador deve oferecer ao aluno oportunidades de participação em seus estudos, incentivando-o à iniciação à pesquisa científica; estimular a criação de ambientes de produção acadêmica ativos como grupos de pesquisa certificados pela Ufal/CNPq; desenvolver projetos anuais de pesquisa estimulando os estudantes a produzirem artigos e apresentarem em congressos da área.

## **6 OBJETIVOS**

### **A) Geral**

Formar o profissional bacharel em Relações Públicas com qualidades éticas, humanísticas e reflexivas, de modo a atender às demandas da sociedade, com base nos conhecimentos científicos e tecnológicos e a responsabilidade para um desenvolvimento sustentável e para o exercício da cidadania os quais se constituem como parâmetros fundamentais.

### **B) Específicos**

- Provocar no discente a consciência de sua condição de futuro profissional de relações públicas, experimentando, desde as primeiras disciplinas, a prática de participação em atividades de extensão e/ou pesquisa que o envolva com a profissão vivenciando, mesmo que de início timidamente, a realidade de mercado.
- Definir estratégias de realização atualizada de ensino de graduação deste Curso, objetivando formar profissional capaz de propor soluções que sejam não apenas

tecnicamente corretas, mas incorporando ao seu pensar a visualização dos problemas em sua totalidade, inseridos numa cadeia de causas e efeitos de múltiplas dimensões, identificado com os conceitos de comunicação e suas interfaces, das relações públicas e das responsabilidades histórico-social e sustentável, além do domínio das novas técnicas disponíveis para utilização em relações públicas.

- Propiciar aos discentes condições de se tornar, além de um profissional qualificado, um cidadão com pleno conhecimento da realidade de seu país e das medidas a serem adotadas na promoção do bem estar de nossa sociedade.

## **7 COMPETÊNCIAS/HABILIDADES/ATITUDES**

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, articulando as dimensões de criação, produção e interpretação;
- b)** capacidade de articular, de forma interdisciplinar, as interfaces existentes nas diferentes áreas da comunicação, bem como de outros campos do saber, promovendo a integração teórico-prática;
- c)** atuação profissional em consonância com os princípios éticos de comunicação para a cidadania, considerando as questões contemporâneas, 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.

**8 METODOLOGIA**

A metodologia definida para desenvolver as atividades do Curso expressa coerência com os objetivos do curso, com os princípios institucionais e com sua estrutura curricular. Está comprometida com a interdisciplinaridade, com o desenvolvimento do espírito científico e com a formação dos sujeitos autônomos e cidadãos.

A instituição assume assim seu papel de mediador e busca articular tais trocas, pois reconhece o educando como agente principal de sua própria aprendizagem, sendo capaz de construir satisfatoriamente seu aprendizado quando participa ativamente do processo. Assim, o curso de graduação visa à qualificação e competência do egresso, adotando para

tal, métodos de ensino e aprendizagem diversificados e criativos. Sendo assim, no Curso, as seguintes metodologias são empregadas:

**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. Auxilia na Comunicação e Expressão Oral;

**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;

**Ciclo de Palestras:** Metodologia utilizada na busca de integração de turmas e avanço do conhecimento, trazendo assuntos novos e enriquecedores, além de proporcionar aos alunos a prática de cerimonial e organização de eventos, já que estes ciclos são elaborados pelos próprios alunos, sob a orientação do professor da disciplina competente;

**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. Ativa a criatividade, iniciativa, o trabalho em equipe e a habilidade em negociação;

**Práticas em Laboratórios:** O curso utilizará laboratórios básicos e laboratórios aplicados ao desenvolvimento das competências e habilidades práticas de suas disciplinas. Esses 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;

**Visitas Técnicas:** 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;

**Estudo de Casos:** Atividade de aplicação dos conteúdos teóricos, a partir de situações práticas, visando ao desenvolvimento da habilidade técnica, humana e conceitual, além da possibilidade de avaliar resultados obtidos;

**Projetos Culturais:** Projetos desenvolvidos pelos alunos, em prol da sociedade regional a serem desenvolvidos durante a implantação do curso, pelo coordenador, em conjunto com as demais turmas da escola e instituições correlatas;

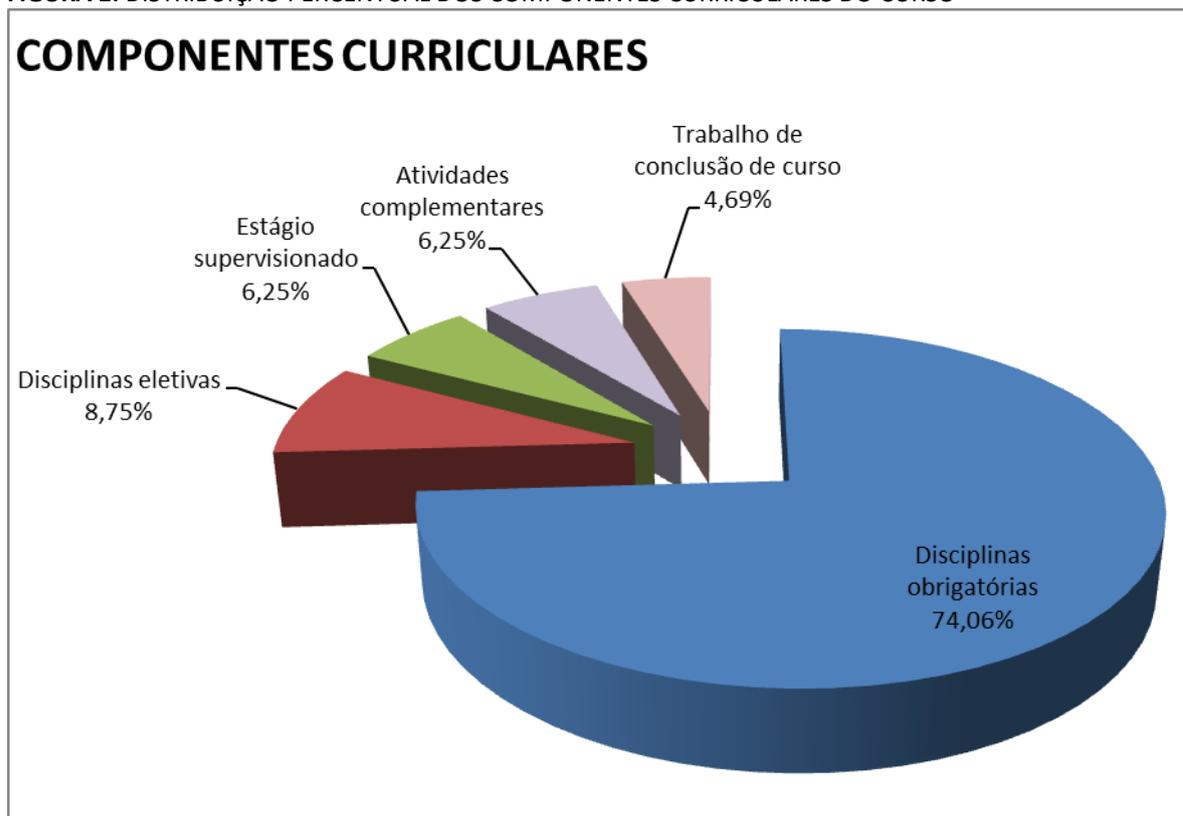
**Aulas Expositivas:** Método tradicional de exposição de conteúdos, porém com a utilização de recursos tecnológicos que auxilia no processo de ensino e aprendizagem, tais como: audiovisuais, tais como, data-show, TV, Internet e vídeo.

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.

## 9 COMPONENTES CURRICULARES OBRIGATÓRIOS DO CURSO

**QUADRO 1:** DISTRIBUIÇÃO DE CARGA HORÁRIA POR COMPONENTES CURRICULARES

<b>CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS BACHARELADO</b>			
<b>COMPONENTES CURRICULARES</b>	<b>HORAS-AULA (50min)</b>	<b>HORAS-AULA (60min)</b>	<b>PERCENTUAL</b>
Disciplinas obrigatórias	2.860	2.370	74,06
Disciplinas eletivas	340	280	8,75
Estágio supervisionado	240	200	7,25
Atividades complementares	240	200	7,25
Trabalho de conclusão de curso	180	150	5,44
Atividades curriculares de extensão	(384)	(320)	
<b>Carga horária total</b>	<b>3.860</b>	<b>3.200</b>	<b>100</b>

**FIGURA 1: DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DOS COMPONENTES CURRICULARES DO CURSO**

## 10 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 ampliada do colegiado, significando um convite a 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:**

- 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;
- 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;

- 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;
- Colaborar com os demais Órgãos Acadêmicos;
- Exercer outras atribuições compatíveis.

## 11 NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE

É um grupo formado por 5 (cinco) docentes, escolhido pelo Colegiado entre os docentes que ministram aulas do curso, com mandato de 3 (três) anos, possui atribuições acadêmicas de acompanhamento, do processo de concepção, consolidação e atualização contínua do Projeto Político-Pedagógico 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 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.

## 12 CONTEÚDO/ESTRUTURA CURRICULAR

### 12.1 ESTRUTURA CURRICULAR

A proposta da matriz curricular foi estabelecida tomando-se como referência algumas universidades brasileiras, como: Universidade de São Paulo e Universidade Católica de Minas Gerais. Tem bases nas Diretrizes Curriculares dos Cursos de Graduação em Relações Públicas (BRASIL,2013), que define quatro eixos de formação, a saber:

**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, da filosofia e da sociologia, com foco na ética e nas questões da sociedade contemporânea, 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 a 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, inscreve-se o seguinte quadro de disciplinas:

**QUADRO 2: DISTRIBUIÇÃO DAS DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS POR EIXO DE FORMAÇÃO E COMPETÊNCIA PRETENDIDA**

EIXO	DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	COMPETÊNCIA	Natureza
I	Sociologia Geral e Comunicação	80h	Geral	Obrigatória
	Comunicação, Culturas e Diversidades Étnico-sociais	80h	Geral	Obrigatória
	Tendências e Debates da Filosofia	60h	Geral	Obrigatória
	Comunicação e Política	60h	Geral	Obrigatória
	Comunicação, Sociedade e Desenvolvimento	80h	Geral	Obrigatória
	Comunicação e Cidadania	60h	Geral	Obrigatória
	<b>Total</b>	<b>420h</b>		
II	Teorias da Comunicação	80h	Geral	Obrigatória
	Análise e Produção Textual em Relações Públicas I	80h	Específica	Obrigatória
	Análise e Produção Textual em Relações Públicas II	80h	Específica	Obrigatória
	Introdução à Produção e ao Registro do Conhecimento	60h	Geral	Obrigatória
	Ética e Legislação em Comunicação Social e Relações Públicas	80h	Geral	Obrigatória
	Comunicação e Cultura Digital	60h	Geral	Obrigatória
	Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação I	60h	Geral	Obrigatória
	Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação II	60h	Geral	Obrigatória
	Teoria e Métodos da Pesquisa em Comunicação para Relações Públicas	60h	Específica	Obrigatória
	Estética da Comunicação	40h	Geral	Obrigatória
	Produção Institucional em Multiplataformas	80h	Específica	Obrigatória
	Desenvolvimento Orientado de Projetos em Comunicação	40h	Específica	Obrigatória
	Planejamento Gráfico e Editoração	80h	Geral	Obrigatória
<b>Total</b>	<b>860h</b>			
III	Teorias das Organizações Aplicadas às Relações Públicas	60h	Específica	Obrigatória
	Fundamentos Teóricos das Relações Públicas	80h	Específica	Obrigatória
	Comunicação Organizacional	80h	Específica	Obrigatória
	Técnicas e Instrumentos de Comunicação Dirigida em Relações Públicas	80h	Específica	Obrigatória
	Planejamento de Relações Públicas	80h	Específica	Obrigatória
	Identidade Corporativa e Cultura Organizacional	80h	Específica	Obrigatória
	Marketing para Relações Públicas	80h	Específica	Obrigatória
	Relações Públicas Comunitárias e Terceiro Setor	80h	Específica	Obrigatória
	Teoria da Opinião Pública	60h	Específica	Obrigatória
	Publicidade e Propaganda para Relações Públicas	80h	Específica	Obrigatória
	Pesquisa de Opinião Pública	80h	Específica	Obrigatória
	Comunicação Pública	80h	Específica	Obrigatória
	Mix Comunicacional e Marca	80h	Específica	Obrigatória
	Assessoria de Comunicação	80h	Específica	Obrigatória
	Gestão Estratégica de Projetos em Relações Públicas	80h	Específica	Obrigatória
	Produção Cultural, Gestão de Eventos e Cerimonial	80h	Específica	Obrigatória
	Relações Públicas e Memória Institucional	80h	Específica	Obrigatória
Relações Públicas Internacionais	60h	Específica	Obrigatória	
<b>Total</b>	<b>1.380h</b>			
IV	Estatística Aplicada à Pesquisa em Relações Públicas	60h	Específica	Obrigatória
	Psicologia aplicada à Comunicação	60h	Geral	Obrigatória
	Gestão Orçamentária e Administrativa para Relações Públicas	80h	Específica	Obrigatória
	<b>Total</b>	<b>200h</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>2.860h</b>			

**QUADRO 3: DISTRIBUIÇÃO DAS DISCIPLINAS ELETIVAS POR EIXO DE FORMAÇÃO E COMPETÊNCIA PRETENDIDA**

EIXO	DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	COMPETÊNCIA	Natureza
I	Comportamento e Defesa do Consumidor	60h	Geral	Eletiva
II	Libras – Língua Brasileira de Sinais	40h	Geral	Eletiva
III	Estratégias de Relacionamento com a Mídia	60h	Específica	Eletiva
	Gestão da Comunicação de Risco e Crise	60h	Específica	Eletiva
IV	Cerimonial Público	60h	Específica	Eletiva
	Pesquisa de Mercado	60h	Específica	Eletiva
<b>TOTAL</b>		<b>340h</b>		

Com as novas diretrizes curriculares nacionais para Relações Públicas, o Curso deixa de ser uma habilitação em Comunicação Social e passa ser um curso específico. Esta é uma mudança estrutural e estruturante substancial neste novo Projeto Pedagógico. 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 neste sentido. 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.

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.

Há ainda aspectos que devem ser considerados na formação do aluno:

**Pesquisa e extensão:** consideradas princípios pedagógicos, devem estar obrigatoriamente presentes nas atividades curriculares;

**Modalidade à distância:** os projetos pedagógicos dos cursos poderão conter até 20% de carga horária ministrada na modalidade à distância, segundo permite a legislação em vigor.

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.

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.

A **interdisciplinaridade** baseia-se na interdependência, na interação e no diálogo permanente entre os vários ramos do conhecimento, e deve buscar a integração do conhecimento num todo harmônico e significativo. O princípio pedagógico da contextualização permite à Universidade pensar o currículo de forma flexível, com uma ampla rede de significações, e não apenas como um lugar de transmissão do saber. 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.

Esses princípios pedagógicos visam contribuir para a formação da totalidade humana em consonância com as novas demandas do mundo contemporâneo.

A interdisciplinaridade propicia o diálogo entre os vários campos do conhecimento e a integração do saber. Visa superar uma organização curricular tradicional, que coloca as disciplinas como realidades estanques, fragmentadas, isoladas e dificulta a apropriação do conhecimento pelo aluno. A interdisciplinaridade favorece uma visão contextualizada e uma percepção sistêmica da realidade, permitindo uma compreensão mais abrangente do saber.

A interdisciplinaridade integra o saber, propiciando a compreensão da relevância e do significado dos problemas estudados, favorecendo, conseqüentemente, os processos de intervenção e busca de soluções. Expressa ainda a necessidade de reconstruir o pensamento em novas bases, recuperando dimensões como a criatividade, a imaginação e a capacidade de lidar com a incerteza. A interdisciplinaridade não significa uma justaposição de saberes, nem implica uma comunicação reduzida entre as disciplinas. Envolve a elaboração de um contexto mais geral, no qual as disciplinas em contato são modificadas, passando a dependerem claramente uma das outras. Promove, portanto, intercâmbios mútuos e recíprocas integrações entre as disciplinas.

O ensino baseado na interdisciplinaridade tem um grande poder estruturador, pois, as definições, os contextos e os procedimentos que são estudados pelos alunos são organizados em torno de unidades mais globais, que agregam estruturas de conceitos e metodologias compartilhadas por várias disciplinas, capacitando os alunos para enfrentar problemas que transcendem os limites de uma disciplina concreta e para detectar, analisar e solucionar novas questões. Além disso, a interdisciplinaridade favorece a realização de transferência das aprendizagens já adquiridas em outros contextos e amplia a motivação para aprender.

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.

A educação relativa **às relações étnico-raciais**, bem como o tratamento de questões e **temáticas relacionadas a afro descendentes e indígenas** estão sendo abordadas em algumas disciplinas e atividades curriculares do curso (Ética e Legislação em Comunicação e Relações Públicas, Comunicação, Cultura e Diversidade Etnico-social, por exemplo), sendo ministradas de forma interdisciplinar e transdisciplinar.

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.

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 60 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.

Observam-se na concepção desse Projeto Pedagógico os valores éticos, 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.

## 12.2 NORMAS COMPLEMENTARES

O regime acadêmico do curso está instituído e regulamentado no Regimento Geral da UFAL e nas disposições complementares estabelecidas pelo CONSUNI. Cabe, portanto, ao Colegiado do Curso de Relações Públicas, atendendo às resoluções superiores, elaboração e cumprimento das normas que disciplinam:

- Programa de nivelamento;
- Programa de orientação acadêmica;
- Pré-requisitos de disciplinas;
- Estágio curricular supervisionado obrigatório;
- Trabalho de conclusão de curso;
- Carga Horária Referente à Parte Flexível;
- Avaliação das disciplinas ofertadas ao curso.

## 13 ORDENAMENTO CURRICULAR

O Parecer CNE/CES n.º 85/2013 e a Resolução 02, de 27/09/2013-MEC/CNE/CES definem que a carga horária total do curso de Relações Públicas será de 3.200 (três mil e duzentas) horas que se distribuem entre atividades didáticas, estágio supervisionado e atividades complementares.

As atividades didáticas, de cunho teórico e prático, são compostas por disciplinas obrigatórias e eletivas, de forma a atender os quatro eixos de formação indicados nas Diretrizes Curriculares Nacionais. Nessas atividades didáticas também se insere o Trabalho de Conclusão de Curso, para o qual são destinadas 150 (cento e cinquenta) horas.

A carga horária total de atividades didáticas é de 2.800 (duas mil e oitocentas) para os quatro eixos de formação, sendo, pelo menos, 1.400 (mil e quatrocentas) horas para o eixo de formação em relações públicas (incluída a carga horária destinada ao trabalho de conclusão de curso, e as outras 1.400 (mil e quatrocentas) horas para os eixos de formação geral, de formação em comunicação e de formação complementar.

## 13.1 ORGANIZAÇÃO DAS DISCIPLINAS POR SEMESTRE – CURSO DIURNO

QUADRO 4: DISTRIBUIÇÃO DE DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS POR SEMESTRE – CURSO DIURNO

ORDENAMENTO CURRICULAR DE RELAÇÕES PÚBLICAS BACHARELADO NA UFAL					
REGIME SEMESTRAL – DIURNO – DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS					
Período	Disciplina	Carga Horária			
		Semanal	Teórica	Prática	Semestral Total
1º	Sociologia Geral e da Comunicação	4h	80h		80h
	Fundamentos Teóricos e Históricos das Relações Públicas	4h	80h		80h
	Introdução à Produção e ao Registro do Conhecimento	3h	30h	30h	60h
	Psicologia Aplicada à Comunicação	3h	60h		60h
	Tendências e Debates da Filosofia	3h	60h		60h
	Comunicação, Sociedade e Desenvolvimento	4h	40h	40h	80h
	<b>Total</b>	<b>21h</b>	<b>350h</b>	<b>70h</b>	<b>420h</b>
2º	Análise e Produção Textual em Relações Públicas I	4h	20h	60h	80h
	Teorias da Comunicação	4h	80h		80h
	Teorias das Organizações Aplicadas às Relações Públicas	3h	60h		60h
	Comunicação e Política	3h	60h		60h
	Comunicação, Culturas e Diversidades Étnico-sociais	4h	80h		80h
	Comunicação e Culturas Digital	3h	20h	40h	60h
	<b>Total</b>	<b>21h</b>	<b>320h</b>	<b>100h</b>	<b>420h</b>
3º	Análise e Produção Textual em Relações Públicas II	4h	20h	60h	80h
	Técnicas e Instrumentos de Comunicação Dirigida em Relações Públicas	4h	40h	40h	80h
	Gestão Orçamentária e Administrativa Aplicada às Relações Públicas	4h	60h	20h	80h
	Estética da Comunicação	2h	40h		40h
	Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação I	3h	20h	40h	60h
	Teoria e Métodos da Pesquisa em Comunicação	4h	60h	20h	80h
	<b>Total</b>	<b>21h</b>	<b>240h</b>	<b>180h</b>	<b>420h</b>
4º	Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação II	3h	20h	40h	60h
	Identidade Corporativa e Cultura Organizacional	4h	60h	20h	80h
	Comunicação Organizacional	4h	60h	20h	80h
	Marketing para Relações Públicas	4h	40h	40h	80h
	Planejamento de Relações Públicas	4h	40h	40h	80h
	<b>Total</b>	<b>19h</b>	<b>220h</b>	<b>160h</b>	<b>380h</b>
5º	Estatística Aplicada à Pesquisa em Relações Públicas	2h	20h	20h	40h
	Comunicação e Cidadania	3h	60h		60h
	Teoria da Opinião Pública	3h	60h		60h
	Publicidade e Propaganda para Relações Públicas	4h	40h	40h	80h
	Comunicação Pública	4h	60h	20h	80h
	Ética e Legislação em Comunicação Social e Relações Públicas	4h	80h		80h
	<b>Total</b>	<b>20h</b>	<b>320h</b>	<b>80h</b>	<b>400h</b>
6º	Pesquisa de Opinião Pública	4h	40h	40h	80h
	Relações Públicas Internacionais	3h	60h		60h
	Mix Comunicacional e Marca	4h	60h	20h	80h
	Relações Públicas Comunitárias e Terceiro Setor	4h	40h	40h	80h
	Planejamento Gráfico e Editoração	4h	40h	40h	80h
	<b>Total</b>	<b>21h</b>	<b>240h</b>	<b>140h</b>	<b>380h</b>
7º	Produção Institucional em Multiplataformas	4h	20h	60h	80h
	Desenvolvimento Orientado de Projetos em Comunicação	2h	20h	20h	40h

	Produção Cultural, Gestão de Eventos e Cerimonial	4h	40h	40h	80h
	Relações Públicas e Memória Institucional	3h	40h	20h	60h
	<b>Total</b>	<b>13h</b>	<b>120h</b>	<b>140h</b>	<b>260h</b>
<b>8º</b>	Gestão Estratégica de Projetos de Relações Públicas	4h	40h	40h	80h
	Assessoria de Comunicação	4h	20h	60h	80h
	TCC	8h	75h	75h	150h
	<b>Total</b>	<b>16h</b>	<b>135h</b>	<b>175h</b>	<b>310h</b>

### 13.2 ORGANIZAÇÃO DAS DISCIPLINAS POR SEMESTRE – CURSO NOTURNO

**QUADRO 5: DISTRIBUIÇÃO DE DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS POR SEMESTRE – CURSO NOTURNO**

<b>ORDENAMENTO CURRICULAR DE RELAÇÕES PÚBLICAS BACHARELADO NA UFAL</b>					
<b>REGIME SEMESTRAL – NOTURNO – DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS</b>					
<b>Período</b>	<b>Disciplina</b>	<b>Carga Horária</b>			
		<b>Semanal</b>	<b>Teórica</b>	<b>Prática</b>	<b>Semestral Total</b>
<b>1º</b>	Sociologia Geral e da Comunicação	4h	80h		80h
	Fundamentos Teóricos e Históricos das Relações Públicas	4h	80h		80h
	Introdução à Produção e ao Registro do Conhecimento	3h	30h	30h	60h
	Psicologia Aplicada à Comunicação	3h	60h		60h
	Comunicação, Culturas e Diversidades Étnico-sociais	4h	80h		80h
	<b>Total</b>	<b>18h</b>	<b>330h</b>	<b>30h</b>	<b>360h</b>
<b>2º</b>	Comunicação, Sociedade e Desenvolvimento	4h	40h	40h	80h
	Análise e Produção Textual em Relações Públicas I	4h	20h	60h	80h
	Teorias da Comunicação	4h	80h		80h
	Teorias das Organizações Aplicadas às Relações Públicas	3h	60h		60h
	Tendências e Debates da Filosofia	3h	60h		60h
	<b>Total</b>	<b>18h</b>	<b>260h</b>	<b>100h</b>	<b>360h</b>
<b>3º</b>	Análise e Produção Textual em Relações Públicas II	4h	20h	60h	80h
	Técnicas e Instrumentos de Comunicação Dirigida em Relações Públicas	4h	40h	40h	80h
	Estética da Comunicação	2h	40h		40h
	Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação I	3h	20h	40h	60h
	Comunicação e Política	3h	60h		60h
	Comunicação e Cultura Digital	3h	20h	40h	60h
	<b>Total</b>	<b>19h</b>	<b>200h</b>	<b>180h</b>	<b>380h</b>
<b>4º</b>	Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação II	3h	20h	40h	60h
	Comunicação Organizacional	4h	60h	20h	80h
	Marketing para Relações Públicas	4h	40h	40h	80h
	Teoria e Métodos da Pesquisa em Comunicação	3h	40h	20h	60h
	Gestão Orçamentária e Administrativa Aplicada às Relações Públicas	4h	60h	20h	80h
	<b>Total</b>	<b>18h</b>	<b>220h</b>	<b>140h</b>	<b>360h</b>
<b>5º</b>	Estatística Aplicada à Pesquisa em Relações Públicas	2h	20h	20h	40h
	Teoria da Opinião Pública	3h	60h		60h
	Publicidade e Propaganda para Relações Públicas	4h	40h	40h	80h
	Planejamento de Relações Públicas	4h	40h	40h	80h
	Comunicação e Cidadania	3h	60h		60h
<b>Total</b>	<b>16h</b>	<b>220h</b>	<b>100h</b>	<b>320h</b>	
<b>6º</b>	Comunicação Pública	4h	60h	20h	80h

	Pesquisa de Opinião Pública	4h	40h	40h	80h
	Mix Comunicacional e Marca	4h	60h	20h	80h
	Ética e Legislação em Comunicação Social e Relações Públicas	4h	80h		80h
	<b>Total</b>	<b>16h</b>	<b>240h</b>	<b>100h</b>	<b>340h</b>
<b>7º</b>	Produção Institucional em Multiplataformas	3h	20h	60h	80h
	Identidade Corporativa e Cultura Organizacional	4h	60h	20h	80h
	Produção Cultural, Gestão de Eventos e Cerimonial	3h	20h	40h	60h
	Planejamento Gráfico e Editoração	4h	40h	40h	80h
	<b>Total</b>	<b>14h</b>	<b>140h</b>	<b>160h</b>	<b>300h</b>
<b>8º</b>	Desenvolvimento Orientado de Projetos em Comunicação	2h	20h	20h	40h
	Gestão Estratégica de Projetos de Relações Públicas	4h	40h	40h	80h
	Relações Públicas Internacionais	3h	60h		60h
	Relações Públicas Comunitárias e Terceiro Setor	3h	30h	30h	60h
	Relações Públicas e Memória Institucional	3h	40h	20h	60h
<b>Total</b>	<b>15h</b>	<b>190h</b>	<b>110h</b>	<b>300h</b>	
<b>9º</b>	Assessoria de Comunicação	4h	20h	60h	80h
	TCC	8h	75h	75h	150h
	<b>Total</b>	<b>12h</b>	<b>95h</b>	<b>135h</b>	<b>230h</b>

### 13.3 DISCIPLINAS ELETIVAS

**QUADRO 6: DISTRIBUIÇÃO DE DISCIPLINAS ELETIVAS POR SEMESTRE – CURSO DIURNO**

<b>ORDENAMENTO CURRICULAR DE RELAÇÕES PÚBLICAS BACHARELADO NA UFAL</b>					
<b>REGIME SEMESTRAL – DIURNO – DISCIPLINAS ELETIVAS</b>					
<b>Período</b>	<b>Disciplina</b>	<b>Carga Horária</b>			
		<b>Semanal</b>	<b>Teórica</b>	<b>Prática</b>	<b>Semestral Total</b>
<b>4º</b>	Comportamento e Defesa do Consumidor	3h	60h		60h
<b>5º</b>	Estratégias de Relacionamento com a Mídia	3h	60h		60h
<b>6º</b>	Gestão da Comunicação de Risco e Crise	3h	30h	30h	60h
	Libras	2h	40h		40h
<b>7º</b>	Pesquisa de Mercado	3h	20h	40h	60h
<b>8º</b>	Cerimonial Público	3h	30h	30h	60h
	<b>Total</b>	<b>14h</b>	<b>190h</b>	<b>90h</b>	<b>280h</b>

**QUADRO 7: DISTRIBUIÇÃO DE DISCIPLINAS ELETIVAS POR SEMESTRE – CURSO NOTURNO**

ORDENAMENTO CURRICULAR DE RELAÇÕES PÚBLICAS BACHARELADO NA UFAL					
REGIME SEMESTRAL – NOTURNO – DISCIPLINAS ELETIVAS					
Período	Disciplina	Carga Horária			
		Semanal	Teórica	Prática	Semestral Total
4º	Libras	2h	40h		40h
5º	Comportamento e Defesa do Consumidor	3h	60h		60h
6º	Estratégias de Relacionamento com a Mídia	3h	60h		60h
7º	Gestão da Comunicação de Risco e Crise	3h	30h	30h	60h
8º	Pesquisa de Mercado	3h	20h	40h	60h
9º	Cerimonial Público	3h	30h	30h	60h
	<b>Total</b>	<b>14h</b>	<b>190h</b>	<b>90h</b>	<b>280h</b>

## 13.4 EMENTAS

### 13.4.1 Disciplinas Obrigatórias – Eixo I

<b>Disciplina:</b>	Sociologia Geral e da Comunicação		
<b>Pré-requisito</b>	<b>Carga horária teórica:</b>	80h	
	<b>Carga horária prática:</b>	-	
	<b>Carga horária total:</b>	80h	
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>ADORNO. T.W.; HORKHEIMER, M.. Dialética do Esclarecimento. Tradução Guido de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985</p> <p>ARON, R. <i>As etapas do pensamento Sociológico</i>. São Paulo: Martins Fontes, 1995</p> <p>BENJAMIN, W. <i>A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução</i>. Os pensadores. São Paulo: Editora Abril, 1983, p. 05-28.</p> <p>BOURDIEU, P. <i>O mercado de bens simbólicos</i>. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 2009, p. 99-181.</p> <p>CASTELLS, M. <i>A sociedade em rede</i>. São Paulo: Paz e Terra, 1999.</p> <p>COHN, G. <i>Sociologia da comunicação</i>. Teoria e Ideologia. SP: Livraria Pioneira Editora, 1973.</p> <p>ECO, Umberto. <i>Apocalípticos e Integrados</i>. São Paulo: Perspectiva.</p>		

	<p>GUIDDENS, A. <i>Sociologia</i>. São Paulo: Artmed, 2005</p> <p>NOVA, S. V. <i>Introdução à Sociologia</i>. São Paulo: Atlas, 2001</p>
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>ADORNO, T. W. <i>Sobre música popular</i>. ADORNO. Coleção Grandes Cientistas Sociais, nº 54, 1986. Organização Gabriel Cohn. São Paulo: Ática.</p> <p>BOURDIEU, P. <i>Sobre a televisão</i>. Rio de Janeiro : Jorge Zahar Editor, 1996.</p> <p>CASTELLS, M. <i>A galáxia da internet</i>. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2003.</p> <p>COHN, G. <i>Comunicação e indústria cultural</i>. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.</p> <p>LIMA, Luiz Costa. (Org.) <i>Teoria da Cultura de Massa</i>. 8ª ed., São Paulo: Paz e Terra, 2011</p> <p>MARTÍN-BARBERO, J. <i>Dos meios às mediações</i>. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997</p>

<b>Disciplina</b>	Comunicação, Culturas e Diversidades Étnico-sociais		
<b>Pré-requisito</b>	<b>Carga horária teórica:</b>	80h	
	<b>Carga horária prática:</b>	-	
	<b>Carga horária total:</b>	80h	
<b>Ementa</b>	Interpretação e construção dos desenvolvimentos complexos da Comunicação na sua interseção com abordagens étnicas. Reflexões sobre: identidade social e identidade cultural; diversidade e sua intersecção com a mídia; raça e racismo na comunicação midiática; sexualidade humana e sua representação na comunicação midiática; multiculturalismo; cultura africana e representações midiáticas; diversidades culturais e étnico-sociais nas organizações.		
<b>Objetivos</b>	Desenvolver a consciência crítica acerca do papel da linguagem verbal nas relações sociais; refletir acerca dos usos da linguagem verbal pelos meios de comunicação; avaliar a pertinência e adequação dos textos verbais aos meios de comunicação; Identificar diferentes modalidades discursivo-verbais e a apropriação que delas fazem instituições como a mídia e as organizações.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>HAVILAND, Willian A. et alii. <i>Princípios de Antropologia</i>. São Paulo: Cengage Learning. 2011.</p> <p>KELLNER, Douglas. <i>A cultura da mídia</i>. São Paulo: Edusc. 2001.</p> <p>POUTIGNAT, Philippe e STREIFF-FENART, Jocelybe. <i>Teorias da etnicidade</i>. SP: Unesp.1998.</p> <p>ROCHA, Everardo. <i>O que é etnocentrismo</i>. São Paulo: Brasiliense. 2006.</p> <p>SILVA, Dilma de Melo (org.). <i>Brasil: sua gente e cultura</i>. São Paulo: Terceira Margem. 2003.</p> <p>WHITE, Leslie A. <i>O conceito de cultura</i>. Rio de Janeiro: Contraponto. 2009.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>AMARAL, Marcio Tavares d'. <i>Comunicação e diferença: uma filosofia de guerra para uso dos homens comuns</i>. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ. 2004</p> <p>ARAÚJO, Joel Zito. <i>A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira</i>. SP: Senac. 2001.</p> <p>AZEVEDO, Célia Maria Marinho de. <i>Anti-racismo e seus paradoxos: reflexões sobre cota racial, raça e racismo</i>. São Paulo: Annablume. 2004.</p> <p>BETTELHEIM, Bruno. <i>A psicanálise dos contos de fadas</i>. São Paulo: Paz e Terra, 2007.</p> <p>BORILLO, Daniel. <i>Homofobia: história e crítica de um preconceito</i>. Belo Horizonte (MG): Autêntica. 2010.</p> <p>CASHMORE, Ellis. <i>Dicionário de relações étnicas e raciais</i>. SP: Summus/Selo Negro. 2000.</p>		

	<p>LOPES, Nei. Dicionário literário afro-brasileiro. Rio de Janeiro: Pallas. 2007.</p> <p>SANTOS, Gislene Aparecida dos. A invenção do ser negro: um percurso das ideias que naturalizaram a inferioridade dos negros. São Paulo: Fapesp/Educ. Rio de Janeiro: Pallas. 2002.</p> <p>ORTIZ, Renato. Mundialização e cultura. São Paulo: Brasiliense. 1996.</p> <p>WIEVIORKA, Michel. O racismo, uma introdução. São Paulo: Perspectiva. 2007</p>
--	---

<b>Disciplina:</b>	Tendências e Debates da Filosofia Contemporânea		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	40h
		<b>Carga horária prática:</b>	-
		<b>Carga horária total:</b>	40 h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	Municar 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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>CHOMSKY, Noam. <i>Linguagem e mente</i>. São Paulo: Editora Unesp, 2009.</p> <p>DELEUZE, Gilles. <i>A lógica do sentido</i>. São Paulo: Perspectiva, 2009.</p> <p>ELIAS, Norbert. <i>Processo civilizador: formação do estado e civilização</i>. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.</p> <p>FRIEDRICH Nietzsche. <i>Crepúsculo dos Ídolos, ou Como Filosofar com o Martelo</i>. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2014.</p> <p>GIDDENS, Anthony. <i>As consequências da Modernidade</i>. São Paulo: Editora UNESP, 1991.</p> <p>HABERMAS, Jurgen. <i>A Crise de Legitimação no Capitalismo Tardio</i>. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2002.</p> <p>MERLEAU-PONTY, Maurice. <i>Fenomenologia da percepção</i>. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.</p> <p>SARTRE, Jean-Paul. <i>O Ser e o Nada</i>. Petrópolis: Vozes, 2005.</p> <p>WITTGENSTEIN, Ludwig. <i>Investigações filosóficas</i>. Petrópolis: Vozes, 2005.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BERMAN, Marshall. <i>Tudo que é sólido desmancha no ar</i>. São Paulo: Companhia Das Letras, 2007.</p> <p>HEIDEGGER, Martin. <i>A questão da técnica</i>. Petrópolis: Vozes, 2001.</p> <p>PRADO JUNIOR, Caio. <i>O que é Filosofia</i>. Coleção: Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 1997.</p> <p>RAWLS, John. <i>Uma teoria da Justiça</i>. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2008.</p> <p>ROVIGHI, Sofia Vanni. <i>História da Filosofia contemporânea: do século XIX a Neoescolástica</i>. São Paulo: Loyola, 1999.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Comunicação e Política		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	40h
		<b>Carga horária prática:</b>	-
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	<p>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.</p>		
<b>Objetivos</b>	<p>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.</p>		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>BARROS FILHO, C. <b>Comunicação na Polis</b>. Petrópolis: Vozes, 2002.</p> <p>CHAMPAGNE, Patrick. <b>Formar a opinião</b>. Petrópolis: Vozes, 1990.</p> <p>DAHL, Robert A.. <b>Sobre a democracia</b>. Brasília: Unb, 2001.</p> <p>WEBER, Maria Helena. <b>Comunicação e espetáculos da política</b>. Porto Alegre: EDUFGRS, 2000.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>DIEHL, Paula. <b>Propaganda e persuasão na Alemanha nazista</b>. São Paulo: Annablume, 1996.</p> <p>FAUSTO NETO, Antônio e PINTO, Milton José. <b>O indivíduo e as mídias</b>. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.</p> <p>GIDDENS, Anthony. <b>A terceira via</b>: reflexões sobre o impasse político atual e o futuro da social-democracia. Rio de Janeiro: Record, 1998.</p> <p>GOMES, Neusa Demartini. <b>Formas persuasivas de comunicação política</b>: propaganda política e publicidade eleitoral. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.</p> <p>_____ <b>Reflexões sobre a publicidade eleitoral brasileira</b>: O emissor e sua contribuição para a consolidação da democracia. Porto Alegre: Revista Famecos, n. 7, dezembro, 1997.</p> <p>GUIMARÃES, César e JUNIOR, Chico. <b>Informação e democracia</b>. Rio de Janeiro:UERJ, 2000.</p> <p>MATOS, Heloíza. (org.) <b>Mídia, eleições e democracia</b>. São Paulo: Scritta, 1994.</p> <p>POYARES, Walter. <b>Imagem pública</b>: glória para uns, ruína para outros. São Paulo: Globo, 1997.</p> <p>RUBIM, Antonio Albino Canelas. <b>Mídia e política no Brasil</b>. João Pessoa: UFPb, 1999.</p> <p>_____ <b>Comunicação e política</b>. São Paulo: Hacker, 2000.</p> <p>SARTORI, Giovanni. <b>A política</b>. Brasília: UNB, 1979.</p> <p>TOURAINÉ, A.. <b>O que é democracia?</b>, Petrópolis, Vozes, 1996.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Comunicação, Sociedade e Desenvolvimento		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	40h
		<b>Carga horária prática:</b>	-
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	Reflexão crítica sobre a realidade, tendo como base o conhecimento do mundo a partir de um contexto local e sua inserção global, através de abordagem interdisciplinar sobre sociedade, seu funcionamento, reprodução, manifestações diversas e suas relações com a cultura, economia, política e natureza. Compreensão acerca dos seguintes temas: Sociedade, cultura e política. Ciência, tecnologia e processos produtivos. Relações sociedade-comunicação-desenvolvimento. Princípios ecológicos, sociais e econômicos básicos na construção de novos paradigmas de desenvolvimento e o papel da comunicação. O global e o local: identidade, integração, mediações, rupturas e diferenças.		
<b>Objetivos</b>	Estimular no aluno a realização de estudos integradores, a partir dos aspectos comunicacionais, que considerem a sociedade e a natureza no enredamento das relações entre atores sociais.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>LATOUR, Bruno. <b>Reagregando o social</b>: uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador: EDUFBA, 2012; Bauru, São Paulo: EDUSC, 2012.</p> <p>GOFFMAN, Erving. <b>A representação do eu na vida cotidiana</b>. São Paulo: Vozes, 2006.</p> <p>SORJ, B. <b>A nova sociedade brasileira</b>. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.</p> <p>SANTOS, L. G. <b>Politizar as novas tecnologias</b>. Editora 34, 2003.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>DIEGUES, A. C. <b>O mito moderno da natureza intocada</b>. São Paulo: Annablume/Hucitec, USP, 2002.</p> <p>GONÇALVES, C. W. <b>Paixão da Terra</b>: ensaios críticos de ecologia e geografia. Rio de Janeiro: Pesquisadores associados em Ciências Sociais, 1984.</p> <p>McLUHAN, Marshal. <b>A galáxia de Gutemberg</b>. São Paulo: Companhia Nacional, 1977.</p> <p>RIBEIRO, D. <b>O povo brasileiro</b>. São Paulo: Cia das Letras, 2006.</p> <p>SACHS, I. <b>Estratégias de transição para o século XXI</b> - desenvolvimento e meio ambiente. São Paulo: Studio Nobel, 1993.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Comunicação e Cidadania		
<b>Pré-requisito:</b>	Comunicação, Culturas e Diversidades Étnico-sociais	<b>Carga horária teórica:</b>	40h
		<b>Carga horária prática:</b>	-
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	Desenvolver uma visão humanística e crítica sobre a importância dos Direitos Humanos, da ação pública e o papel das Relações Públicas na defesa e também a responsabilidade nos casos de violações desses direitos pelos meios de comunicação e por organizações.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>INTERVOZES. Coletivo Brasil de Comunicação Social. <i>Ciclo de formação Mídia e Educação em Direitos Humanos</i>: Apostila de apoio para oficinas. São Paulo: Intervozes, 2013. Disponível em &lt;<a href="http://intervozes.org.br/direitoshumanos">http://intervozes.org.br/direitoshumanos</a> &gt;</p> <p>LASCOUMES, Pierre; LE GALÈS, Patrick. <i>Sociologia da ação pública</i>. Tradução e estudo introdutório George Sarmento. Maceió, 2012.</p> <p>LIMA, Venício A. de. <i>Liberdade de expressão x liberdade de imprensa</i>. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.</p> <p>RAMOS, Murilo César. <i>Comunicação, Direitos Sociais e Políticas Públicas</i>. In. MARQUES DE MELO, José, SATHLER, Luciano. <i>Direitos à comunicação na Sociedade da Informação</i>. São Paulo: UMEESP, 2005.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BRAGA, José Luiz. <i>A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática</i>. São Paulo: Paulus, 2006.</p> <p>BOBBIO, Norberto. <i>A era dos direitos</i>. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.</p> <p>COMPARATO, Fábio Konder. <i>A afirmação histórica dos Direitos Humanos</i>. São Paulo: Saraiva, 2004.</p> <p>LAFER, Celso. <i>A reconstrução dos Direitos Humanos: um diálogo como pensamento de Hannah Arendt</i>. São Paulo: Cia das Letras, 1991.</p> <p>MORENO, Rachel. <i>A imagem da mulher na mídia</i>. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.</p> <p>SODRE, Muniz. <i>Claros e escuros, identidade, povo e mídia no Brasil</i>. Petrópolis: Vozes, 2000.</p>		

### 13.4.2 Disciplinas Obrigatórias – Eixo II

<b>Disciplina:</b>	Teorias da Comunicação		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	80h
		<b>Carga horária prática:</b>	-
		<b>Carga horária total:</b>	80 h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>ECO, Umberto. <i>Viagem na Irrealidade Cotidiana</i>. Rio Janeiro: Nova Fronteira, 1984.</p> <p>MARTIN-BARBERO, Jesús. <i>Dos Meios às Mediações: Comunicação, cultura e hegemonia</i>, Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001.</p> <p>MORIN, Edgar. <i>Cultura de Massa no Século XX: o espírito do tempo</i>. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1977.</p> <p>SANTAELLA, Lúcia. <i>O que é semiótica</i>. São Paulo: Brasiliense, 1983</p> <p>THOMPSON, John B. <i>A mídia e a modernidade: uma teoria social de mídia</i>. Petrópolis: Vozes, 1998.</p> <p>WOLF, Mauro. <i>Teorias das Comunicações de Massa</i>. São Paulo: Martins Fontes, 2008.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BRYANT, Jennings; OLIVER, Mary Beth (Org). <i>Media Effects: Advances in Theory and Research</i>. Nova York: Routledge, 2009.</p> <p>ECO, Umbero. <i>Apocalípticos e Integrados</i>. São Paulo: Perspectiva.</p> <p>MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. <i>História das teorias da comunicação</i>. São Paulo: Loyola, 2007.</p> <p>NUNES, Aloísio. <i>Teorias da Comunicação um Panorama Crítico e Comparativo</i>. Maceió: Edufal, 2012.</p> <p>PEIRC E, C,S. <i>Semiótica</i>. São Paulo: Perspectiva, 1977.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Introdução à Produção e ao Registro do Conhecimento		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	20h
		<b>Carga horária prática:</b>	20h
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	Introdução à pesquisa de forma a apresentar as complexidades do planejamento, da organização, da elaboração e do registro do conhecimento.		
<b>Objetivos</b>	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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>KOCH, Ingedore. <i>Argumentação e linguagem</i>. 2a edição. São Paulo: Cortez, 1977.</p> <p>BOOTH, W. C.; COLOMB, G. G.; WILLIAMS, J. M. <i>A arte da pesquisa</i>. São Paulo: Martins Fontes, 2000.</p> <p>GUEDES, Enildo Marinho <i>et al.</i> Padrão UFAL de Normalização. Maceió: EDUFAL, 2012.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>ALCANTARA, Edson (Org.). <i>Seminário de pesquisa: textos e exercícios como material de apoio a curso</i>. Maceió: Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Alagoas, 1998</p> <p>FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, F. Platão. <i>Para entender o texto</i>. São Paulo. Ática, 2002.</p> <p>_____. <i>Lições de texto: leitura e redação</i>. São Paulo: Editora Ática, 2001.</p> <p>KLEIMAN, Ângela. <i>Oficina de leitura: teoria e prática</i>. São Paulo: Pontes, 1993.</p> <p>ORLANDI, Eni; OTONI, Paulo (Org.). <i>O texto: leitura e escrita</i>. São Paulo: Pontes, 1988.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Análise e Produção Textual em Relações Públicas I		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	20h
		<b>Carga horária prática:</b>	40h
		<b>Carga horária total:</b>	60h
<b>Ementa</b>	Desenvolvimento das competências discursivas na leitura, análise e produção das linguagens em narrativas em: meios impressos, audiovisuais e nas mídias digitais; jornalismo impresso, audiovisual e digital; publicidade impressa, audiovisual e mídia exterior.		
<b>Objetivos</b>	Aprimorar a capacidade do estudante em ler e produzir comunicação escrita nos diversos formatos, melhorando suas habilidades argumentativas e habilitando-o para as práticas discursivas em relações públicas.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>CAVALCANTI, Marilda do Couto. <i>Interação leitor-texto: aspectos de interpretação pragmática</i>. São Paulo: Editora da Unicamp, 1989.</p> <p>FÁVERO, Leonor Lopes. <i>Coesão e coerência textuais</i>. São Paulo: Ática, 2000</p> <p>FREIRE, Paulo. <i>A importância do ato de ler</i>. São Paulo: Cortez, 1989.</p> <p>GARCIA, Othon Moacyr. <i>Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar</i>. Rio de Janeiro: FGV, 2003.</p> <p>GNERRE, Maurizio. <i>Linguagem, escrita e poder</i>. São Paulo: Martins Fontes, 1991.</p> <p>KLEIMAN, Ângela. <i>Texto e leitor: aspectos cognitivos da leitura</i>. Campinas: Pontes, 1989.</p> <p>KOCH, Ingedore. <i>Argumentação e linguagem</i>. 2a edição. São Paulo: Cortez, 1977.</p> <p>LUBISCO, Nídia Maria Lienert; VIEIRA, Sônia Chagas Vieira. <i>Manual de estilo acadêmico: trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses</i>. 5a. Edição revista e ampliada. Salvador: Edufba, 2013</p> <p>MAINGUENEAU, Dominique. <i>Análise de textos de comunicação</i>. São Paulo: Cortez, 2000.</p> <p>PLATÃO &amp; FIORIN. <i>Lições de texto: leitura e redação</i>. São Paulo: Editora Ática, 2001.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>ALCANTARA, Edson (Org.). <i>Seminário de pesquisa: textos e exercícios como material de apoio a curso</i>. Maceió: Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Alagoas, 1998</p> <p>CEGALLA, Domingos Paschoal. <i>Novíssima gramática da língua portuguesa: novo acordo ortográfico</i>. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2008</p> <p>FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, F. Platão. <i>Para entender o texto</i>. São Paulo. Ática, 2002</p> <p>KLEIMAN, Ângela. <i>Oficina de leitura: teoria e prática</i>. São Paulo: Pontes, 1993.</p> <p>ORLANDI, Eni; OTONI, Paulo (Org.). <i>O texto: leitura e escrita</i>. São Paulo: Pontes, 1988.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Análise e Produção Textual em Relações Públicas II		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	20h
		<b>Carga horária prática:</b>	40h
		<b>Carga horária total:</b>	60h
<b>Ementa</b>	Desenvolvimento das competências discursivas na leitura, análise e produção das linguagens em narrativas induzindo o aluno a intervenções e performances em espaços culturais (vivenciais e virtuais) e à produção de textos híbridos.		
<b>Objetivos</b>	Aprimorar a capacidade do estudante em ler e produzir comunicação escrita nos diversos formatos, melhorando suas habilidades argumentativas e habilitando-o para as práticas discursivas em relações públicas.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>CAVALCANTI, Marilda do Couto. <i>Interação leitor-texto: aspectos de interpretação pragmática</i>. São Paulo: Editora da Unicamp, 1989.</p> <p>FÁVERO, Leonor Lopes. <i>Coesão e coerência textuais</i>. São Paulo: Ática, 2000</p> <p>FREIRE, Paulo. <i>A importância do ato de ler</i>. São Paulo: Cortez, 1989.</p> <p>GARCIA, Othon Moacyr. <i>Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar</i>. Rio de Janeiro: FGV, 2003.</p> <p>GNERRE, Maurizio. <i>Linguagem, escrita e poder</i>. São Paulo: Martins Fontes, 1991.</p> <p>KLEIMAN, Ângela. <i>Texto e leitor: aspectos cognitivos da leitura</i>. Campinas: Pontes, 1989.</p> <p>KOCH, Ingedore. <i>Argumentação e linguagem</i>. 2ª edição. São Paulo: Cortez, 1977.</p> <p>LUBISCO, Nídia Maria Lienert; VIEIRA, Sônia Chagas Vieira. <i>Manual de estilo acadêmico: trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses</i>. 5ª. Edição revista e ampliada. Salvador: Edufba, 2013</p> <p>MAINGUENEAU, Dominique. <i>Análise de textos de comunicação</i>. São Paulo: Cortez, 2000.</p> <p>PLATÃO &amp; FIORIN. <i>Lições de texto: leitura e redação</i>. São Paulo: Editora Ática, 2001.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>ALCANTARA, Edson (Org.). <i>Seminário de pesquisa: textos e exercícios como material de apoio a curso</i>. Maceió: Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Alagoas, 1998</p> <p>CEGALLA, Domingos Paschoal. <i>Novíssima gramática da língua portuguesa: novo acordo ortográfico</i>. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2008</p> <p>FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, F. Platão. <i>Para entender o texto</i>. São Paulo. Ática, 2002</p> <p>KLEIMAN, Ângela. <i>Oficina de leitura: teoria e prática</i>. São Paulo: Pontes, 1993.</p> <p>ORLANDI, Eni; OTONI, Paulo (Org.). <i>O texto: leitura e escrita</i>. São Paulo: Pontes, 1988.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação I		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	20h
		<b>Carga horária prática:</b>	60h
		<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	Compreensão do estudo da linguagem verbal, de forma a identificar a presença do discurso na sociedade contemporânea, sua relação com os meios de comunicação, com suas operações, retóricas e apropriações discursivas. Reflexão sobre as relações da linguagem verbal com a comunicação, a sociedade e a cultura.		
<b>Objetivos</b>	Oferecer ao aluno compreensão sobre o estudo da linguagem verbal, procurando ativar a consciência acerca da presença do discurso verbal na sociedade contemporânea. Para tanto, promove estratégias de pesquisa e reflexão seja acerca de estruturas codificadoras do universo dos signos verbais seja dos seus vínculos com os meios de comunicação.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>BRANDÃO, Helena Nagamine. Enunciação e construção do sentido. In: FIGARO, R.(org.) Comunicação e Análise do Discurso. São Paulo: Contexto, 2012.</p> <p>FIORIN, José Luiz. Introdução à Linguística. I. Objetos teóricos. 6.ed. São Paulo: Contexto, 2010.</p> <p>MAINGUENEAU, Dominique. Análise de textos de comunicação. São Paulo: Cortez, 2002.</p> <p>SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia? São Paulo: Loyola, 2002. cap. 2.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>ARISTÓTELES. Arte Retórica e Arte Poética. Rio de Janeiro: Ouro, s/d.</p> <p>BRANDÃO, Helena Nagamine. Introdução à Análise do Discurso. Campinas. EdUNICAMP,1991.KOCH, Ingedore G. Villaça. O texto e a construção dos sentidos. 2.ed. São Paulo: Contexto, 1998. p. 35-45.</p> <p>CHARAUDEAU, Patrick. Linguagem e discurso. Modos de organização. São Paulo, Contexto, 2008</p> <p>CITELLI. Palavras, meios de comunicação e educação. São Paulo: Cortez, 2006</p> <p>KOCH, Ingedore G. Villaça. Argumentação e Linguagem. São Paulo: Cortez, 1984.</p> <p>MARTÍN-BARBERO, Jesus &amp; REY, German Os exercícios do ver. Hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac-São Paulo, 2001.</p> <p>ORLANDI, Eni. A linguagem e seu funcionamento. São Paulo: Brasiliense, 1983.</p> <p>PÊCHEUX, Michel. Semântica e discurso – Uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Edunicamp, 1988.</p> <p>SAUSSURE, Ferdinand de. Curso de linguística geral. São Paulo</p>		

<b>Disciplina:</b>	Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação II		
<b>Pré-requisito:</b>	Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação I	<b>Carga horária teórica:</b>	20h
		<b>Carga horária prática:</b>	40h
		<b>Carga horária total:</b>	60h
<b>Ementa</b>	Estudos linguísticos, em continuidade aos estudos iniciados com a disciplina Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação I. Compreensão crítica da língua e da palavra como signo ideológico, desenvolvida e sustentada por intermédio da reflexão teórica e exercitada na produção textual da narrativa a partir da interação entre os discursos da literatura, da ciência e da mídia; interdiscursividade e intertextualidade indispensáveis ao processo criativo na produção de roteiros não ficcionais e à instauração da coerência, coesão e verossimilhança da narrativa ficcional a ser produzida para os meios de comunicação como roteiro literário.		
<b>Objetivos</b>	Ampliar os conceitos e as práticas efetivados na disciplina Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação I; demonstrar ao aluno as possibilidades de adequação da linguagem verbal aos meios de comunicação; permitir a realização de produtos verbais destinados aos meios de comunicação, levando em conta as pesquisas realizadas na disciplina Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação I, assim como a leitura de textos científicos, literários entre outros de diferentes gêneros.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>BACCEGA, M.A. &amp; CITELLI, A.O. "Retórica da manipulação: os sem-terra nos jornais". Comunicações e Artes. São Paulo: ECA-USP, 1989.</p> <p>BAKHTIN, Mikail. Marxismo e filosofia da linguagem. São Paulo: Hucitec, 1988.</p> <p>BOSI, E. O tempo vivo da memória. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.</p> <p>MAINGUENEAU, D. Análise de textos de comunicação. São Paulo: Cortez, 2001.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>CÂNDIDO, Antonio et alii. A personagem de ficção. São Paulo: Perspectiva, 1968</p> <p>COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1988.</p> <p>LIPPMANN, W. "Estereótipos". In: STEINBERG, Ch. (org.). Meios de Comunicação de Massa. São Paulo: Cultrix, 1977.</p> <p>MORIN, E. Cultura de massas no século XX, vol.1: Neurose. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1977.</p> <p>MOTTER, M.L. Ficção e Realidade: a construção do cotidiano na telenovela. São Paulo: Alexa Cultural, 2003.</p> <p>ORTIZ, M.A. e VOLPINI, F. Diseño de programas em radio. Barcelona: Paidós, 1998.</p> <p>PALLOTINI, R. Dramaturgia de televisão. São Paulo: Moderna, 1998.</p> <p>VANOYE, F. e GOLIOT-LÈTÈ, A. Ensaio sobre a análise fílmica. São Paulo: Papyrus, 1994.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Ética e Legislação em Comunicação Social e Relações Públicas		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	
		<b>Carga horária prática:</b>	
		<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	<p>Compreensão das estruturas jurídicas que regimentam 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</p>		
<b>Objetivos</b>	Oferecer aos alunos o conhecimento necessário das estruturas jurídicas que regimentam as atividades da sua profissão, e a conduta dos profissionais no exercício das suas atribuições.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>FISCHER, D. O. Direito de Comunicar. São Paulo, Brasiliense, 1989.</p> <p>Legislação e Resoluções de Relações Públicas. 5ª Edição. Rio de Janeiro. Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas - CONRERP 1ª Região.</p> <p>PERUZZO, C. M. K. e KUNSCH, M. K. Transformação da comunicação: ética e técnicas. Victoria, Ufes/Intercom, 1995.</p> <p>PINHO, Ruy Rebello &amp; NASCIMENTO, Amauri Mascaro. Instituições de Direito Público e Privado, 7ª Edição. São Paulo, Atlas, 1991.</p> <p>SANTOS, R. Vadem-mecum da comunicação. São Paulo, Ed. Trabalhistas, 1991.</p> <p>Código de Ética do profissional de Relações Públicas</p> <p>Constituição da República Federativa</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BRASIL. Código de Defesa do Consumidor.</p> <p>HABERMAS, Jurgem. Mudança estrutural da esfera pública. Rio de Janeiro, Ed. Tempo Brasileiro, 1982.</p> <p>_____ Participação Política. In: Cardoso, F. H. &amp; Estevan Martins, Política e Sociedade. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1982.</p> <p>KOSOVSKI, Ester (org). Ética na comunicação. Rio de Janeiro, 1995</p> <p>MARANHÃO FILHO, Luiz. Legislação e comunicação. São Paulo, Ltr, 1995.</p> <p>MASAGAO, Mário. Curso de Direito Administrativo. 5ª Edição. São Paulo. Revista dos Tribunais, 1977.</p> <p>MEIRELLES, Hely Lopes. Direito Administrativo brasileiro, 7ª Edição. São Paulo, Revista dos Tribunais, 1979.</p> <p>MONTORO, André Franco. Introdução à Ciência do Direito. São Paulo, Martins, 1968.</p> <p>REALE, Miguel. Lições preliminares do Direito. São Paulo, EDUSP e José Bushatsky, 1973.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Comunicação e Cultura Digital		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	20
		<b>Carga horária prática:</b>	20
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	Conhecimento teórico, histórico e filosófico da emergência da comunicação digital nas últimas décadas do século XX e a implicação desta transformação mediática na cultura, na sociedade e nas empresas. Treinamento prático das novas formas de comunicação digital através de atividades e grupais em laboratórios computacionais.		
<b>Objetivos</b>	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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>ANDERSON, A. Cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.</p> <p>ANTOUN, Henrique. (Org.). Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: M53auad X, 2008.</p> <p>JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2009.</p> <p>LEMONS, André. Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2010.</p> <p>SHIRKY, Clay. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BOLTER, J.D; GRUSIN, R. <i>Remediation: understanding new media</i>. Cambridge: MIT Press, 1999.</p> <p>BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. <i>YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade</i>. São Paulo: Aleph, 2009.</p> <p>CASTELLS, Manuel. <i>A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura</i>. São Paulo: Paz e Terra, 1999 ( vol. 1 e 2).</p> <p>HABERMAS, J. <i>Técnica e Ciência como "Ideologia"</i>. Lisboa: Edições 70, 1987.</p> <p>HEIDEGGER, Martin. <i>A questão da técnica</i>. Petrópolis: Vozes, 2001.</p> <p>LEVY, Pierre. <i>Cibercultura</i>. São Paulo: Editora 34, 1999.</p> <p>MANOVICH, Lev. <i>The language of New Media</i>. Cambridge. MIT Press, 2001.</p> <p>MAYER-SCHONBERGER, Viktor; CUKIER, Kenneth. <i>Big Data - como extrair volume, variedade, velocidade e valor da avalanche de informação cotidiana</i>. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2013.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Teoria Métodos da Pesquisa em Comunicação para Relações Públicas		
<b>Pré-requisito:</b>	Introdução à Produção e ao Registro do Conhecimento	<b>Carga horária teórica:</b>	60h
		<b>Carga horária prática:</b>	20h
		<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>MALHOTRA, N. K. <i>et al.</i> <b>Introdução à Pesquisa de Marketing</b>. São Paulo: Prentice Hall, 2005.</p> <p>LATTIMORE, Dan [et al.] <i>Relações Públicas: profissão e prática</i>. Porto Alegre: AMGH, 2012. Tradução: Roberto Cataldo Costa.</p> <p>BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. <b>Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação</b>. São Paulo: Atlas, 2006.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. <b>Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos</b>.</p> <p>BRAGA, José Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; MARTINO, Luiz Claudio (organizadores). <b>Pesquisa empírica em comunicação</b>. São Paulo: Paulus, 2010. (Coleção comunicação) "Livro Compós 2010". Coedição Paulus/Compós.</p> <p>DEMO, Pedro. <b>Metodologia científica em ciências sociais</b>. São Paulo: Atlas, 1995.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Estética da Comunicação		
<b>Pré-requisito:</b>	<b>Carga horária teórica:</b>	40h	
	<b>Carga horária prática:</b>	-	
	<b>Carga horária total:</b>	40 h	
<b>Ementa</b>	<p>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.</p>		
<b>Objetivos</b>	<p>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.</p>		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>BENJAMIN, Walter. “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”. Em: Lima, Luiz Costa. (org.). <i>Teoria da Cultura de Massa</i>. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. pp. 207 a 240.</p> <p>EAGLETON, Terry. <i>A Ideologia da Estética</i>. Jorge Zahar.</p> <p>GUIMARÃES, César. <i>Comunicação e experiência estética</i>. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003</p> <p>KELLNER, Douglas. <i>A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno</i>. Bauru, SP, EDUSC, 2001.</p> <p>MARCUSE, Herbert. <i>A Dimensão Estética</i>. Lisboa: Edições 70, 2000.</p> <p>PARRET, Herman . <i>A Estética da Comunicação – Além da Pragmática</i>. Campinas: Unicamp, 1998.</p> <p>SANTAELLA, Lúcia. <i>Estética de Platão à Peirce</i>. São Paulo: Experimento, 1999.</p> <p>SHUSTERMAN, Richard. <i>Vivendo a Arte</i>. São Paulo: Cia. das Letras, 1998.</p> <p>SUASSUNA, Ariano. <i>Iniciação à estética</i>. 9. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008.</p> <p>TOLSTÓI, Leon. <i>O Que é Arte?</i> São Paulo: Experimento, 1994.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BAYER, Raymond. <i>História da Estética</i>. Lisboa: Editorial Estampa, 1995.</p> <p>HEIDEGGER, Martin. <i>A Origem da Obra de Arte</i>. Lisboa: Edições 70, 2000.</p> <p>PARREYSON, Luigi. <i>Os problemas da estética</i>. São Paulo: Martins Fontes, 1989.</p> <p>SANTAELLA, Lúcia. <i>Matrizes da Linguagem e do Pensamento: sonora, visual e verbal</i>. São Paulo: Iluminuras, 2001.</p> <p>VAZQUEZ, Adolfo Sanchez. <i>Convite a Estética</i>. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Produção Institucional em Multiplataformas		
<b>Pré-requisito:</b>	Comunicação e Cultura Digital	<b>Carga horária teórica:</b>	20h
	Análise e Produção Textual em Relações Públicas I	<b>Carga horária prática:</b>	60h
	Análise e Produção Textual em Relações Públicas II Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação I Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação II	<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	Roteiro, produção e edição de vídeos institucionais. Produção de peças multimídia para diversos tipos de organizações: entidades civis, órgãos públicos e empresas. Conteúdo digital e produtos de comunicação organizacional em múltiplas plataformas. Spots em áudio, vinhetas sonoras, documentários históricos e temáticos para organizações.		
<b>Objetivos</b>	Oferecer aos estudantes a oportunidade de desenvolvimento de habilidades para criar, produzir, editar e executar conteúdo multimídia para organizações.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>CAMPOS, Flávio. <i>Roteiro de cinema e televisão: a arte a atérnica de imaginar, perceber e narrar uma história</i>. Rio de Janeiro:Zahar Editores, 2007.</p> <p>DOC, Comparato. <i>Da Criação ao Roteiro</i>. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.</p> <p>EISENSTEIN, Serghei. <i>A forma do Filme</i>. Rio de Janeiro: Zahar editores, 2002.</p> <p>FIELD, Syd. <i>Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico</i>. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.</p> <p>MACHADO, Arlindo. <i>A Ilusão Especular. Introdução à fotografia</i>. São Paulo: Brasiliense, 1984.</p> <p>ZETTL, Herbert. <i>Manual de produção de televisão</i>. São Paulo: CENGAGE, 2010.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BARTHES, Roland. <i>A Câmara Clara</i>. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.</p> <p>JAMESON, Fredric. <i>As marcas do visível</i>. Rio de Janeiro: Graal ed., 1995</p> <p>KEMP, Philip. <i>Tudo sobre cinema</i>. Rio de Janeiro: ed. sextante, 2011.</p> <p>MACHADO, Arlindo. <i>Pré-cinemas &amp; pós-cinema</i>. Campinas,SP: Papyrus, 4ª edição, 2007.</p> <p>METZ, Christian. <i>A Significação no Cinema</i>. 2. ed.São Paulo: Ed. Perspectiva, 1977.</p> <p>RAMOS, Luis Fernando. <i>O pacto de Godot e outras encenações imaginárias: a rubrica como poética de cena</i>. São Paulo: Hucitec/Fapesp, 1999.</p> <p>PELLEGRINI, Tânia e outros. <i>Literatura, Cinema e Televisão</i>. São Paulo: Ed. Senac/São Paulo e Itaú Cultura, 2003.</p> <p>RAMOS, Fernão. <i>Mas afinal...o que e mesmo documentario?</i>. São Paulo: Editora Senac, 2008.</p> <p>SIMONARD, Pedro. <i>A geração do Cinema Novo</i>. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.</p> <p>SONTAG,Susan. <i>Ensaio sobre Fotografia</i>. Lisboa: publicações Dom Quixote, 1986</p>		

<b>Disciplina:</b>	Desenvolvimento Orientado de Projetos		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	20h
		<b>Carga horária prática:</b>	20h
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>GUEDES, Enildo et al. <i>Padrão Ufal de normalização</i>. Maceió: Edufal, 2012.</p> <p>LUBISCO, Nídia Maria Lienert; VIEIRA, Sônia Chagas Vieira. <i>Manual de estilo acadêmico: trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses</i>. 5a. Edição revista e ampliada. Salvador: Edufba, 2013.</p> <p>OTANI, Nilo; FIALHO, Francisco Antônio Pereira. <i>TCC: Métodos e Técnicas</i>. Florianópolis: Visual Books, 2011.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BASTOS, Lilia da Rocha et al. <i>Manual para a elaboração de projetos e relatórios de pesquisa, teses, dissertações e monografias</i>. Rio de Janeiro: LTC, 2003.</p> <p>LOPES, Maria Immacolata Vassalo. <i>Pesquisa em comunicação: formulação de um modelo metodológico</i>. São Paulo: Loyola, 2005.</p> <p>MALDONADO, Alberto Efendy et al. <i>Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos</i>. Porto Alegre: 2011.</p> <p>MELO, Jose Marques de. <i>Teoria e metodologia da comunicação: tendências do século XXI</i>. São Paulo: Paulus, 2014.</p> <p>UFAL. <i>Regulamentação dos trabalhos de conclusão dos cursos de jornalismo e relações públicas da universidade federal de alagoas</i>. Maceió: Universidade Federal de Alagoas, 2013. Disponível em &lt;<a href="http://www.ufal.edu.br/unidadeacademica/ichca/RegulamentadoTCC_v2013.pdf">www.ufal.edu.br/unidadeacademica/ichca/RegulamentadoTCC_v2013.pdf</a>&gt;</p>		

<b>Disciplina:</b>	Planejamento Gráfico e Editoração		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	30h
		<b>Carga horária prática:</b>	30h
		<b>Carga horária total:</b>	60h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	Oferecer uma introdução à estética gráfica e aos processos de composição e impressão de jornais e revistas, com treinamento técnico.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>BRINGHURST, Robert. <i>Elementos do estilo tipográfico</i>. São Paulo: Cosac Naify, 2010.</p> <p>COLLARO, Antonio Celso. <i>Produção visual e gráfica</i>. São Paulo: Summus, 2005.</p> <p>CRAIC, James. <i>Produção gráfica</i>. São Paulo: Mosaico, 1980.</p> <p>FUENTES, Rodolfo. <i>A prática do design gráfico</i>. São Paulo: Edições Rosari, 2009.</p> <p>GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. <i>Design Gráfico: do invisível ao ilegível</i>. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.</p> <p>GUIMARÃES, Luciano. <i>A cor como informação</i>. São Paulo: Annablume, 2000.</p> <p>GUIMARÃES, Luciano. <i>As cores na mídia: a organização da cor informação no jornalismo</i>. São Paulo: Annablume, 2003.</p> <p>HOFFMAN, Donald D. <i>Inteligência Visual: como criamos o que vemos</i>. Rio de Janeiro: Campus, 2000.</p> <p>HURLBURT, Allen. <i>Layout: o design da página impressa</i>. São Paulo: Nobel, 2002.</p> <p>RIBEIRO, Milton. <i>Planejamento visual gráfico</i>. Brasília: LGE, 2003.</p> <p>WILLIAMS, Robin. <i>Design para quem não é designer: noções de planejamento visual</i>. São Paulo: Callis, 2005.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>CARDOSO, Rafael (org.) <i>O design brasileiro</i>. São Paulo: Cosac Naify, 2005.</p> <p>FILHO, João Gomes. <i>Gestalt do Objeto</i>. São Paulo: Escrituras, 2000.</p> <p>HOLLIS, Richard. <i>Design Gráfico: uma história concisa</i>. São Paulo: Martins Fontes, 2001.</p> <p>KANIZSA, Gaetano. <i>Gramática de la visión</i>. Barcelona: Paidós, 1986.</p> <p>KOPP, Rudinei. <i>Design Gráfico cambiante</i>. São Paulo: 2AB, 2009.</p> <p>LUPTON, Ellen. <i>Pensar com tipos</i>. São Paulo: Cosac Naify, 2010.</p> <p>MELO, Chico Homem de (Org.). <i>O design gráfico brasileiro</i>. São Paulo: Cosac Naify, 2006.</p> <p>OLIVEIRA, Marina. <i>Produção gráfica para designers</i>. Rio de Janeiro: 2AB, 2002.</p> <p>PELTZER, Gonzalo. <i>Jornalismo iconográfico</i>. Lisboa: Planeta Editora, 1991.</p> <p>TONDREAU, Beth. <i>Criar grids</i>. São Paulo: Blucher, 2009.</p> <p>VILLAS-BOAS, André. <i>Utopia e disciplina</i>. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.</p>		

### 13.4.3 Disciplinas Obrigatórias – Eixo III

<b>Disciplina:</b>	Fundamentos e Teorias das Relações Públicas		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	
		<b>Carga horária prática:</b>	
		<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. Para entender Relações Públicas. 3a. edição, São Paulo, Loyola, 1983.</p> <p>_____. Psicosociologia das Relações Públicas. Rio de Janeiro, Vozes, 1975.</p> <p>FRANÇA, Fábio. <b>Públicos</b>: Como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul, Ed. Difusão, 2004.</p> <p>GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A; FRANÇA, F. <b>Relações Públicas</b>: teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul, Difusão, 2009.</p> <p>GRUNIG, James E. <b>Gerando comunicação excelente</b>. Revista da Aberje, 2000, p. 21 – 24.</p> <p>_____. A função das relações públicas na administração e sua contribuição para a efetividade social e organizacional. Revista Comunicação e Sociedade. São Bernardo do Campo, UMEESP, Ano 24, no. 39, 2003, p. 67 – 92.</p> <p>KUNSCH, Margarida M. K. <b>Relações Públicas e Modernidade</b>. São Paulo, Summus, 1997.</p> <p>_____. (org.) <b>Relações Públicas</b>: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo, Ed. Saraiva, 2009.</p> <p>SIMÕES, Roberto Porto. <b>Relações Públicas</b>: função política. 3a. ed. São Paulo, Summus, 1995.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>GRUNIG, James E. e Hunt, Todd. Managing Public Relations. New Jersey, EUA, Holt, Rinehart and Winston, 1984.</p> <p>KUNSCH, Margarida M. K. (org.). Obtendo resultados em Relações Públicas. 2ª. Edição, São Paulo, Pioneira, 2006.</p> <p>BASKIN, Otis; ARONOFF, Craig. <i>Public Relations: the profession and the practice</i>. 3a. edição, EUA, WCB Editores, 1992.</p> <p>BLACK, Sam. Casos de Relaciones Públicas <i>Internacionales</i>. Barcelona, Ediciones Gestión 2000, 1993.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Teorias das Organizações Aplicadas às Relações Públicas I		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	
		<b>Carga horária prática:</b>	
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	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		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>CHIAVENATO, I. Introdução à Teoria Geral da Administração. Edição Compacta. Rio de Janeiro: Campus, 2000.</p> <p>FERREIRA, Ademir Antonio. Gestão Empresarial: de Taylor aos nossos dias: evolução e tendências da moderna administração de empresas. São Paulo: Pioneira, 1997.</p> <p>MORGAN, Gareth. Imagens da Organização. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>MOTTA, F.C.P. &amp; VASCONCELOS, I. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>DRUCKER, P. Sociedade Pós Capitalista. São Paulo: Pioneira, 1994.</p> <p>KWASNICKA, E. L. Introdução à Administração. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>LODI, João Bosco. História da Administração. São Paulo: Pioneira, 1993.</p> <p>MAXIMIANO, A. C. A Teoria Geral da Administração. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>_____ Introdução à Administração. São Paulo: Atlas, 2000.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Comunicação Organizacional		
<b>Pré-requisito:</b>	Comunicação, Culturas e Diversidades Étnico-Sociais Teorias das Organizações Aplicadas às Relações Públicas Fundamentos Teóricos das Relações Públicas	<b>Carga horária teórica:</b>	60h
		<b>Carga horária prática:</b>	20h
		<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	Estudo da comunicação como um setor integrado à estrutura organizacional, compreendendo o seu funcionamento nas organizações em geral.		
<b>Objetivos</b>	Estudar o surgimento, evolução, conceitos e práticas da comunicação organizacional, suas correntes e perspectivas teóricas, para a compreensão acerca do sistema de comunicação nas organizações no que diz respeito aos seus processos, níveis, barreiras, fluxos, redes, meios e dimensões, assim como a comunicação organizacional integrada e o contexto da cultura digital.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>KUNSCH, Margarida M; Krohling (org) Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008</p> <p>_____ (org.) Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos. (Volume 1). São Paulo: Editora Saraiva, 2009</p> <p>_____ (org.) Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos. (Volume 2). São Paulo: Editora Saraiva, 2009</p> <p>LUPETTI, Marcelia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica. São Paulo: Thomson Learning, 2007.</p> <p>PINHO, J. B. Comunicação nas organizações. Viçosa: Ed.UFV, 2006.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>ADLER, Ronald B. e RODMAN, George. Comunicação humana. 7ª ed. Rio de Janeiro: LTC Editora, 2000.</p> <p>BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: teoria e pesquisa. Barueri: Manole, 2003.</p> <p>GOMES, Nelson e NASSAR, Paulo. A comunicação da pequena empresa. São Paulo: Globo 1997.</p> <p>OLIVEIRA, Ivone e PAULA, Maria Aparecida de. O que é comunicação estratégica nas organizações? São Paulo: Paulus, 2007</p> <p>MARCHIORI, Marlene. (org). Faces da cultura e da comunicação organizacional. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006.</p> <p>_____ Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico sobre a organização. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006.</p> <p>NASSAR, Paulo (org). Comunicação interna: a força das empresas. São Paulo: Aberje, volume 1 (2003), volume 2 (2005), volume 3 (2006) e volume 4 (2009).</p> <p>NEVES, Roberto de Castro. Comunicação empresarial integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.</p> <p>TORQUATO DO REGO, Francisco Gaudêncio. Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986.</p> <p>_____. Tratado de comunicação organizacional e marketing político. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Técnicas e Instrumentos de Comunicação Dirigida em Relações Públicas		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	40h
		<b>Carga horária prática:</b>	40h
		<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	Compreensão e produção de conteúdo de natureza oral, escrita e audiovisual. Estudo da oratória contemporânea. Análise e execução de textos orais e audiovisuais utilizando as técnicas de comunicação dirigida oral na esfera metodológica de reuniões. Comunicação interpessoal e não-verbal (Proxêmica, Cinésica e tacêsica) no âmbito da comunicação dirigida aproximativa.		
<b>Objetivos</b>	Ensinar aos alunos as técnicas de práticas da comunicação dirigida, bem como a produção de conteúdo nos veículos escritos e áudio visuais.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. <b>Como administrar reuniões:</b> dirigir, organizar, planejar, coordenar, controlar. São Paulo: Loyola, 1998.</p> <p>BRETON, Philippe. <b>A argumentação na comunicação.</b> Bauru, SP: EDUSC, 1999.</p> <p>CERNEY, J.V. <b>O poder da comunicação:</b> a arte de vencer por meio das palavras. 2ª ed., São Paulo: IBRASA, 1978.</p> <p>CÉSAR, Cyro. <b>Como falar no rádio:</b> prática de locução AM e FM – dicas e toques. 6ª ed., São Paulo: IBRASA, 1990.</p> <p>FERREIRA, W. Comunicação dirigida: instrumento de relações públicas. In KUNSCH, M. M. K. (org.) Obtendo resultados com relações públicas. São Paulo: Pioneira, 2006.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>FARIAS, L. A. B. de. Relacionamento nas organizações. In <i>Communicare Revista de Pesquisa</i>. Vol. 1. No. 1.</p> <p>FORTES, W. G. Relações Públicas - processo, funções, tecnologia e estratégias. São Paulo: Summus, 2003.</p> <p>GRACIOSO, F. Propaganda institucional - nova arma estratégica da empresa. São Paulo: Atlas, 1995.</p> <p>KUNSCH, M. M. K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. Edição revista, atualizada e ampliada. São Paulo: Summus, 2003.</p> <p>MORGAN, G. Imagens da organização. São Paulo: Atlas, 1996.</p> <p>NASSAR, P. Relações públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória Institucional. S. C. do Sul: Difusão, 2007.</p> <p>PINHO, J. B. Publicidade e vendas na internet. São Paulo: Summus, 2000.</p> <p>TORQUATO, G. Tratado de Comunicação Organizacional e política. São Paulo: Thomson, 2002.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Planejamento de Relações Públicas		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	40h
		<b>Carga horária prática:</b>	40h
		<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	<p>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.</p> <p>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.</p>		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>ALBUQUERQUE, Adão Eunes. Planejamento das relações públicas. Porto Alegre: Acadêmica, 1983.</p> <p>EVANGELISTA, Marcos Fernando. Planejamento de relações públicas. Rio de Janeiro: EDIOURO, 1983.</p> <p>KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4. ed (revista, ampliada e atualizada). São Paulo: Summus: 2003.</p> <p>LUPPETI, Marcelia. Planejamento de comunicação: São Paulo: Futura, 2000.</p> <p>OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. 17.ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2002</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>CARVALHO, Horácio Martins. Introdução à teoria do planejamento. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1979.</p> <p>KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). Obtendo resultados com relações públicas. 2. ed. revista e atualizada. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.</p> <p>_____. Auditoria da comunicação organizacional. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. p. 236-252.</p> <p>_____ (org.) Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. São Caetano do Sul: Difusão Editora:2008</p> <p>TAVARES, Mauro Calixta. Gestão estratégica. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>TAVARES, Mauricio. Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009</p>		

<b>Disciplina:</b>	Identidade Corporativa e Cultura Organizacional		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	60h
		<b>Carga horária prática:</b>	20h
		<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas: O Novo Papel dos Recursos Humanos nas Organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1999.</p> <p>DUBRIN, A.J. Fundamentos do Comportamento Organizacional. São Paulo: Thomson, 2003.</p> <p>FLEURY, M.T.L. &amp; Fischer R.M. Cultura e Poder nas Organizações. São Paulo: Atlas, 1996.</p> <p>FREITAS, M.E. Cultura Organizacional: Formação, Tipologias e Impacto. São Paulo: Makron Books, 1991.</p> <p>MORGAN, G. Imagens da Organização. São Paulo: ATLAS, 2000.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>CHANLAT, J.F. (Coord) O Indivíduo na Organização: Dimensões Esquecidas, V.III. São Paulo: Atlas, 1996.</p> <p>DAVIS, K. &amp; NEWSTROM, J.W. O Comportamento Humano no Trabalho, V.I. São Paulo: Thomson Learning, 2002.</p> <p>MAXIMIANO, A. C.A .Teoria Geral de Administração. São Paulo: Atlas, 2002.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Marketing para Relações Públicas		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	40h
		<b>Carga horária prática:</b>	40h
		<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	<p>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.</p>		
<b>Objetivos</b>	<p>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.</p>		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>KOTLER, Philip. <b>Administração de marketing</b>. São Paulo: Prentice Hall, 2000.</p> <p>ROCHA, Ângela; CHRISTENSEN, Carl. <b>Marketing: teoria e prática no Brasil</b>. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.</p> <p>SCOTT, David Meerman. <b>As novas regras do marketing e de relações públicas</b>. Rio de Janeiro: Campus, 2007.</p> <p>WRAGG, David. <b>Relações públicas em marketing de venda: uma abordagem gerencial</b>. São Paulo: McGraw Hill, 1989</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BRUM, Analisa de Medeiros. <b>Marketing como estratégia de gestão</b>. Porto Alegre: L&amp;PM, 1998.</p> <p>FIGUEIREDO, Rubens (org.) <b>Marketing político e persuasão eleitoral</b>. 3ª ed. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, 2000.</p> <p>KOTLER, Philip; ROBERTO, Eduardo. <b>Marketing social: estratégias para alterar o comportamento público</b>. Rio de Janeiro: Campus, 1992.</p> <p>RIES, Al; TROUT, Jack. <b>Posicionamento: como a mídia faz sua cabeça</b>. São Paulo: Pioneira, 1987.</p> <p>VAZ, Gil Nuno. <b>Marketing institucional: o mercado de ideias e imagens</b>. 2ª ed. São Paulo: Pioneira, 2003.</p> <p>WOERNER, Joachim. <b>Marketing para todos</b>. São Paulo: Summus, 2000.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Relações Públicas Comunitárias e Terceiro Setor		
<b>Pré-requisito:</b>	Comunicação e Cidadania	<b>Carga horária teórica:</b>	30h
		<b>Carga horária prática:</b>	30h
		<b>Carga horária total:</b>	60h
<b>Ementa</b>	Reflexão sobre o papel das Relações Públicas no âmbito da administração pública na sociedade contemporânea, por intermédio exame de realidade, participação e gestão em programas dirigidos a pessoas, grupos ou instituições do Terceiro Setor. Apresentação do Terceiro Setor como um propício para a prática profissional de Relações Públicas, com vistas a à profissionalização do setor, destacando-se questões diretamente relacionadas a um processo de mudança: aumento na demanda de serviços sociais, parcerias entre os poderes públicos e a iniciativa privada, incremento na responsabilidade social empresarial e maior consciência da sociedade no sentido de reequilibrar as fortes desigualdades existentes.		
<b>Objetivos</b>	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, grupos ou instituições do Terceiro Setor. Permitir aos alunos uma visão abrangente do papel das Relações Públicas.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>CÉSAR, Regina Célia Escudero. Relações públicas comunitárias. Comunicação &amp; Sociedade. São Bernardo do Campo, Póscom-Umesp, n. 15, p. 145-164, 2o. sem. 1987.</p> <p>CÉSAR, Regina Célia Escudero. As relações públicas frente ao desenvolvimento comunitário. Comunicação &amp; Sociedade. São Bernardo do Campo, Póscom-Umesp, n. 32, p. 69-88, 2o. sem. 1999.</p> <p>INSTITUTO ETHOS. Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades. São Paulo: Petrópolis, 2002.</p> <p>KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (orgs.). Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.</p> <p>MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, Cesar. Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.</p> <p>PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Comunicação nos movimentos populares. Petrópolis: Vozes, 1998.</p> <p>SINA, Amália; SOUZA, Paulo de. Marketing social: uma oportunidade para atuar e contribuir socialmente no terceiro setor. São Paulo: Crescente Editorial, 1999.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>INSTITUTO ETHOS. Guia de elaboração de relatório e balanço anual de responsabilidade social empresarial - 2001. São Paulo: Instituto Ethos, jun. 2001.</p> <p>_____. Indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial - 2001. São Paulo: Instituto Ethos, jun. 2001.</p> <p>_____. Como as empresas podem implementar programas de voluntariado. São Paulo: Instituto Ethos, abr. 2001.</p> <p>IOSCHPE, Evelyn Berg (org). 3º setor: desenvolvimento social sustentado. .2ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000</p> <p>FERNANDES, Rubem César. Privado, porém público: o terceiro setor na América Latina. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.</p> <p>KUNSCH, Margarida. M. Krohling. Relações públicas e responsabilidade social. In: Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4a. ed. - revista, atualizada e ampliada. São Paulo: Summus, 2003. [Item 5 do cap. III - Relações públicas nas organizações].</p>		

	<p>_____. Relações públicas comunitárias: um desafio. Comunicação &amp; Sociedade. São Bernardo do Campo, Póscom-Umesp, n. 11, p. 131-150, 1o. sem. 1984.</p> <p>_____. Propostas alternativas de relações públicas. Revista Brasileira de Comunicação. São Paulo: Intercom, n. 57, p. 48-58, 2o. sem. 1987.</p> <p>MERCADO GLOBAL. Margarida e Waldemar (org). Relações Públicas comunitárias numa perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.</p> <p>LEITE, Flávia Bastos. O papel de relações públicas na administração da comunicação em empresas atuantes no terceiro setor: fundamentos e conceitos básicos. São Paulo, 2000. TCC - ECA-USP.</p> <p>PAOLI, Maria Célia. Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil. In: PERUZZO, Círcia M. Krohling. Relações públicas no modo de produção capitalista. São Paulo: Summus, 1986.</p> <p>SZAZI, Eduardo. Terceiro setor - regulação no Brasil. 3ª ed. São Paulo: Peirópolis, 2003</p>
--	---

<b>Disciplina:</b>	Teoria da Opinião Pública		
<b>Pré-requisito:</b>	Comunicação e Política	<b>Carga horária teórica:</b>	40h
		<b>Carga horária prática:</b>	
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	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. Problematizar 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.		
<b>Objetivos</b>	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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>BOURDIEU, Pierre. <b>A opinião pública não existe.</b></p> <p>DUARTE, Pedro Russi; AIRES NETO, Lauro Maranhão. <i>Líderes de opinião no ambiente mediático: uma abordagem no campo da Comunicação.</i> Porto Alegre: Entremeios, 2010.</p> <p>LATTIMORE, Dan [et al.] <i>Relações Públicas: profissão e prática.</i> Porto Alegre: AMGH, 2012. Tradução: Roberto Cataldo Costa.</p> <p>LIPPMAN, Walter. <i>Opinião Pública.</i> Rio de Janeiro: Vozes. 2008. VATTIMO, G. <i>A sociedade transparente.</i> Lisboa: Edições 70, 1989.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>Briggs, A. e Burker, P. <i>Uma história social da mídia: De Gutenberg à Internet.</i> Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.</p> <p>Castells, M. <i>A sociedade em rede. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, vol.I).</i> São Paulo: Paz e Terra, 1999</p>		

<b>Disciplina:</b>	Publicidade e Propaganda para Relações Públicas		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	60h
		<b>Carga horária prática:</b>	20h
		<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	<p>Perspectiva histórica, conceituação e fundamentos teóricos da propaganda comercial, institucional ou corporativa, eleitoral e ideológica, do marketing político e da mídia espontânea gratuita. Publicidade off line e on-line. Funções socioeconômicas da atividade publicitária. Propaganda institucional: ferramenta e ação estratégicas de Relações Públicas. Mecanismos de ação e efeitos. As diferentes filosofias publicitárias. Promoção de vendas. Merchandising (na mídia). Marketing direto. PLV. Funções da propaganda em RRPP. A publicidade, os fenômenos contemporâneos de despublicitarização e hiperpublicitarização. Estrutura e funcionamento de uma agência de propaganda e dos respectivos departamentos de publicidade do anunciante e dos veículos de comunicação. As diversas profissões no mercado da publicidade e suas funções. Planejamento da campanha. Criação de mensagens. Técnicas de produção e difusão. Modos e instrumentos de avaliação de campanhas.</p>		
<b>Objetivos</b>	<p>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 em nossa sociedade.</p>		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>BARBOSA, Ivan; PEREZ, Clotilde. (Orgs.). <i>Hiperpublicidade</i>. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007. vol. 1. Fundamentos e interfaces. vol. 2. Atividades e tendências.</p> <p>BARRETO, Roberto Menna. <i>Criatividade em propaganda</i>. 12ª ed. Rio de Janeiro: Summus, 2004.</p> <p>GRACIOSO, Francisco; NAJJAR Eduardo Rienzo. <i>Propaganda institucional: nova arma estratégica da empresa</i>. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>CORREA, Roberto. <i>Planejamento de propaganda</i>. 9ª ed. São Paulo: Global, 2004.</p> <p>COVALESKI, Rogério. <i>Publicidade híbrida</i>. Curitiba: Maxi, 2010.</p> <p>SANT'ANNA, Armando. <i>Propaganda: teoria, técnica e prática</i>. 8ª ed. rev. e ampl. por Ismael Rocha Júnior e Luiz Fernando Dabul Garcia. São Paulo: Thompson, 2008.</p> <p>SILVA, Iara ; TOALDO, Mariângela. <i>Publicitários + Anunciantes: a dinâmica de uma relação complexa</i>. Porto Alegre: Entremeios, 2010.</p> <p>TAHARA, Mizuho. <i>Mídia</i>. 8ª ed. São Paulo: Global, 2004.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Mix Comunicacional e Marca		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	40h
		<b>Carga horária prática:</b>	40h
		<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	<p>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>lovetmarks</i>, força da marca, marca multissensorial, <i>brand content</i> e <i>branded content</i>...).</p>		
<b>Objetivos</b>	<p>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.</p>		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>AAKER, David. A. <i>Marcas: Brand Equity gerenciando o valor da marca</i>. São Paulo: Negócio, 1998.</p> <p>KAPFERER Jean-Noel. <i>As Marcas: Capital da Empresa</i>. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.</p> <p>ORGANICOM, Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Identidade, Marca e Gestão da Reputação Corporativa. São Paulo, v. 4, n. 7, 2º sem. 2007.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>CHETOCHINE, Georges. <i>A derrota das marcas, como evitá-la?</i> São Paulo: Makron Books, 1999.</p> <p>KLEIN, Naomi. <i>Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido</i>. Rio de Janeiro: Record, 2002.</p> <p>LINDSTROM, Martin. <i>Brandsense: a marca multissensorial</i>. Porto Alegre: Bookman, 2007.</p> <p>ROBERTS, Kevin. <i>Lovemarks: o futuro além das marcas</i>. São Paulo: M. Books, 2004.</p> <p>ZOZZOLI, Jean Charles Jacques. A marca comercial-institucional – retrospectiva e prospecção. In: BARBOSA, Ivan Santo, (Org.). <i>Os sentidos da publicidade: estudos interdisciplinares</i>. Thompson: São Paulo, 2005, p. 111-145.</p> <p>ZOZZOLI, Jean Charles Jacques. Marca: para além da concepção de branding. In: GOMES, Neusa Demartini, (Org.). <i>Fronteiras da publicidade: faces e disfarces da linguagem persuasiva</i>. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 84-108.</p> <p>ZOZZOLI, 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, (Org.). <i>Contexto Organizacional Midiatizado. Coleção Faces da cultura e da comunicação organizacional, v. 8</i>. São Caetano, SP: Difusão. 2014. p. 139-168.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Pesquisa de Opinião Pública		
<b>Pré-requisito:</b>	Teoria da Opinião Pública	<b>Carga horária teórica:</b>	20h
	Teoria e Métodos da Pesquisa em Comunicação	<b>Carga horária prática:</b>	40h
		<b>Carga horária total:</b>	60h
<b>Ementa</b>	<p>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 que 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.</p>		
<b>Objetivos</b>	Tornar o estudante apto em analisar, gerenciar e executar pesquisas sobre preferências e tendências opinião pública.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>FERRARI, Trujillo Alfonso. Metodologia da Pesquisa Científica. São Paulo, McGraw Hill, 1982.</p> <p>GIL, Antonio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. São Paulo, Ed. Atlas, 1994.</p> <p>HEGENBERG, Leonidas. Introdução à Filosofia da Ciência. São Paulo, Ed. Herder, 1982.</p> <p>LAMBERT e BRITTAN. Introdução à Filosofia da Ciência. São Paulo, Ed. Cultrix, 1972.</p> <p>RICHARDSON, Robert J.. Pesquisa Social. Métodos e Técnicas. São Paulo, Ed. Atlas, 1989.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>FERRARI, Trujillo Alfonso. Metodologia da Pesquisa Científica. São Paulo, McGraw Hill, 1982.</p> <p>GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de Pesquisa. São Paulo, Ed. Atlas, 1994</p> <p>GIL, Antonio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. São Paulo, Ed. Atlas, 1994.</p> <p>HEGENBERG, Leonidas. Explicações Científicas. São Paulo, Ed. Herder. EDUSP, 1969.</p> <p>LAKATOS, E. Maria e all. Metodologia Científica. São Paulo, Ed. Atlas, 1989.</p> <p>LAMBERT e BRITTAN. Introdução à Filosofia da Ciência. São Paulo, Ed. Cultrix, 1972.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Comunicação Pública		
<b>Pré-requisito:</b>	Comunicação e Política	<b>Carga horária teórica:</b>	40h
		<b>Carga horária prática:</b>	20h
		<b>Carga horária total:</b>	60h
<b>Ementa</b>	Compreensão do papel da comunicação governamental nas relações entre o Estado e a sociedade, mediadas pelos meios de comunicação com a opinião pública.		
<b>Objetivos</b>	Permitir aos alunos uma visão abrangente do papel das Relações Públicas no âmbito da administração pública no contexto da sociedade contemporânea.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>DUARTE, Jorge.....</p> <p>KAPLAN, A . e LASSWELL, H. Poder e sociedade. Brasília: Universidade de Brasília, 1979.</p> <p>KOTLER, P., HAIDER , D. H. e REIN, I. Marketing público. São Paulo: Makron, 1995.</p> <p>LOPES, M. Relações Públicas Governamentais e a era Lula. Revista Comunicação Empresarial, Aberje, 1o. trimestre de 2003. Pp. 20-29.</p> <p>TORQUATO , Gaudêncio. Marketing e comunicação na administração pública. Disponível em <a href="http://www.polistar.com/brasil/adm.publica/publica/htm">www.polistar.com/brasil/adm.publica/publica/htm</a>.</p> <p>_____. Marketing político e governamental. São Paulo: Summus, 1985.</p> <p>ZÉMOR, Pierre. La communication publique. Paris: Presses Universitaires de France, 3ed. 2005.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>ALVES, M. M. Sábados azuis - 75 histórias de um Brasil que dá certo. 2a. ed. Rio de Janeiro: Léo Christiano Ed., 2000.</p> <p>ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. Administração de Relações Públicas no governo. São Paulo: Loyola, 1982.</p> <p>ARAGÃO, Murilo de. Grupos de Pressão no Congresso Nacional: Como a sociedade pode defender licitamente seus direitos no poder legislativo, São Paulo, Maltese, 1994</p> <p>BOBBIO, Norberto. O futuro da democracia. São Paulo: Paz e Terra, 2004.</p> <p>KUNSCH, M. M. K. Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997.</p> <p>LODI, J. B. Lobby e grupos de pressão. São Paulo: Pioneira, 1986.</p> <p>MATOS, H. Comunicação política e dimensão mercadológica no espaço público. Revista Líbero, ano 1, no. 2, 1998.</p> <p>_____. Comunicação pública, democracia e cidadania. Revista Líbero, ano 2, no. 3/4, 1999.</p> <p>_____. Comunicação pública e comunicação global. Revista Líbero, ano 3, no. 6, 2000.</p> <p>NOVELLI, A. L. Relações Públicas Governamentais: ação para a cidadania. Site do Conferp, março de 2003 (<a href="http://www.conferp.org.br">www.conferp.org.br</a> )</p> <p>OSBORNE, D e GAEBLER, T. Reinventando o governo: como o espírito empreendedor está transformando o setor público. 7a ed. Brasília: MH Comunicações, 1995.</p> <p>PERRI, E-governance. Do digital aids make a difference in policy making? In: Designing E-government. Prins J.E.J. (ed.) Kluwer Law International. Pp. 7-27, 2001.</p> <p>POYARES, W. Imagem pública: glória para uns, ruína para outros. São Paulo: Globo, 1998.</p> <p>ROLANDO, Stefano (org). Teoria e tecnica della comunicazione pubblica: dallo Stato sovraordinato allá sussidiarietà. Milão: ETASLAB, 2ed., 2003.</p> <p>TORQUATO , Gaudêncio. Comunicação empresarial/comunicação institucional. São Paulo: Summus, 1986.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Assessoria de Comunicação		
<b>Pré-requisito:</b>	Planejamento de Relações Públicas	<b>Carga horária teórica:</b>	20h
	Pesquisa de Opinião Pública	<b>Carga horária prática:</b>	60h
		<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	Assessoria de comunicação integrada. Histórico e Evolução. Culturas de assessoramento. Planejamento (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/imprensa. 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.		
<b>Objetivos</b>	Capacitar para a atividade de assessoria de comunicação, em suas diversas faces: da comunicação interna à comunicação externa.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>BARBEIRO, Heródoto. <i>Midia training: como usar a imprensa a seu favor</i>. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>DUARTE, Jorge (Org.). <i>Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica</i>. São Paulo: Atlas, 2011.</p> <p>FERRARETTO, Elisa Kopplin e Luiz Artur. <i>Assessoria de Imprensa: teoria e prática</i>. São Paulo: Summus, 2009.</p> <p>FORNI, João José. <i>Gestão de crises e comunicação</i>. São Paulo: Atlas, 2013.</p> <p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). <i>Comunicação Organizacional: Linguagem, gestão e perspectivas (Volume 2)</i>. São Paulo: Saraiva, 2009.</p> <p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). <i>Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos (Volume 1)</i>. São Paulo: Saraiva, 2009.</p> <p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling. <i>Planejamento de relações públicas e comunicação integrada</i>. São Paulo: Summus, 2003.</p> <p>LORENZON, Gilberto &amp; MAWAKDIYE, Alberto. <i>Manual de Assessoria de Imprensa</i>. São Paulo: Editora Mantiqueira, 2003.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BARROS FILHO, CLOVIS (Org.). <i>Ética e comunicação organizacional</i>. São Paulo: Paulus, 2007.</p> <p>CARVALHO, Claudia; REIS, Lea Maria Aarao. <i>Manual prático de assessoria de imprensa</i>. Rio de Janeiro: Campus Editora, 2008.</p> <p>TAVARES, Ilone Gomes e TAVARES, Mauricios. <i>Planejamento de Comunicação</i>. São Paulo: Atlas, 2011.</p> <p>TORQUATO, Gaudêncio. <i>Tratado de Comunicação Empresarial</i>. São Paulo: Thomson, 2004.</p> <p>VASCONCELOS, Luciene Ricciotti. <i>Planejamento de comunicação integrada: manual de sobrevivência para as organizações do século XXI</i>. São Paulo: Summus, 2009.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Gestão Estratégica de Projetos em Relações Públicas		
<b>Pré-requisito:</b>	Teoria e Métodos da Pesquisa em Comunicação	<b>Carga horária teórica:</b>	30h
	Gestão Orçamentária e Administrativa para Relações Públicas	<b>Carga horária prática:</b>	30h
		<b>Carga horária total:</b>	60h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	Tornar o estudante capaz de produzir e gerenciar projetos de comunicação, concorrer a editais, desenvolver planejamento estratégico.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>MALAGODI, Maria Eugenia; CESNIK, Fábio de Sá. <i>Projetos culturais - elaboração, aspectos legais, administração, busca de patrocínio</i>. São Paulo: Escrituras, 2004.</p> <p>MARINO, Eduardo. <i>Manual de avaliação de projetos sociais</i>. São Paulo: Saraiva, 2003.</p> <p>THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. <i>Projetos culturais - técnicas de modelagem</i>. Rio de Janeiro: FGV, 2008.</p> <p>LÜCK, Heloísa. <i>Metodologia de projetos: uma ferramenta de planejamento e gestão</i>. Petrópolis: Vozes, 2003</p> <p>VALLERIANO, Dalton L. <i>Gerenciamento estratégico e administração por projetos</i>. São Paulo: Makron Books, 2001.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Disponível em &lt;<a href="http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8313cons.htm">http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8313cons.htm</a>&gt;</p> <p>COSTA, Maria Cristina Castilho. <i>Gestão da comunicação: projetos de intervenção</i>. São Paulo: Paulinas, 2009.</p> <p>DIAZ BORDENAVE, Juan; CARVALHO, Horácio Martins de. <i>Comunicação e planejamento</i>. São Paulo: Paz &amp; Terra: 1987</p> <p>FRANÇA, Fabio; FREITAS, Sidineia Gomes. <i>Manual da qualidade em projetos de comunicação. Administração e negócios</i>. São Paulo, Thomson Pioneira, 1997.</p> <p>MOLENA, Airton. <i>A comunicação na gestão de projetos</i>. Rio de Janeiro. Ciência Moderna, 2011.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Produção Cultural, Gestão de Eventos e Cerimonial		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	20h
		<b>Carga horária prática:</b>	40h
		<b>Carga horária total:</b>	60h
<b>Ementa</b>	O que é Produção Cultural. Tipos de produção cultural. Campos de atuação. Criação e gerenciamento de projetos de produção cultural. Políticas públicas culturais no Brasil e no contexto internacional. Modelos de gestão cultural. Análise de leis de incentivo à cultura, editais, fundos e outros fomentos. Produção cultural para empresas, governo e terceiro setor. Gerenciamento de atividades culturais e eventos institucionais. Cerimonial.		
<b>Objetivos</b>	Capacitar para exercer atividades de produção cultural e gerenciamento de eventos de médio e grande porte.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>CESCA, C. G. G. Organização de eventos - manual para planejamento e execução. 2a. ed. São Paulo: Summus, 1997.</p> <p>GIACAGLIA, M. C. Eventos – como criar, estruturar e captar recursos. São Paulo: Thomson, 2007.</p> <p>GIACAGLIA, M. C. Organização de eventos – teoria e prática. São Paulo: Thomson, 2003</p>		

<b>Disciplina:</b>	Relações Públicas Internacionais		
<b>Pré-requisito:</b>	Fundamentos Teóricos das Relações Públicas	<b>Carga horária teórica:</b>	
		<b>Carga horária prática:</b>	
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	Comparar as práticas de Relações Públicas entre diferentes países aplicando os princípios específicos da Teoria Global de Relações Públicas; analisar a importância dos grupos de ativistas e das agências reguladoras como atores importantes no trabalho globalizado; realizar, estudos práticos sobre a gestão da comunicação em organizações globalizadas e verificar quais são as características que fazem a diferença nos relacionamentos corporativos e reputacional.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>Barbosa, Livia (org.). Cultura e Diferença nas organizações. São Paulo. Atlas, 2009.</p> <p>Ferrari, Maria Aparecida. A prática das Relações Públicas internacionais na sociedade contemporânea. Anuário da UNESCO/Metodista. Programa de Pós-graduação, Universidade Metodista de São Paulo, ano 6, no.12, 2009.</p> <p>Finuras, Paulo. Gestão intercultural. 2ª. Ed. Lisboa, Ed. Silabo, 2007.</p> <p>Fleury, Alfonso e Fleury, Maria Tereza L (coord.) Internacionalização e os países emergentes. São Paulo, Atlas, 2007.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>Chanlat, Jean-François (coord.) O indivíduo na organização. Vol. I, São Paulo, Atlas, 1993.</p> <p>Grunig, J. E., Ferrari, M. A. E França, F. Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul, Difusão, 2009.</p> <p>Grunig, L. A., Grunig, J. E., Ferrari, M. A. Perspectivas do Excellence Study para a comunicação nas organizações. IN Campos Acadêmicos e Aplicados de múltiplas perspectivas. São Caetano do Sul, Difusão, 2009.</p> <p>Motta, Fernando P. &amp; Caldas, Miguel P. Cultura Organizacional e Cultura Brasileira. São Paulo, Atlas, 1997</p>		

<b>Disciplina:</b>	Relações Públicas e Memória Institucional		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	
		<b>Carga horária prática:</b>	
		<b>Carga horária total:</b>	60h
<b>Ementa</b>	Compreensão dos processos, ações e meios relacionados à Memória institucional no âmbito das políticas, planejamento e práticas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.		
<b>Objetivos</b>	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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>CESCA, Cleusa G. Gimenes (org.). Relações públicas e suas interfaces. São Paulo: Summus, 2006</p> <p>COYEN, Y. História Oral: uma metodologia, um modo de pensar. , um modo de transformar</p> <p>NASSAR, Paulo (org). Memória de empresa: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações. São Paulo: Aberje, 2004.</p> <p>LE GOFF, Jacques. História e memória. Campinas: Unicamp, 2003.</p> <p>NASSAR, Paulo. Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações. São Paulo: Difusão, 2007.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BOM MEIHY, J.C.S. Definindo história oral e memória. Cadernos CERU. São Paulo:CERU, nº 5, série 2, 1994.</p> <p>BOSI, Ecléa. Lembrança de velhos: memória e sociedade. São Paulo: T. A. Queiroz, 1979.</p> <p>BORDIEU, Pierre. Razões práticas: sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus, 1996.</p> <p>_____. O campo científico. In: Pierre Bourdieu. São Paulo: Ática, 1983.</p> <p>BURKE, Peter (org.). A escrita da história: novas perspectivas. São Paulo: Unesp, 1992.</p> <p>CAMPBELL, Joseph. O herói de mil faces. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 2000.</p> <p>CASTELLS, Manuel. A era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol. 1 - A sociedade em rede. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.</p> <p>as ciências sociais? Ciências Sociais Hoje. São Paulo: HUCITEC/ANPOCS, 1993.</p> <p>DRUCKER, Peter. Desafios gerenciais para o século XXI. São Paulo: Pioneira, 1999.</p> <p>GAGETE, Elida e TOTINI, Beth. Memória empresarial: uma análise da sua evolução. In:</p> <p>HOBBSAWN, Eric. Sobre história. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.</p> <p>LODI, João Bosco. A entrevista: teoria e prática. São Paulo: Pioneira, 1991.</p> <p>NORA. P. Entre Memória e História: a problemática dos lugares. Projeto História 10. São Paulo:PUC, Educ., 1993.</p> <p>SARLO, Beatriz. Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva. São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: UFMG, 2007.</p> <p>SIMÕES, Roberto Porto. Relações públicas e micropolítica. São Paulo: Summus, 2001.</p> <p>_____. Relações públicas: função política. 3a. ed. São Paulo: Summus, 1995.</p> <p>_____. Informação, inteligência e utopia: contribuições à teoria de relações públicas. São Paulo: Summus, 2006.</p> <p>TENÓRIO, Fernando G. Flexibilização organizacional: mito ou realidade? Rio de Janeiro: FGV,</p>		

	<p>2002.</p> <p>THOMPSON, PAUL. A voz do passado: história oral. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.</p> <p>VEYNES, Paul. Como se escreve a história. Lisboa: Edições 70, 1983.</p>
--	--

#### 13.4.4 Disciplinas Obrigatórias – Eixo IV

<b>Disciplina:</b>	Estatística Aplicada à Pesquisa em Relações Públicas		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	
		<b>Carga horária prática:</b>	
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	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 .		
<b>Objetivos</b>	Prepara o aluno para construção de pesquisas necessárias à atuação das Relações Públicas		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>MORETTIN, P.A., Bussab, W.O., <b>Estatística básica</b>. 5ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2002, 520p</p> <p>MALHOTRA, N. K. <i>et al.</i> <b>Introdução à Pesquisa de Marketing</b>. São Paulo: Prentice Hall, 2005</p> <p>TRIVIÑOS, Augusto N. S. <b>Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação</b>. São Paulo: Atlas, 1987, 175p</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>Botter, D.A., Paula, G.A., Leite, J.G., Cordani, L.K., <b>Noções de estatística – com apoio computacional</b>. Versão preliminar - agosto de 1996. São Paulo, IMEUSP, 201p.</p> <p>NOETHER, G.E. <b>Introdução à estatística: uma abordagem não-paramétrica</b>. UMA ABORDAGEM NÃO-PARAMÉTRICA.ed. Rio de Janeiro, Guanabara Dois, 1983. 258p</p> <p>M.N. Magalhães e A.C. Pedroso de Lima, NOÇÕES DE PROBABILIDADE E ESTATÍSTICA. 4ed. EDUSP, São Paulo, 2002. 392p. (Wiley Series), c1990.</p> <p>T.H. Wonnacott, R.J. Wonnacott, INTRODUÇÃO À ESTATÍSTICA. Livros Técnicos e Científicos, Rio de Janeiro, 1980.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Psicologia aplicada à Comunicação		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	40h
		<b>Carga horária prática:</b>	-
		<b>Carga horária total:</b>	40 h
<b>Ementa</b>	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 sócio afetiva 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.		
<b>Objetivos</b>	Compreender os vínculos fundamentais entre os processos psicológicos e o fenômeno da comunicação social. Entender o papel das estruturas e instrumentos psicológicos no <i>modus operandi</i> dos meios de comunicação e dos processos de recepção cognitiva da informação e da		

	produção de conhecimento.
<b>Bibliografia Básica</b>	CABRAL, Claude. <i>Psicologia da comunicação e persuasão</i> . Lisboa: Instituto Piaget, 2008. GOFFMAN, Erving. <i>A Representação do Eu na Vida Cotidiana</i> . Rio de Janeiro: Vozes, 2006. GUIMARÃES, Thelma de Carvalho. <i>Comunicação e linguagem</i> . São Paulo: Pearson Brasil, 2007. SIGMUND, Freud. <i>Obras completas</i> . Rio de Janeiro: Imago Editora, 2005. STROCCHI, Maria Cristina. <i>Psicologia da comunicação</i> . São Paulo: Paulus, 2007
<b>Bibliografia Complementar</b>	DAVIDOFF, Linda L. <i>Introdução a Psicologia</i> . São Paulo: Makron, 2000. FOUCAULT, Michel. <i>Vigiar e punir: história da violência nas prisões</i> . Rio de Janeiro: Vozes, 2007. LACAN, J. <i>Obras completas</i> . Rio de Janeiro: Martins fontes, 2003. RODRIGUES, Aroldo et al. <i>Psicologia social</i> . Petrópolis: Vozes, 2005. SAPORITI, Elizabete. <i>Interpretação</i> . São Paulo: Escuta editora, 1989.

<b>Disciplina:</b>	Gestão Orçamentária e Administrativa para Relações Públicas		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	
		<b>Carga horária prática:</b>	
		<b>Carga horária total:</b>	60h
<b>Ementa</b>	Administração pública e administração privada. Administração de empresas e introdução ao Direito Fiscal. Empreendedorismo. Tendências econômicas. Aplicação de técnicas e processos gerenciais como o <i>benchmarking</i> , <i>downsizing</i> , reengenharia, <i>empowerment</i> , etc. Estratégias para a constituição de uma empresa de comunicação. Definição de mercado: o mercado da comunicação. Liberdade de imprensa x liberdade de empresa. Orçamento e gestão.		
<b>Objetivos</b>	Desenvolver uma visão ampla dos processos e instrumentos administrativos, financeiros e orçamentários, suas aplicações e implicações para a atividade de Relações Públicas.		
<b>Bibliografia Básica</b>	DAMODARAN, Aswath. <i>Finanças corporativas</i> . 2 ed. São Paulo: Bookman, 2004. GITMAN, Lawrence J. <i>Princípios de administração financeira</i> . 10 ed. Tradução: Antônio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2004. HOJI, Masakazu. <i>Administração financeira e orçamentária</i> . 7 ed. São Paulo: Atlas, 2008. LEMES JUNIOR, Antonio B; RIGO, Cláudio M; CHEROBIM, Ana Paula M. S. <i>Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras – aplicações e casos nacionais</i> . 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. WERNKE, Rodney. <i>Gestão financeira: ênfase em aplicações e casos nacionais</i> . Rio de Janeiro: Saraiva, 2008.		
<b>Bibliografia Complementar</b>	ASSAF – Alexandre Neto. <i>Administração do Capital de Giro</i> . Editora, Atlas 1997 - 2ª edição. BERK, Jonathan; DEMARZO, Peter. <i>Finanças empresariais</i> . São Paulo: Bookman, 2008. BRIGHAM, Eugene F; HOUSTON, Joel F. <i>Fundamentos da moderna administração financeira</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, 1999. GROPPELLI, A. <i>A Administração Financeira</i> . Editora Saraiva 1998. ROSS, Stephen. <i>Administração Financeira: Corporate Finance</i> . Ed. Atlas - 1995.		

### 13.4.5 Disciplinas Eletivas– Eixo I

<b>Disciplina:</b>	Comportamento e Defesa do Consumidor		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	40h
		<b>Carga horária prática:</b>	40h
		<b>Carga horária total:</b>	80h
<b>Ementa</b>	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		
<b>Objetivos</b>	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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>ENGELS, James; BLACKWELL, Roger &amp; MINIARD, Paul M. Comportamento do Consumidor. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S/A, 2001.</p> <p>KASAKLIAN, Eliane. Comportamento do Consumidor (2.ª ed.). São Paulo: Atlas, 2004.</p> <p>LIMEIRA, Tânia M. Vidigal. O comportamento do consumidor brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>SAMARA, Beatriz Santos &amp; MORSCH, Marco Aurélio. O comportamento do consumidor: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2007.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>COBRA, Marcos. Marketing Básico. São Paulo: Atlas, 1997.</p> <p>GADE, Christiane. Psicologia do Consumidor e da Propaganda. São Paulo: EPU, 1998.</p> <p>SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.</p> <p>SOLOMON, Michael B. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. Porto Alegre: Artemed, 2008.</p>		

### 13.4.6 Disciplinas Eletivas– Eixo II

<b>Disciplina:</b>	Libras - Língua Brasileira de Sina		
<b>Pré-requisito:</b>	<b>Carga horária teórica:</b>		
	<b>Carga horária prática:</b>		40h
	<b>Carga horária total:</b>		40h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	Compreender a língua de sinais no campo dos estudos lingu[ist]icos.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>MOURA, M. C.; LODI, A. C.; PEREIRA, M. C. (Eds). <b>Língua de sinais e educação do surdo</b>. Sociedade Brasileira de Neuropsicologia (SBNp). São Paulo, 1993.</p> <p>QUADROS, R. M. de. <b>Educação de surdos</b>: a aquisição da linguagem. Porto Alegre: Artmed, 1997.</p> <p>QUADROS, R. M. de; KARNOPP, L. <b>Língua de sinais brasileira</b>: estudos linguísticos. Artmed: Porto Alegre, 2004.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>ICKOK, G.; BELLUGI, U.; KLIMA, E. How does the human brain process language? New studies of deaf signers hint at an answer. <b>Scientific American</b>, INC, 2002.</p> <p>KLIMA, E.; BELLUGI, U. <b>The signs of language</b>. Cambridge: Harvard University Press, 1979.</p> <p>QUADROS, R. M. de; VASCONCELLOS, M. L. B. de (Org.). <b>Sign Languages</b>: spinning and unraveling the past, present and future. Forty five papers and three posters from the 9<sup>o</sup> Theoretical Issues In Sign Language Research Conference, Florianópolis, Brasil, Dez. 2006. Disponível em: &lt;<a href="http://editora-arara-azul.com.br/portal/index.php/e-books/pesquisas-em-estudos-surdos/item/109-sign-languages">http://editora-arara-azul.com.br/portal/index.php/e-books/pesquisas-em-estudos-surdos/item/109-sign-languages</a>&gt;. Acesso em: 27 jan. 2014.</p> <p>STOKOE, W. <b>Sign and Culture</b>: a reader for students of American Sign Language. Listok Press, Silver Spring, MD, 1960.</p>		

### 13.4.7 Disciplinas Eletivas– Eixo III

<b>Disciplina:</b>	Estratégias de Relacionamento com a Mídia		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	20h
		<b>Carga horária prática:</b>	20h
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	Conhecimento teórico e prático acerca da criação e da manutenção de estratégias de relacionamento com a mídia, por intermédio de ação planejada.		
<b>Objetivos</b>	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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>DUARTE, J. (org.) Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia. São Paulo: Atlas, 2003.</p> <p>FARIAS, L. A. de. A literatura de relações públicas - produção, consumo e perspectivas. São Paulo: Summus, 2004.</p> <p>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.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BARROS FILHO, C. Ética na comunicação. São Paulo: Summus, 2006.</p> <p>KUNSCH, M. M. K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada - edição revista, atualizada e ampliada. São Paulo: Summus, 2003.</p> <p>NOGUEIRA, N. Media training - melhorando as relações da empresa com os jornalistas - de olho no fim da comunicação social. São Paulo: Sultura, 1999.</p> <p>WOLF, M. Teorias da comunicações de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003.</p>		

<b>Disciplina:</b>	Gestão da Comunicação de Risco e Crises		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	
		<b>Carga horária prática:</b>	
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	<p>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.</p>		
<b>Objetivos</b>	<p>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.</p>		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>FORNI, João José. <b>Gestão de crises e comunicação:</b> o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas.</p> <p>BARBEIRO, Heródoto. Crise e Comunicação Corporativa. São Paulo, Editora Globo, 1ª Edição - 2010</p> <p>REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Comunicação empresarial / comunicação institucional. Conceitos, estratégias, sistema, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Ed. Summus, 1986</p> <p>DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk. Relações Públicas: Quem sabe, faz e explica. EDIPUCRS, 1ª edição, 2007, Porto Alegre, RS.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>ESTRELLA, Charbelly; BENEVIDES, Ricardo e FREITAS, Ricardo Ferreira. Por Dentro Da Comunicação Interna. Tendências, Reflexões e Ferramentas. São Paulo, Editora Champagnat, 1ª Edição - 2009</p> <p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. Summus Editorial, 2ª edição, 2002.</p> <p>TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática. São Paulo: Ed. Atlas, 2007: Prefácio32</p>		

### 13.4.8 Disciplinas Eletivas– Eixo IV

<b>Disciplina:</b>	Cerimonial Público		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	
		<b>Carga horária prática:</b>	
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	Fundamentação histórica do cerimonial e do protocolo; ritos e importância na formação cultural das civilizações. Ordem geral de precedência e as particularidades nos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, níveis federal, estadual e municipal. Símbolos Nacionais – forma e apresentação. Normas e comportamentos. Ética no cerimonial e no protocolo oficial.		
<b>Objetivos</b>	Oferecer conhecimentos e informações relativas às regras que ordenam não só as solenidades públicas como também as de caráter privado.		
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>ALLEN, Johnny, William Otoole, Ian Mcdonnell, Rob Harris. Organização e Gestão de Eventos. Editora Campus, 2003, 356p.</p> <p>JÚNIOR, Leonardo H. Hoyl. Marketing de Eventos: Como Promover Com Sucesso Eventos, Festivals, Convenções e Exposições. Editora Atlas, 2003, 224p.</p> <p>SPEERS, Nelson. Cerimonial para Relações Públicas. São Paulo. Hexagono Cultural, 1984, 690p</p> <p>ZANELA, Luis Carlos. Manual de Organização de Eventos. Editora Atlas, 2003, 360p.</p>		
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BETTEGA, Maria Lúcia (org.) Eventos e Cerimonial: simplificando as ações, 3 ed. Ver. Ampl. Caxias do Sul. Educ, 2004.</p> <p>CAMPOS, Luis Cláudio de A . Menescal Campos. Eventos: Oportunidade de novos Negócios. Editora Senac, 2002, 176p.</p> <p>CESCA, Cleuza G Gimenes. Organização de Eventos. São Paulo. Summus Editorial Ltda, 1997, 166p.</p> <p>LINS, Augusto Estellita. Etiqueta Protocolo &amp; Cerimonial. Brasília. Linha Gráfica Editora, 1991, 192p.</p> <p>LUKOWER, Ana. Cerimonial e Protocolo. Editora Contexto, 2003, 128p.</p> <p>MARTIN, Vanessa. Manual Prático de Eventos. Editora Atlas, 2003, 280p.</p> <p>MINICUCCI, Agostinho. Técnicas do Trabalho de Grupo. Edt. Atlas, 1987, 285p.</p> <p>MIRANDA, Luiza. Negócios e Festas: Cerimonial e Etiqueta em Eventos. Editora Autêntica, 2001, 176p.</p> <p>SILVA, Isabel Rodrigues da. Cerimonial e Protocolo . Porto Alegre. Comunicação Integrada Editores, 1995, 97p.</p> <p>SPEERS, Nelson. Cerimonial de Conduta. São Paulo. Hexâgono Cultural, 1991, 191p..</p> <p>SPERRS, Nelson. Cerimonial para Municípios. São Paulo. Hexagono Cultural, 1996, 290p. 8</p> <p>SPERRS, Nelson. Cerimonial para Indústria Hoteleira. São Paulo. Hexagono Cultural, 1996, 290p.</p> <p>VELLOSO, Ana. Cerimonial Universitário. Brasília. Editora Universidade de Brasília, 1999, 212p.</p> <p>VINADÉ, Ana. Planejamento e Organização de Eventos ao Alcance de Todos. Porto Alegre. Gráfica e Editora Palloti, 1996, 82p.</p> <p>Decreto nº 70.274, Normas do Cerimonial Público e Ordem Geral de Precedência. Presidência da República, Secretaria de Comunicação Social. <a href="http://www.planalto.gov.br">www.planalto.gov.br</a></p> <p>Lei nº 5.700, Símbolos Nacionais. Presidência da República, Secretaria de Comunicação Social. <a href="http://www.planalto.gov.br">www.planalto.gov.br</a></p>		

<b>Disciplina:</b>	Pesquisa de Mercado		
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga horária teórica:</b>	
		<b>Carga horária prática:</b>	
		<b>Carga horária total:</b>	40h
<b>Ementa</b>	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.		
<b>Objetivos</b>	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.		
<b>Bibliografia Básica</b>	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.		
<b>Bibliografia Complementar</b>			

## 14 ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO

O estágio curricular, de caráter formativo, constitui-se como parte dos processos de aprendizagem teórico-prática que integram o Projeto Pedagógico do Curso, sendo inerente à formação acadêmico-profissional em Relações Públicas.

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.

O Estágio Curricular de Relações Públicas tem por objetivos: 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 determinações pertinentes à regulamentação da profissão e ao Código de Ética Profissional; possibilitar ao estudante experiência de sistematização e planificação da ação profissional.

Desta 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 Comunicação Social: 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, ouvido o 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.

O Estágio Obrigatório segue Resolução 71/2006-CONSUNI e apresenta uma carga horária mínima de 200 horas para o curso de Relações Públicas.

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.

## **15 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

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:

- **Trabalho monográfico:** será individual, podendo versar sobre tema específico de relações públicas ou estudos do campo da comunicação, de modo mais amplo.
- **Trabalho específico de relações públicas:** aplicado às organizações do primeiro, segundo ou terceiro setores. Poderá ser elaborado individualmente ou em grupo. Deverá ter fundamentação, reflexão teórica e intervenção documentada.

O TCC compreende a carga horária de 150 (cento e cinquenta) 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. A apresentação do TCC deve ocorrer até o último dia letivo do 8º semestre para os cursos diurnos e do 9º semestre para os cursos noturnos.

## 16 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.

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.

### **Estas 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;
- Participação em grupos de pesquisa orientados por professor da UFAL;
- Realização de pesquisa científica sob orientação de professor da UFAL;
- 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.

## 16.1 PROGRAMAS DE APOIO

Os Programas de Apoio visam estimular o aluno a vivenciar o curso desde o seu ingresso e ao longo de sua permanência, seja através de grupos de pesquisa, de aprimoramento do conhecimento ou de qualquer outro meio. É necessário conscientizar o aluno de que ele é parte integrante da estrutura do curso e que a sua melhoria reflete também na melhoria do curso de Relações Públicas da UFAL.

### 16.1.1 Curso de Nivelamento

O curso de nivelamento para os alunos recém-ingressos no curso de Relações Públicas da UFAL tem como objetivo promover uma melhoria no desempenho acadêmico dos mesmos. Seus objetivos imediatos consistem em:

Promover a integração destes alunos entre si e com os demais do corpo discente, com os docentes do curso, de forma a incentivá-los a participar das várias atividades desenvolvidas pela Universidade;

- Mostrar a estrutura acadêmica e administrativa da Universidade;
- Apresentar informações sobre a matriz curricular do curso, Colegiado do Curso, Centro Acadêmico, Programas de iniciação científica e extensão da UFAL;
- Avaliar e complementar os conhecimentos destes alunos nas matérias língua portuguesa e redação;
- Enfatizar a importância das matérias básicas para a formação profissional.

### 16.1.2 Programa de Apoio ao Discente

Como proposta de implantação futura, o Programa de Apoio ao Discente do curso de Relações Públicas da UFAL tem como objetivo promover uma melhoria no desempenho acadêmico dos alunos através de um processo de acompanhamento e orientação exercido por professores selecionados, denominados **Orientadores Acadêmicos**. Seus objetivos imediatos consistem em:

- Proporcionar uma melhor integração do discente iniciante ao curso e ao ambiente universitário;

- Conscientizar o discente da importância das disciplinas básicas para sua formação e para compreensão dos conteúdos das disciplinas profissionalizantes;
- Orientar o aluno na escolha de disciplinas e nos modos de estudá-las;
- Detectar eventuais deficiências acadêmicas dos discentes e procurar corrigi-las;
- Acompanhar o desempenho do aluno em todas as disciplinas cursadas durante o período da orientação acadêmica;
- Reduzir o índice de reprovação e a evasão, em especial, no início do curso;
- Garantir a melhoria na qualidade do curso.

### **16.1.3 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 aluno 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.

#### **16.1.4. Programa de Capacitação Discente – PEC**

O PEC (implementação futura) é concebido como um programa que visa congrega os alunos envolvidos em atividades de Iniciação Científica nas mais diversas áreas de Relações públicas, e propiciar um ambiente de interação e consequente transferência de informações entre os mesmos.

Busca-se com o PEC assegurar ampla formação científica e acadêmica aos seus integrantes, incentivando-os a participarem de diversas atividades científico-acadêmicas, bem como de eventos científicos de âmbito regional, nacional e internacional. Desta forma, busca-se um aprimoramento profissional e uma condução ao desenvolvimento de estudos em programas de pós-graduação. Preocupa-se também em desenvolver nos seus componentes espírito crítico em relação à profissão e à própria vida em sociedade, motivando-os à percepção do papel que possuem como vetores de desenvolvimento do País.

#### ***Diretrizes***

O PEC é regido por algumas diretrizes básicas que buscam melhor enquadrar seus integrantes na filosofia deste programa, das quais se pode destacar:

- estímulo à interação entre as pesquisas desenvolvidas pelos membros, no intuito de propiciar-lhes uma ampla formação com noções básicas em todas as áreas de pesquisa existentes no Curso;
- formação multidisciplinar de seus integrantes;
- divulgação da Iniciação Científica, ressaltando sua importância para os alunos do Curso e encorajando-os a participarem de atividades de pesquisa desde os primeiros anos de suas vidas acadêmicas;
- participação dos membros em eventos de caráter científico;

- publicação de trabalhos técnicos em congressos e periódicos especializados, o que enaltece os nomes do PEC, do Curso e o da UFAL.

O PEC possui como estrutura organizacional uma coordenação discente e uma coordenação docente. Qualquer aluno do curso poderá requerer sua inscrição, sendo-lhe exigida sua vinculação a projeto de pesquisa devidamente institucionalizado, com orientação de um docente da UFAL.

#### **16.1.5 Programas de Extensão no âmbito do curso**

##### **ASCOM – Assessoria de Comunicação**

A sociedade demanda, cada vez mais, informação permanente e qualificada a respeito de seus ambientes de produção de conhecimento e formação profissional. A universidade pública e gratuita é um desses ambientes, seguramente dos mais amplos, representativos e universais. Promover conhecimento e oferecer aos alunos colocá-lo em prática no ambiente acadêmico proporciona não só o desenvolvimento do discente, como também o conhecimento da práxis cotidiana dos profissionais de relações públicas e de jornalismo, através de uma assessoria de comunicação.

O desenvolvimento das assessorias está relacionado à importância que a comunicação vem adquirindo ao longo dos anos. Na atualidade, a comunicação é básica para transferência de conhecimento, para a participação das pessoas e para a própria evolução. Então a comunicação se transformou em uma estratégia de gestão, sendo fundamental para qualquer organização que se preze. Para gerenciar adequadamente a comunicação interna e externa, surgem essas estruturadas organizadas, que são as Assessorias de Comunicação - Ascom (ALMANSA, 2010).

Nesse sentido, a Assessoria se justifica pela necessidade imediata de melhorar a comunicação interna e externa do Curso de Relações Públicas e de Jornalismo da Ufal, sendo uma assessoria escola onde os alunos põem em prática as atividades referentes às profissões, sob a supervisão dos coordenadores do projeto. Além dos referidos cursos possuírem poucos canais oficiais de comunicação, os que existem precisam ser melhor administrados. Administrar a comunicação dos cursos torna-se, portanto, condição indispensável para fortalecer canais oficiais por meio dos quais o público interessado possa

buscar informações. Dessa forma, evita-se a utilização em excesso das redes informais, o que, muitas vezes, pode gerar boatos, rumores e incompreensões. A Ascom também se consolida como um canal estreito entre os integrantes dos cursos de relações públicas, jornalismo e a sociedade, com o livre acesso a temas de interesse.

Com a abertura de canais de comunicação e a produção de conteúdo para os mesmos, o Curso de Relações Públicas pretende contribuir para ampliar as possibilidades de diálogo com a sociedade e refinar a formação de seus egressos para que possam dar seguimento a esse trabalho, multiplicando, no futuro, experiências como a que se inicia com o projeto de Assessoria de Comunicação no Cos-Ufal.

#### **Núcleo de Pesquisa e Planejamento de Relações Públicas**

O Núcleo se constituirá em ação do Curso de Relações Públicas para a prestação de serviços e desenvolvimento de projetos na área de Relações Públicas, envolvendo pesquisa e auditoria de opinião pública e planejamento de ações de comunicação e campanhas sociais para entidades civis sem fins lucrativos e a própria universidade. Suas atividades, desta forma, se caracterizarão como internas e externas. As primeiras terão por origem as demandas universitárias, enquanto as últimas dirão respeito às demandas externas à universidade.

Para o desenvolvimento das atividades o Núcleo envolverá alunos de graduação, preferencialmente em Relações Públicas, para os quais serão solicitadas bolsas (alunos bolsistas). O Núcleo também poderá contar com alunos colaboradores, para os quais serão apenas destinadas declarações de participação nas atividades do Núcleo.

Pretende-se atrair a participação de todos os professores de Relações Públicas do curso a fim de que o Núcleo seja fortalecido e transformado em ambiente para o alcance dos seguintes objetivos:

- oferecer ao aluno formação prática por meio da reflexão e análise do contexto social e proposição de ações voltadas à solução dos problemas diagnosticados;
- propiciar ao aluno condições experienciais em Relações Públicas;

- Possibilitar ao aluno a aplicação das técnicas a partir da pesquisa, do planejamento, da organização, da execução e da avaliação dos trabalhos;
- oferecer à sociedade assessoramento e ações de comunicação.

## **16.2 Atividades de Tutoria**

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) devem ser compreendidas como elemento constitutivo do projeto pedagógico em duas faces paralelas: no processo de ensino-aprendizagem e no processo de comunicação efetiva entre a comunidade do Curso.

Incorporadas nas atividades das disciplinas (até 20%), por meio de ferramentas de Ensino à Distância (EaD) como parte do plano de ensino, o uso de TIC no formato EaD deve ser pedagogicamente planejada, adequada e integrada, buscando explorar as potencialidades tecnológicas das ferramentas no processo de ensino-aprendizagem, levando-se em conta a adequação entre a natureza da atividade e as características das TIC.

Considera-se que suas ferramentas não devam ser aplicadas informalmente, vagamente ou como meros substitutos de aula presencial. Portanto, há a necessidade de planejamento da disciplina incluindo essas atividades em sintonia com a política do Núcleo Institucional de Educação a Distância (CIED), da UFAL.

O programa de tutoria no âmbito do curso de Relações Públicas (implementação futura) terá como principal finalidade possibilitar ao aluno o desenvolvimento de atividades de ensino-aprendizagem envolvendo o uso das TIC em determinada disciplina supervisionada por um professor orientador. O aluno selecionado para atuar como tutor deverá participar de uma oficina de formação de tutores nos processos de aprendizagem em Relações Públicas, uma vez que se constituirão em:

- Contribuinte na orientação de aprendizagem e facilitador do processo de construção do conhecimento;
- Esclarecedor de dúvidas através dos fóruns de discussão pela Internet e o ambiente virtual de aprendizagem;
- Participantes em videoconferências, entre outros recursos;
- Promotor de espaços de construção coletiva de conhecimento;

- Colaborador na seleção de material de apoio e sustentação teórica aos conteúdos;
- Participante dos momentos presenciais e dos processos avaliativos de ensino-aprendizagem.
- Colaborador na elaboração do plano de tutoria juntamente com o professor da disciplina.

## **17 AVALIAÇÃO**

### **17.1 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).

### **A concepção da avaliação para o curso**

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

retrospecção de situação de desenvolvimento do discente, dando-lhe elementos para verificar o que aprendeu e como aprendeu;

**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 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.

Nessa perspectiva, a avaliação alicerça sempre o seu alvo na formação de um profissional eficiente, consciente e responsável. A operacionalização da avaliação ocorrerá conforme resolução no 25/2005 do CEPE/UFAL.

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.

### **A comissão própria de avaliação**

A UFAL tem a sua Comissão Própria de Auto avaliação 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 auto avaliação 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;
- Resignificar 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.

## 17.2 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.

### 17.3 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 Auto Avaliação 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.

O Curso será avaliado também pela sociedade por meio da ação/intervenção docente/discente expressa na produção e nas atividades concretizadas no âmbito da extensão universitária e estágios curriculares obrigatórios e não obrigatórios, em parceria com empresas e profissionais alagoanos.

A auto avaliação 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.

## 18 POLÍTICAS DE INCLUSÃO

A UFAL 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 aos portadores de necessidades especiais.

O próprio dimensionamento dessas necessidades merece um cuidado especial, haja vista a forma atual de identificação dos alunos, que é por 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.

No curto prazo, as ações de intervenção na melhoria da mobilidade têm sido guiadas pelos relatórios de avaliação, emitidos pelas Comissões Externas de reconhecimento ou de renovação de reconhecimento de Cursos do INEP, que na maioria das vezes corroboram o diagnóstico interno feito pela equipe de arquitetura da Superintendência de Infraestrutura.

No médio e longo prazo a UFAL já vem trabalhando com a perspectiva de atendimento demonstrada em diversas ações: revisão de todos os seus projetos pedagógicos para inclusão de libras, obrigatórias nos cursos de licenciatura e optativas nos cursos de bacharelado; produção de livros em *brailer* pela editora universitária; reformulação do seu portal; construção de rampas de acesso; instalação de elevador no auditório central; adaptação de banheiros nos blocos de salas de aula; novas construções que já incorporam as demandas.

Abaixo são citadas algumas metas já estabelecidas:

- Implantação no Sistema de Bibliotecas da UFAL (SIBI/UFAL) de serviços para usuários especiais, tais como deficientes auditivos e visuais;
- Revisão e ampliação das rampas de acesso dos Campi e Unidades Educacionais;

- Ampliação de calçadas interligando os blocos administrativos e acadêmicos nos Campi;
- Revisão e sinalização dos Campi e Unidades Educacionais;
- Preparação de material acadêmico de apoio áudio visual;
- Implantação de elevadores em locais específicos.

O núcleo de acessibilidade da UFAL visa eliminar barreiras físicas, de comunicação e de informação que restringem a participação e o desenvolvimento acadêmico e social de estudantes com deficiência.

## 19 CORPO SOCIAL

### 19.1 PERFIL DO CORPO DOCENTE

Atualmente, o curso é atendido por 10 (dez) professores efetivos, na área específica de Relações Públicas. Somam-se a esses, outros professores comuns no Eixo de Comunicação, de Formação Geral e de Formação Suplementar, alguns dos quais atendem a outros cursos da UFAL, com formação nas diversas áreas que interfaceiam as Relações Públicas. Há também professores substitutos e voluntários, que variam em quantidade, de acordo com a necessidade de atendimento de disciplinas e substituição de professores licenciados devido a aperfeiçoamentos.

No quadro de professores efetivos, podem-se assinalar informações conforme dispostas na tabela a seguir apresentada.

**QUADRO 8:** Docentes

DOCENTE	REGIME DE TRABALHO	MAT. SIAPE	DATA DE INGRESSO	TITULAÇÃO	CLASSE
Amilton Glaúcio de Oliveira	40DE	1120370	15/09/1981	Doutor	Associado III
Ana Paula de Siqueira Saldanha	40DE	1163030	17/05/1994	Doutora	Associado I
Jean-Charles Jacques Zozolli	40DE	119687	08/11/1982	Doutor	Associado IV
José Edson Lino Moreira	40DE	1121099	14/10/1991	Doutor	Adjunto II
José Guibson Delgado Dantas	40DE	1702657	01/06/2010	Doutor	Adjunto II
Leneide Austilino Petta	40DE	1121036	28/11/1990	Mestre	Adjunto IV
Manoella Maria Pinto Moreira das Neves	40Hs	2518315	25/08/2008	Mestre	Assistente II
Manuela Rau de Almeida Callou	40DE	2089003	10/02/2014	Doutora	Adjunto I
Mirtes Vitoriano Torres	40DE	2573412	29/07/2013	Doutora	Adjunto I
Sandra Nunes Leite	40DE	2121171	23/11/1992	Doutora	Adjunto II

## 19.2. Perfil do Corpo Técnico Administrativo e Pedagógico

Uma equipe de técnico-administrativos, lotados na Unidade de Ciências Humanas, Comunicação e Artes (ICHCA) – Unidade Acadêmica em que se insere o curso de Relações Públicas – desenvolve suas atividades diretamente vinculadas aos serviços do curso.

**QUADRO 9:** Técnico-administrativos

<b>Técnico-Administrativo</b>	<b>Cargo</b>
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
Polyana Santos	Assistente Administrativo
Rosileide Freire de Lima Gouveia	Assistente Administrativo
Valdecy Bento dos Santos	Auxiliar Administrativo

## 20 CONDIÇÕES DE VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO CURSO

### 20.1 ESPAÇOS DE AULA

O curso de Relações Públicas funciona atualmente em prédio próprio, denominado de COS (antigo Departamento de Comunicação Social) dividindo as instalações com o Curso de Jornalismo. Para atividades de aula, o Curso de Relações Públicas tem a sua disposição 21 salas, sendo:

- 11 localizadas no prédio do COS (dentre salas tradicionais e laboratórios);
- 5 no prédio denominado Bloco 13, localizado a 100 metros do COS, com características multidisciplinar que abrange várias disciplinas de diferentes áreas (salas de aula)<sup>1</sup>.
- 5 no prédio do Centro de Tecnologia (CTEC)<sup>2</sup>, também localizado a aproximadamente 100 metros do COS (salas de aula).

<sup>1</sup> Identificação das salas utilizadas: salas 201, 202, 203, 204 e 205

<sup>2</sup> Identificação das salas utilizadas: salas 01; 02; 04; 05 e 06.

Especificamente no prédio do COS, as salas e laboratórios estão divididos da seguinte forma:

- Sala nº. 03 - Laboratório de informática e Redação Lincs I;
- Sala nº. 04 - Laboratórios de Informática e Redação Lincs II
- Sala nº. 05 – Sala de aula
- Sala nº. 06 – Laboratório de Informática e Redação Lincs III
- Sala nº. 13 - Sala de aula
- Sala nº. 14 - Sala de aula
- Sala nº. 15 – Laboratório de Informática e Redação Lincs IV;
- Sala nº. 16 – Sala de Recursos Audiovisuais (RAV);
- Sala nº. 17 - Laboratório de Audiovisual (Telejornalismo);
- Sala nº. 18 - Laboratório de Multimeios
- Sala nº. 23 - Laboratório de Áudio (Radiojornalismo)

Além das salas e laboratórios, o prédio do COS ainda comporta outras instalações com funções diversas:

- Sala nº. 01 - Cantina;
- Sala nº. 02 - Núcleo de pesquisa, extensão e estudos midiáticos (Nemi);
- Sala nº. 07 - Diretório acadêmico Freitas Neto (DAFN);
- Sala nº. 08 - Secretaria do Curso
- Sala nº. 09 - Sala de Pesquisa I;
- Sala nº. 10 - Sala de pesquisa II;
- Sala nº. 11 - Sala dos Professores;
- Sala nº. 12 - Coordenação do Curso
- Sala nº. 19 - Copa e Serviços Gerais;
- Sala nº. 20 - Estoque de Limpeza;

- Sala nº. 21 e 22 - Núcleo de Pesquisa em Comunicação (Nepec).

## 20.2 RECURSOS MATERIAIS E EQUIPAMENTOS

O Curso de Relações Públicas dispõe atualmente de 105 computadores e duas impressoras multifuncionais. No tocante a recursos para audiovisual, no total possui hoje 13 aparelhos de televisão de 42” sendo todos eles de tela plana e que estão instalados em todas as salas do prédio para auxiliar os professores nas aulas. O COS possui 25 aparelhos de *data-shows* para atividades de sala de aula e laboratoriais.

No laboratório de Áudio (Rádio) existem equipamentos de gravação e edição de áudio: 1 mesa console/mesa mix da marca Sony (mesa de som utilizada para um estúdio de rádio); 2 computadores; 1 *date* (gravador); 1 *receive* (amplificador da mesa de som); 1 caixa de som (da marca Sony) e 2 microfones.

Já no laboratório de telejornalismo dispõe atualmente de 2 câmeras filmadoras, 3 mesas de corte de vídeo (edição audiovisual); 2 computadores; 1 aparelho de TV e 5 monitores para edição de vídeo.

## 20.3 LABORATÓRIOS DE INFORMÁTICA

Os espaços destinados à Comunicação Social (Jornalismo e Relações Públicas) contam com 4 laboratórios de informática e redação, destinados a realização de aulas práticas. Além disso, há um laboratório específico para uso geral dos alunos, com alunos monitores que apoiam no funcionamento desse espaço de pesquisa, o que permite ao aluno do curso de Relações Públicas disponibilidade de uso de computadores.

O acesso à internet no prédio que servirá ao curso de Relações Públicas é gerenciado pelo Núcleo de Tecnologia da Informação/UFAL, que garante o suporte à rede e aos equipamentos de informática, assim como a aquisição destes e de softwares. Há também rede *Wi Fi*.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Ministério da Educação. *Resolução n. 2, de 27 de setembro de 2013*. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Relações Públicas, bacharelado, e dá outras providências. Brasília: Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação. Diário Oficial da União Nº 190, seção 1, p. 28/29, 1 de outubro de 2013.

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 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;

RESOLUÇÃO Nº 52/2012-CONSUNI/UFAL – Dispõe sobre o Núcleo Docente Estruturante – NDE no âmbito da UFAL.

Parecer CONAES Nº 4, de 17 de junho de 2010 - Dispõe sobre o Núcleo Docente Estruturante – NDE;

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

Portaria nº 2.678/02 – Política Nacional de Ed. Especial na perspectiva da Ed. Inclusiva.

Lei 10.639 - 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 11.645 - 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";

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

Decreto n. 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.

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

Decreto nº 5.296/04 - 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.

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

Portaria Normativa n. 40 de 12/12/2007 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 .

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.

Decreto n. 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.

Lei 9.394, de 20 de dezembro de 1996, Art. 66 - referente a titulação do corpo docente.

#### **Acréscimos:**

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). (Oferta de disciplinas semipresenciais)

Cadastro de denominações consolidadas para Cursos de Graduação (bacharelado e licenciatura) do Ministério da Educação.

Referenciais Curriculares Nacionais dos Cursos de Bacharelado e Licenciatura do MEC.

Referenciais de Acessibilidade na Educação Superior e a Avaliação in Loco do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes).

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 113/95 – CEPE, de 13 de novembro de 1995, estabelece normas para o funcionamento da parte flexível do sistema seriado dos cursos de graduação.

Plano de desenvolvimento Institucional da UFAL 2013-2017.

RESOLUÇÃO Nº 4, DE 6 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.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. *Modelo curricular da Unesco para o Jornalismo*. Brasília: Unesco, 2010.



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

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

Maceió

2014



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

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

**Pró-Reitoria de Graduação**

Prof. Dr. Amauri da Silva Barros

**Coordenadoria de Cursos de Graduação – CCG**

Prof. Dr. Alexandre Lima Marques da Silva

**Diretor do Instituto ou Unidade Acadêmica**

Prof. Dr. José Edson Lino Moreira

**Vice-Diretor**

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Francisca Rosaline Leite Mota

**Responsáveis pela revisão do Projeto Pedagógico**

Márcia Valéria Gonçalves

Roseane Ribeiro

Maceió

2014

**ELABORAÇÃO DO PROJETO:**

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Sandra Nunes Leite

**COLABORAÇÃO:**

Prof. Dr. Amilton Gláucio de Oliveira

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Paula Saldanha

Prof. Dr. Carlos Alberto Sarmiento C Gusmão

Prof. Dr. Jean Charles Jacques Zozzoli

Prof. Dr. José Guibson Dantas

Prof. Dr. José Edson Lino Moreira

Prof.<sup>a</sup> Ma Leneide Austrilino Petta

Prof.<sup>a</sup> Ma Manoella Moreira Pinto das Neves

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Manuela Callou

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mirtes Virofino

**APOIO TÉCNICO:**

Josenilda

Gedalva

.....

## SUMÁRIO

<b>1 DADOS DE IDENTIFICAÇÃO</b> .....	
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR .....	
1.2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO .....	
<b>2 FORMAS DE INGRESSO NO CURSO</b> .....	
<b>3 PERFIL GERAL DO EGRESSO</b> .....	
<b>4 CAMPO DE ATUAÇÃO</b> .....	
<b>5 INTRODUÇÃO/JUSTIFICATIVA</b> .....	
5.1 HISTÓRICO DO CURSO .....	
5.2 CONTEXTO EDUCACIONAL .....	
5.3 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS .....	
5.4 POLÍTICAS DE ENSINO .....	
5.5 POLÍTICAS DE EXTENSÃO .....	
5.6 POLÍTICAS DE PESQUISA .....	
<b>6 OBJETIVOS</b> .....	
<b>7 COMPETÊNCIAS/HABILIDADES/ATITUDES</b> .....	
<b>8 METODOLOGIA</b> .....	
<b>9 COMPONENTES CURRICULARES OBRIGATÓRIOS DO CURSO</b> .....	
<b>10 COLEGIADO DO CURSO</b> .....	
<b>11 NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE</b> .....	
<b>12 CONTEÚDO/ESTRUTURA CURRICULAR</b> .....	
12.1 ESTRUTURA CURRICULAR .....	
12.2 NORMAS COMPLEMENTARES .....	
<b>13 ORDENAMENTO CURRICULAR</b> .....	
13.1 ORGANIZAÇÃO DAS DISCIPLINAS POR SEMESTRE – CURSO DIURNO .....	
13.2 ORGANIZAÇÃO DAS DISCIPLINAS POR SEMESTRE – CURSO NOTURNO .....	
13.3 DISCIPLINAS ELETIVAS .....	
13.3 EMENTAS .....	
<b>14 ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO</b> .....	
<b>15 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO</b> .....	
<b>16 ATIVIDADES COMPLEMENTARES</b> .....	
16.1 PROGRAMAS DE APOIO .....	
<b>16.1.1 Curso de Nivelamento</b> .....	
<b>16.1.2 Programa de Apoio ao Discente</b> .....	
<b>16.1.3 Monitoria</b> .....	
<b>16.1.4. Programa de Capacitação Discente – PEC</b> .....	
<b>16.1.5 Programas de Extensão no âmbito do curso</b> .....	
<b>16.2 Atividades de Tutoria</b> .....	
<b>17 AVALIAÇÃO</b> .....	
17.1 PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO NO PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM .	
17.2 AVALIAÇÃO DO CURSO .....	
17.3 AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO .....	
<b>18 POLÍTICAS DE INCLUSÃO</b> .....	
<b>19 CORPO SOCIAL</b> .....	
19.1 PERFIL DO CORPO DOCENTE E TÉCNICO PEDAGÓGICO .....	
19.2 TÉCNICO-ADMINISTRATIVO .....	
<b>20 CONDIÇÕES DE VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO CURSO</b> .....	
20.1 ESPAÇOS DE AULA .....	

20.2 RECURSOS MATERIAIS E EQUIPAMENTOS .....	
20.3 LABORATÓRIOS DE INFORMÁTICA .....	
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	
<b>ANEXO 1: REGULAMENTO DE ESTÁGIO .....</b>	
<b>ANEXO 2: REGULAMENTO DE TCC .....</b>	
<b>ANEXO 3: COLEGIADO DO CURSO .....</b>	