



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

**PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

**Porto Alegre, novembro de 2016.**

## **UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Reitor: Prof. Dr. Carlos Alexandre Netto

Vice Reitor: Prof. Dr. Rui Vicente Oppermann

## **FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

Diretora: Prof. Dr<sup>a</sup>. Ana Maria Mielniczuk de Moura

Vice-Diretor: Prof. Dr. André Iribure Rodrigues

Chefe de Departamento de Comunicação: Prof. Dr<sup>a</sup>. Virgínia Pradelina Fonseca

## **COMISSÃO DE DOCENTES DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

Prof. Dr. Rudimar Baldissera (coordenador)

Prof. Dr<sup>a</sup>. Enói Dagô Liedke (vice coordenadora)

Prof. Dr<sup>a</sup>. Sandra Maria Lúcia Pereira Gonçalves (área básica de Comunicação)

Prof. Dr<sup>a</sup>. Ana Karin Nunes

Prof. MS. Ana Cristina Cypriano Pereira

Prof. Dr<sup>a</sup>. Helenice Carvalho

Prof. Dr<sup>a</sup>. Karla Maria Müller

Prof. Dr<sup>a</sup>. Maria Helena Weber

Prof. Dr<sup>a</sup>. Monica Pieniz

Prof. Dr<sup>a</sup>. Vera Regina Schmitz

Acad. Yago Nascimento (representante discente)

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Grade Curricular do Curso de Relações Públicas .....	23
Quadro 2 – Grade de Disciplinas Obrigatória Alternativa do Curso de Relações Públicas .....	25
Quadro 3 – Grade de Disciplinas Eletivas do Curso de Relações Públicas.....	26
Quadro 4 – Disciplinas excluídas .....	31
Quadro 5 – Disciplinas liberadas/liberadoras .....	32
Quadro 6 – Disciplinas com mudança de pré-requisitos .....	33
Quadro 7 – Disciplinas com mudança de caráter .....	35
Quadro 8 – Disciplinas novas obrigatórias .....	35
Quadro 9 – Disciplinas com mudanças de nomenclatura.....	36
<b>Erro! Indicador não definido.</b> Quadro 16 – Disciplinas com mudança de súmula.....	39
Quadro 17 – Pesos das provas do Vestibular para Relações Públicas .....	48
Quadro 18 – Pesos das provas com acesso SiSU para Relações Públicas .....	49

## SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	5
1 PERFIL DO CURSO .....	7
2 DO CURSO.....	12
2.1 Dados descritivos gerais.....	12
2.2 Opções de concepção pedagógica .....	14
2.3 Tipos de atividades de ensino aprendizagem .....	17
2.4 Condicionantes de fluxo no Curso.....	31
3 PERFIL DO EGRESSO .....	45
4 FORMAS DE ACESSO AO CURSO.....	47
4.1 Exame Vestibular .....	47
4.2 Ingresso Sistema de Seleção Unificada - Sisu .....	48
4.3 Ingresso extravestibular .....	49
4.4 Readmissão por abandono .....	49
4.5 Transferência Interna por Recálculo de Média do Vestibular .....	49
4.6 Outras formas de ingresso.....	50
4.7 Política de reserva de vagas.....	52
5 SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROJETO DO CURSO.....	53
5.1 Mecanismos de autoavaliação .....	53
5.2 Mecanismos e instâncias decisórias .....	56
6 SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM .....	58
7 TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO .....	60
8 ESTÁGIO.....	62
8.1 Estágio obrigatório.....	62
8.2 Estágio não obrigatório.....	64
9 POLÍTICAS DE ATENDIMENTO A PESSOAS COM NECESSIDADES ESPECIAIS .....	67
10 ATO AUTORIZATIVO ANTERIOR OU ATO DE CRIAÇÃO .....	69
11 A P Ê N D I C E S .....	70
APÊNDICE I – SÚMULAS DA GRADE CURRICULAR DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS.....	71
APÊNDICE II – PLANOS DE ENSINO DAS DISCIPLINAS DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS .....	78
12 A N E X O S .....	168

## APRESENTAÇÃO

---

Este documento é constituído pelo Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas vinculado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS. Este Projeto é resultado de um trabalho coletivo, desencadeado pelas novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) para o Curso de Relações Públicas, publicadas no Diário Oficial da União, em 12 de setembro de 2013 (ANEXO I). Desde março de 2014 foram realizadas reuniões e debates em torno do perfil profissional desejado, considerando o conceito de Universidade adotado pela UFRGS, as características do mundo do trabalho, a formação teórico-humanista e o exercício da cidadania. Nessa direção, o Projeto realizado abrange o perfil do egresso, a estrutura curricular do Curso com os respectivos conteúdos de formação geral, de Comunicação e de Relações Públicas, bem como concepções pedagógicas e políticas internas de acesso, permanência e avaliação.

Historicamente, a formação em Relações Públicas inicia em 1970 com a Habilitação Relações Públicas/Propaganda e Publicidade, vinculada ao Curso de Comunicação Social criado oficialmente em 1952, reconhecido pela Lei Nº 1254/50. Em 1985, Relações Públicas passou a ser uma Habilitação específica, assim como Jornalismo e Publicidade e Propaganda, de acordo com a reestruturação do Currículo Pleno do Curso de Comunicação Social, autorizada pelas Resoluções Nº 02/84 e 06/85 da III Câmara do COCEP. Em 2010, o Curso sofreu mudanças curriculares, conforme a reformulação do Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social aprovada pela Câmara de Graduação, através da Decisão Nº 43/2010.

O objetivo que orienta este Projeto é formar profissionais de Relações Públicas para atuar nos sistemas de comunicação e de relacionamento entre organização e públicos em perspectiva político-estratégica, articulando conhecimento teórico e prático, adequando-o à complexidade das dinâmicas ecossistêmicas, mantendo uma postura ética, humanista, reflexiva, crítica e de compromisso com a sociedade. Para alcançar esse objetivo, o Projeto foi estruturado com base em oito eixos de concepção do currículo:

- Conhecimento Humanístico;
- Linguagens e Práticas de Comunicação;
- Relações Públicas;
- Comunicação Organizacional;
- Comunicação Estratégica;
- Pesquisa e Planejamento em Comunicação;
- Gestão da Comunicação; e
- Responsabilidade e Inserção Social.

A estrutura curricular proposta foi organizada da seguinte forma:

- Disciplinas específicas: 1440 horas;
- Disciplinas de Formação Básica e Geral: 810 horas;
- Estágio Obrigatório: 200 horas;
- Disciplinas eletivas: 450 horas.
- Atividades Complementares: 300 horas;

Para atender as determinações legais nacionais e institucionais, o Curso de Relações Públicas possui uma carga horária total de 3.200 horas, equivalente a 188 créditos, mais estágio obrigatório e atividades complementares.

## 1 PERFIL DO CURSO

---

A UFRGS possui longa trajetória na área de formação de Relações Públicas. O Curso de Comunicação Social foi criado oficialmente em 1952, obtendo reconhecimento pela Lei Nº 1.254/50 (ANEXO II). Em 1985, o Currículo Pleno do Curso de Comunicação Social sofreu uma reestruturação autorizada pelas Resoluções Nº 02/84 e 06/85 da III Câmara do COCEP (ANEXO III), passando a comportar as habilitações em Relações Públicas, Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Em 2010, a Câmara de Graduação, através da Decisão Nº 43/2010 (ANEXO IV), aprovou a reformulação do Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social. Em 2014, frente à aprovação das novas Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Relações Públicas, iniciou-se a reformulação do Projeto Pedagógico do Curso, que, em sua essência, além da formação específica em Relações Públicas, mantém como matriz básica a formação na área de Comunicação Social e de formação geral.

Diante do exposto, o Curso de Relações Públicas da UFRGS tem como objetivo formar profissionais de relações públicas, os quais receberão o título de Bacharel em Relações Públicas, para atuar nos sistemas de comunicação e de relacionamento entre organização e públicos em perspectiva político-estratégica, articulando conhecimento teórico e prático, adequando-o à complexidade das dinâmicas ecossistêmicas, mantendo uma postura ética, humanista, reflexiva, crítica e de compromisso com a sociedade.

Esse objetivo considera o atual caráter dinâmico da sociedade, particularmente potencializado pela mundialização dos capitais, pelas tecnologias da comunicação e informação e pela circulação simbólica, bem como as suas implicações nos contextos nacional, regional e local da área de formação. O contexto trabalhista exige profissionais competentes para atuar frente às novas dinâmicas imprimidas pela globalização no sistema organização-públicos. Assim, a atuação do profissional de Relações Públicas requer, cada vez mais, postura estratégica (não limitada à antiga noção de enfrentamento, mas contemplando também os complexos processos colaborativos) frente à necessidade de construção de relacionamentos sólidos em todos os setores

socioeconômicos. Essa postura envolve, evidentemente, um conjunto de conhecimentos específicos da área, mas, sobretudo, formação humanista e ética frente aos desafios dados pela convivência humana no Século XXI.

Assim como preconizam as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) para o Curso de Relações Públicas, publicadas no Diário Oficial da União em 12 de setembro de 2013, o profissional deve estar apto a atuar na comunicação organizacional de organizações públicas, privadas e de terceiro setor, estabelecendo políticas, estratégias e instrumentos de comunicação e relacionamento. Também precisa atentar para outras possibilidades de atuação considerando o atual contexto político e social, tais como junto a associações, sindicatos e sociedade civil organizada. Precisa estar preparado para realizar atividades de pesquisa e análise, de assessoria e consultoria, de planejamento e divulgação, bem como para empreender em sua área de formação.

A despeito do mercado profissional, segundo dados do IBGE, estima-se que em 2013 o setor de comunicação foi responsável pela movimentação de R\$ 120 bilhões no país. Já a comunicação corporativa, segundo dados da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE), movimenta, anualmente, aproximadamente R\$ 9 bilhões e reúne um conjunto de mais de mil empresas fornecedoras desse serviço. Em pesquisa realizada em 2013<sup>1</sup> sobre o mercado na região sul, constatou-se ainda que as empresas apontam o aprimoramento da comunicação interna como área estratégica e a gestão das mídias sociais como suas principais necessidades em termos de comunicação e relacionamento. Esse conjunto de dados indica um contexto promissor em termos de mercado de trabalho, seja para os profissionais que busquem vínculo de emprego formal ou para aqueles que pretendam empreender, em diferentes perspectivas, nas áreas da Comunicação e de Relações Públicas.

O cenário socioeconômico no Estado do Rio Grande do Sul revela um setor industrial bastante dinâmico, associado à crescente demanda interna propiciada pelo aumento da renda, de emprego e dos gastos governamentais. A demanda por profissionais para as áreas da Comunicação e de Relações

---

<sup>1</sup> Pesquisa “Cenários da Comunicação Corporativa no RS”, realizada pela Empresa Jr da ESPM. Disponível em: <http://empresajr.espm.br/novidades/confira-pesquisa-realizada-pela-empresa-jr-espm>



Públicas, nesse contexto, é crescente. Nos últimos anos, o segmento das mídias sociais, em especial, ampliou o escopo de atuação do profissional de Relações Públicas.

No primeiro setor verifica-se crescente busca por profissionais qualificados que possam atuar na realização de pesquisas e análises de dados, na elaboração e implementação de estratégias para a conquista de visibilidade na esfera pública, bem como para estratégias de construção de imagem pública de pessoas e de órgãos públicos. No setor privado, tanto as grandes corporações (inclusive as transnacionais) quanto as empresas de micro, pequeno e médio portes, têm buscado agentes que auxiliem na qualificação da comunicação organizacional, não mais restrita aos processos promocionais e de divulgação de informações. Nessa direção, a perspectiva estratégica assume centralidade e os profissionais precisam atentar, dentre outros, para os processos de: relacionamento com os diferentes públicos; interpretação, seleção e circulação de sentidos; gestão de visibilidade e risco; construção e gestão de vínculos; circulação de informações qualificadas; construção e gestão da identidade, dos processos identificatórios e da imagem institucional. O terceiro setor também se mostra um mercado promissor para o profissional de Relações Públicas na medida em que a legislação brasileira aponta para a necessidade de profissionalização da gestão dessas organizações, especialmente no que diz respeito à gestão de recursos e comunicação com a sociedade. Isso associado ao fato de esse setor apresentar forte crescimento (também como forma, muitas vezes, de mitigar as mazelas econômicas, políticas, sociais e culturais), configura-se como importante lugar para atuação profissional. Importa, também, destacar as possibilidades de atuação em outras formas de organização, tais como as cooperativas, as associações, os sindicatos e a sociedade civil organizada.

A sociedade tem mudado e tem exigido participar de todos os processos que, de alguma forma, lhes digam respeito. Os diferentes públicos já não se satisfazem em ser audiência, exigem participar dos processos e decisões, sejam políticos, culturais, sociais e/ou econômicos. Nesse sentido, as tecnologias e seus usos fazem com que circule um volume cada vez maior de informações sobre organizações, governos, associações, sociedade civil organizada,

pessoas e processos, traduzindo-se em mais visibilidade e incerteza, pois que visibilidade também traz em si a potência para conflitos. Essa configuração sociocultural implica a necessidade de profissionais preparados para atuarem na correta análise contextual, em diferentes perspectivas, na qualificação dos processos comunicacionais e dos relacionamentos, assim como no estabelecimento e/ou fortalecimento dos vínculos.

O Curso de Relações Públicas da UFRGS atenta para essas questões contextuais e se propõe a formar profissionais que possam atender, com qualidade, essas demandas e, mesmo, antecipar-se a elas. Nesse sentido, não se pode esquecer a trajetória da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação de formação na área e o forte compromisso mantido pela Universidade com o seu entorno.

A Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação tem por Missão a educação superior e a produção de conhecimento científico, integradas no ensino, na pesquisa e na extensão. No Curso de Relações Públicas privilegia-se essa integração por meio de projetos multidisciplinares de pesquisa e de extensão, desenvolvidos por técnicos e professores atuantes em nível de graduação e pós-graduação, os quais qualificam o espaço de sala de aula articulando os saberes acadêmicos aos do contexto social e das práticas profissionais. As políticas de internacionalização da UFRGS também contribuem sobremaneira na formação de profissionais com visão multicultural, em contato com o que há de mais recente em termos de ensino, pesquisa e extensão em sua área de atuação.

As DCNs para o Curso de Relações Públicas defendem, ainda, que os cursos devem contemplar o caráter estratégico das relações públicas na gestão dos processos de comunicação das organizações. Nesse tocante, acredita-se que a UFRGS se constitui em espaço privilegiado, tendo em vista a missão da Universidade, qual seja de produção de conhecimento filosófico, científico, artístico e tecnológico, integrando ensino, pesquisa e extensão. No Curso de Relações Públicas, essa missão legitima-se por meio do compartilhamento de saberes teórico-práticos, na busca pela formação de profissionais com capacidade para gerir processos de comunicação de forma sistêmica, em perspectiva político-estratégica.

O alinhamento do Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas à Missão da UFRGS, às DCNs e aos contextos local, estadual e nacional deve resultar na formação de cidadãos e profissionais integrados à sociedade, preparados para atuar em ambientes dinâmicos, comprometidos com a construção de um mundo cujas relações entre os seres sejam pautadas pela justiça, pela ética e pelo humanismo.

## 2 DO CURSO

---

Este item abrange dados descritivos gerais do Curso, opções de concepção pedagógica, tipos de atividades de ensino-aprendizagem e condicionantes de fluxo curricular.

### 2.1. Dados descritivos gerais

A modalidade do curso de Relações Públicas é bacharelado e funciona em turno integral. Anualmente, o número de ingressantes do curso de Relações Públicas é 50; semestralmente, 25.

O curso de Relações Públicas funciona no prédio da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (FABICO/UFRGS), sito à Rua Ramiro Barcelos, 2705, Bairro Santana, Porto Alegre, RS, CEP 90035-007.

O calendário acadêmico do curso de Relações Públicas organiza-se conforme a resolução Nº 11/2013 (ANEXO V) do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da UFRGS (CEPE), segundo a qual o calendário escolar da universidade é publicado até o dia 30 de outubro do ano anterior ao de sua vigência e o ano acadêmico compreende dois períodos letivos regulares, com duração mínima de 108 (cento e oito) dias úteis cada um. Entre dois períodos letivos regulares, poderá haver um período letivo especial (PLES), com duração de no mínimo 4 (quatro) e no máximo 8 (oito) semanas. Atividades que necessitem exceder um período letivo regular deverão estar previstas no Calendário Escolar.

A mesma resolução estipula, ainda, que em cada ano acadêmico seja reservada uma semana não letiva, denominada Semana Acadêmica, para atividades de caráter científico, técnico ou cultural, com a participação conjunta dos corpos docente, discente e técnico integrando ensino, pesquisa e extensão com a comunidade, e que as unidades poderão promover semanas acadêmicas próprias dos seus respectivos cursos, em períodos coincidentes ou não com a Semana Acadêmica da Universidade prevista no calendário escolar.

O Regimento Geral da UFRGS, Título IV, Cap. I, Seção I, Art.110 (ANEXO VI), estabelece que a cada disciplina corresponderá determinado número de

créditos, de acordo com sua carga horária estabelecida na grade curricular do curso, correspondendo cada crédito a 15 (quinze) horas. Ainda, conforme Res. Nº 11/2013 (ANEXO V), atividades individuais e atividades autônomas são medidas em períodos de 60 minutos.

No caso das atividades complementares, a relação créditos/horas é estabelecida de modo diferenciado, sendo a hora considerada a de 60 minutos e o número de créditos variável conforme a natureza da atividade que o estudante desenvolveu. Um detalhamento maior dessa relação se encontra nas Resoluções Nº 04/2009 (ANEXO VII), alterada pela Resolução nº 04/2010 (ANEXO VIII), da COMGRAD/COM, que estão de acordo com a Res. Nº 024/2006, do CEPE (ANEXO IX).

A estrutura do Curso comporta 3.200 (três mil e duzentas) horas divididas em 2.550 (duas mil quinhentas e cinquenta) horas para atividades didáticas, 150 (cento e cinquenta horas) para trabalho de conclusão de curso – TCC, 200 (duzentas) horas de estágio obrigatório supervisionado e 300 (trezentas) horas para atividades complementares, conforme estabelecido nas DCNs para o Curso de Relações Públicas, publicadas no Diário Oficial da União.

O curso Relações Públicas está organizado para ser integralizado em 8 semestres, equivalente a 4 anos. O prazo máximo para a sua integralização é de 16 semestres, equivalente a 8 anos. Essa determinação segue o estipulado pela Resolução Nº 2/2007 CNE/CES (ANEXO X).

## 2.2 Opções de concepção pedagógica

Para atender ao objetivo do Curso de Relações Públicas, o Projeto foi estruturado sobre oito eixos de concepção do currículo:

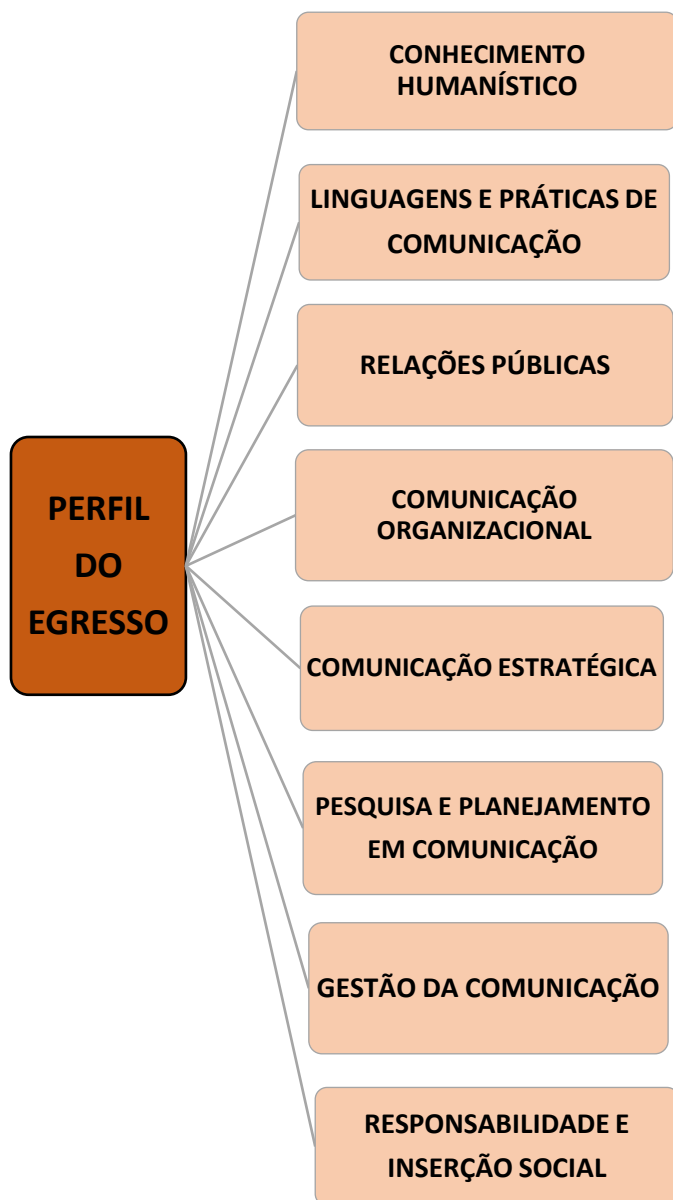
- Conhecimento Humanístico;
- Linguagens e Práticas de Comunicação;
- Relações Públicas;
- Comunicação Organizacional;
- Comunicação Estratégica;
- Pesquisa e Planejamento em Comunicação;
- Gestão da Comunicação; e
- Responsabilidade e Inserção Social.

Estes eixos conceituais articulam diferentes processos de ensino-aprendizagem de modo que o egresso tenha sólida formação teórico-prática, através de conteúdos de formação geral, de formação em Comunicação e de formação em Relações Públicas, além de atividades especiais e complementares que também privilegiam a autonomia do aluno em seu percurso acadêmico. Os conteúdos priorizam uma sólida formação humanista, reflexiva e crítica, permitindo a compreensão e a interpretação da complexidade da realidade social. Permite, também, a formação de profissionais para atuar nos sistemas de comunicação e de relacionamento entre organização e públicos em perspectiva político-estratégica, articulando conhecimento teórico e prático. A Figura a seguir explicita, de forma gráfica, a relação entre os eixos de concepção de currículo e conteúdos/disciplinas do Curso.

**Figura: PROJETO PEDAGÓGICO CURRICULAR DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS / EIXOS CONCEITUAIS E ESTRUTURANTES**

**EIXOS CONCEITUAIS**

**CONTEÚDOS/ DISCIPLINAS /ATIVIDADES**



**CONTEÚDOS DE FORMAÇÃO GERAL**

- Antropologia – Introdução
- Psicologia Social I
- Sociologia (disciplinas diversas)

**CONTEÚDOS DE COMUNICAÇÃO**

- Cibercultura
- Comunicação e Cidadania
- Comunicação e Política
- Comunicação na Web
- Comunicação, História e Sociedade
- Estudos Críticos da Comunicação
- Introdução à Fotografia
- Metodologias de Pesquisa em Comunicação
- Mídia Impressa
- Mídias Audiovisuais
- Semiótica
- Teorias da Comunicação
- Teorias da Imagem

**CONTEÚDOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

- Análise e Avaliação de Resultados
- Assessoria de Comunicação
- Assessoria em Comunicação Pública e Política
- Comunicação e Relações Internacionais
- Comunicação Organizacional
- Cultura e Poder nas Organizações
- Gestão de Conteúdo e Relacionamento em Ambientes Digitais
- Gestão em Relações Públicas
- Identidade e Imagem Institucional
- Inovação, Empreendedorismo e Comunicação
- Laboratório de Comunicação Dirigida
- Laboratório de Gestão de Crise e Comunicação de Risco
- Laboratório de Negociação
- Laboratório de Pesquisa I
- Laboratório de Pesquisa II
- Opinião Pública
- Pesquisa Institucional
- Planejamento Estratégico em Relações Públicas
- Planejamento Visual
- Produção de Eventos Estratégicos
- Projetos Culturais
- Projetos Sociais
- Relações Públicas e Ética Profissional
- Seminário Avançado em Comunicação Organizacional

**ATIVIDADES ESPECIAIS**

- Acompanhamento de Estágio
- Trabalho de Conclusão de Curso
- Disciplinas Eletivas
- Atividades Complementares

Nessa direção, e atendendo as Resoluções da UFRGS de Nº 11/2013 (ANEXO V), e de Nº 04/2009 (ANEXO VII), e Diretrizes Curriculares Nacionais, as Atividades de Ensino e as Atividades Complementares assumem diferentes configurações: Disciplinas, Práticas Laboratoriais, Trabalho de Conclusão de Curso, Estágio Obrigatório, Estágio não Obrigatório, Atividades Complementares e Iniciação Científica.

Diante desse Projeto de formação, uma das perspectivas é a integração entre a graduação e a pós-graduação por intermédio de atividades de pesquisa e extensão, sendo que os projetos de iniciação científica podem funcionar como práticas interdisciplinares, à medida que estimulam a utilização e o aprofundamento de conhecimentos. Essa perspectiva, somada oportunidades de vivências em ambientes multiculturais, nacionais e internacionais, habilitam e qualificam o egresso para o mundo do trabalho.

As metodologias de ensino, pesquisa e extensão utilizadas pelos professores do curso de Relações Públicas deverão seguir linhas de ação que traduzam a relação entre o objetivo do Curso e a concepção curricular. As práticas devem estimular o trabalho coletivo e a integração à comunidade, nos projetos desenvolvidos nos âmbitos da graduação, pós-graduação, pesquisa e extensão.

Os alunos também são incentivados, ao longo de sua vivência acadêmica, a participarem como monitores, bolsistas de iniciação científica, bolsistas de extensão, dentre outras atividades proporcionadas pelo curso de Relações Públicas. Isso permite que o discente também exerça sua autonomia durante o percurso acadêmico.

Os espaços de Laboratórios, Estúdios, Agências, Núcleos e Grupos de Pesquisa e de Revistas Acadêmicas também funcionam como espaços privilegiados de atuação dos estudantes de Relações Públicas, onde eles podem vivenciar aspectos de suas futuras atividades profissionais.

O atendimento e acompanhamento pedagógico ao corpo discente será realizado pela Comissão de Graduação, tanto presencialmente quanto através de comunicação eletrônica. O corpo docente conta com assistência pedagógica



e técnica através das reuniões de área, bem como nas reuniões plenárias e de colegiado do Departamento.

O uso do espaço físico e bens da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação por entidades, estudantes ou por segmento da comunidade, no que couber, será analisado caso a caso, pelo Conselho da Unidade, conforme estipulado no Regimento Interno da Faculdade.

### 2.3 Tipos de atividades de ensino aprendizagem

O Curso de Relações Públicas compreende Atividades de Ensino, denominadas como: Disciplinas, Trabalho de Conclusão de Curso, Estágio Obrigatório, Estágio não Obrigatório. Completam, este conjunto, as Atividades Complementares.

A creditação e a carga horária das atividades abrangem, respectivamente, disciplinas obrigatórias, disciplinas eletivas, trabalho de conclusão de curso, estágio e atividades complementares integralizadas em créditos obrigatórios e eletivos, bem como a carga horária, de acordo com a legislação vigente, conforme pode ser visualizado no quadro abaixo:

ATIVIDADES DE ENSINO APRENDIZAGEM			
ATIVIDADES	CARACTERÍSTICA	CRÉDITOS	CARGA HORÁRIA
DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS	Teóricas	46	690
	Teórico-prática	76	1140
	Prática	18	270
<b>Subtotal:</b>	-	<b>140</b>	<b>2100</b>
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	Teórico-prática	10	150
DISCIPLINAS ELETIVAS	Teóricas e/ou Práticas	30	450
ESTÁGIO OBRIGATÓRIO	Prática	13,33	200
ATIVIDADES COMPLEMENTARES	Diversas	20	300
<b>Total</b>		<b>213,33</b>	<b>3.200</b>

### 2.3.1 Atividades de Ensino

As atividades de Ensino apresentam-se com as seguintes características:

#### ➤ Disciplinas

As disciplinas são de caráter obrigatório ou eletivo. O conteúdo das disciplinas se distribui entre teórico, prático e teórico-prático, na constante busca de harmonização entre a reflexão e a prática profissional que promovam a formação (humano-profissional) pautada por uma visão humanística capaz de contribuir para a consolidação da cidadania, conforme a Resolução Nº 32/1998 do CEPE/UFRGS (ANEXO XI), que aprova as Diretrizes Curriculares dos Cursos de Graduação.

**Disciplinas Obrigatórias e Disciplinas Obrigatórias Alternativas** – conteúdos considerados essenciais à formação de profissionais de Relações Públicas. Abrangem conteúdos de formação geral; conteúdos da comunicação; conteúdos de Relações Públicas e conteúdos especiais. As disciplinas obrigatórias alternativas abrangem conteúdos especiais, entre os quais de cultura geral e de formação ética e humanística, com base no exposto no Art.6 § 2º das DCN para o Curso de Relações Públicas.

**Disciplinas Eletivas** – conteúdos diversos, cursados por escolha do aluno, que possam contribuir para a sua formação, de acordo com os objetivos do curso e aptidões pessoais e profissionais. Esses conteúdos foram propostos de modo a proporcionar conexão mais efetiva entre graduação, pós-graduação, pesquisa e extensão, já que seu conteúdo programático pode ser ajustado às pesquisas dos professores, contemplar temas emergentes e demandas dos alunos. São disciplinas que estimulam o estudante a buscar conhecimento e desenvolver potencialidades individuais.

O grau de flexibilização curricular proposto, com disciplinas eletivas oferecidas em diferentes cursos da universidade, é propício para que os alunos se sintam motivados para a sua formação continuada em várias áreas do conhecimento.

### ➤ **Trabalho de Conclusão de Curso**

O Trabalho de Conclusão de Curso de Relações Públicas é uma monografia, entendida como atividade de ensino desenvolvida individualmente sob orientação de um docente, conforme Resolução Nº 1/2014 – Fabico/UFRGS (ANEXO XII).

A monografia, no sentido acadêmico, é o tratamento escrito e aprofundado acerca de temas relacionados à área de Comunicação ou à área específica de Relações Públicas. O tema deverá ser abordado de maneira descritiva e analítica, de acordo com projeto elaborado na disciplina obrigatória Metodologias de Pesquisa em Comunicação. Este trabalho deverá ser elaborado de acordo com os procedimentos de produção do conhecimento científico e utilizando as Normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) vigentes. O produto final será submetido à banca de avaliação constituída para esta finalidade.

### ➤ **Estágios**

O estágio é uma das etapas de formação caracterizada pelo exercício prático de atividades desenvolvidas na própria Instituição de Ensino Superior – IES ou em outras organizações, sob a supervisão e avaliação da Universidade, de acordo com a legislação vigente. Esta atividade é obrigatória, definida na estrutura curricular. O aluno também pode optar por realizar um estágio denominado como não obrigatório, desde que adequado à proposta pedagógica do curso, à etapa e à modalidade de formação educacional do estudante-estagiário, integralizando-o como parte das atividades complementares.

**Estágio obrigatório** – Esta atividade de ensino é exigência curricular para a formação em Relações Públicas, com a carga horária mínima de 200 horas, após cumprir os pré-requisitos necessários. A normatização desta atividade é dada pela Comgrad do Curso de Relações Públicas por meio de Resolução específica. O estágio obrigatório também deve ser autorizado pela Comissão de Graduação correspondente.

**Estágio não obrigatório** – Atividade prática exercida na IES ou em outras organizações com carga horária e plano definidos conforme acordo entre o

discente e o contratante, expresso em um termo de compromisso. O estágio não obrigatório também deve ser autorizado pela Comissão de Graduação correspondente.

### ➤ **Atividades complementares**

As atividades complementares são reguladas pela Resolução N.º 24/2006 e 50/2009 do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CEPE/UFRGS), bem como pelas DCN para o curso de graduação em Relações Públicas. Os alunos deverão cumprir 300 horas em atividades complementares.

Desse total, pelo menos 220 horas deverão ser desenvolvidas em atividades de extensão, a fim de cumprir a Lei Nº 10.172/2001, que determina que 10% da carga horária do curso seja dedicada a essa atividade. O cálculo das horas em extensão para o curso de Relações Públicas é feito sobre o número de horas de disciplinas obrigatórias da grade curricular (2.250 horas). É importante ressaltar que a conversão de horas em créditos, nas Atividades Complementares, não segue o padrão das disciplinas (15 horas equivalentes a um crédito). Essa conversão é regida pela Resolução Nº 24/2006 e Nº 50/2009 e por resolução específica da COMGRAD de Relações Públicas.

A tipificação das atividades de extensão obedece ao estabelecido pela Resolução Nº 24/2006 e Nº 50/2009, Artigo 3º, Inciso I: a) participação ativa em projetos de extensão universitária, devidamente registrados nos órgãos competentes, como bolsista remunerado ou voluntário; b) participação em comissão coordenadora ou organizadora de evento de extensão isolado, devidamente registrado nos órgãos competentes; c) participação como agente passivo em cursos, seminários e demais atividades de extensão universitária, excluídas as atividades de prestação de serviços que envolvam remuneração de servidores docentes e/ou técnicos-administrativos da UFRGS.

As atividades complementares configuram-se como iniciativas dos alunos, realizadas na própria instituição ou externamente. Para integralizar a carga horária total de atividades requeridas para o Curso de Relações Públicas, de 300 horas, o aluno deve cumprir, pelo menos 220 horas em atividades de extensão, conforme mencionado anteriormente, mais 80 horas em atividades que se enquadrem nos itens que seguem:

Podem ser consideradas como atividades complementares:

- a) Bolsista de Iniciação Científica em projetos de pesquisa devidamente registrados, com participação no Salão de Iniciação Científica da UFRGS;
- b) Bolsista em projetos de extensão e demais projetos acadêmicos;
- c) Atividades de monitoria;
- d) Atividades como Bolsa Permanência ou Bolsa Trabalho, no âmbito da UFRGS, devidamente registradas em órgãos competentes;
- e) Aprovação em disciplinas eletivas quando exceder ao número de créditos exigidos pelo Curso;
- f) Aprovação em disciplinas adicionais cursadas com aproveitamento;
- g) Aprovação em disciplinas de outros cursos/habilitações ou ênfases, de outras instituições de ensino superior, nacionais ou estrangeiras, cursadas com aproveitamento e sem duplicidade de aproveitamento;
- h) Apresentação de trabalhos em eventos acadêmicos;
- i) Estágios não obrigatórios desenvolvidos em convênios firmados com a UFRGS;
- j) Atividades de docência e publicações;
- k) Participação em comissão coordenadora ou organizadora de evento de extensão;
- l) Participação em atividades de representação discente junto aos órgãos da Universidade;
- m) Participação em cursos de extensão universitária; participação em atividades desenvolvidas como Bolsa Permanência ou Bolsa Trabalho, no âmbito da UFRGS;
- n) Participação como ouvinte, devidamente comprovada, em semanas acadêmicas, programas de treinamento, programas de iniciação científica, jornadas, simpósios, congressos, encontros, conferências, fóruns, atividades artísticas, promovidos pela UFRGS ou por outras instituições de ensino superior, conselhos ou associações de classe;
- o) Participação como ouvinte, devidamente comprovada, em atividades de extensão promovidas por outras instituições de ensino superior ou por órgão público; e

- p) Atividades propostas pelo discente e acordadas com a COMGRAD/COM, que compreendam o desenvolvimento de ações e produtos artísticos e culturais.

Destaca-se que a Comgrad de Relações Públicas possui resolução específica para o regramento de atividades complementares. Alunos em situação de transição entre currículos também devem observar o disposto na resolução.

O Quadro 1, a seguir, apresenta a Grade Curricular do Curso de Relações Públicas, respectivas atividades de ensino e distribuição da carga horária. Já o Quadro 2 traz as disciplinas obrigatórias alternativas e o Quadro 3 as disciplinas eletivas. O Apêndice I traz ainda a Grade Curricular do Curso com as respectivas súmulas de disciplinas.

**Quadro 1 – Grade Curricular do Curso de Relações Públicas**

<b>E t a p a 1</b>				
<b>CÓDIGO</b>	<b>DISCIPLINA</b>	<b>PRÉ-REQUISITO</b>	<b>CH</b>	<b>CR</b>
BIB02068	TEORIA E PRÁTICA DE RELAÇÕES PÚBLICAS	-	60	04
BIB02143	COMUNICAÇÃO, HISTÓRIA E SOCIEDADE	-	60	04
BIB02015	TEORIAS DA IMAGEM	-	30	02
BIB02074	RELAÇÕES PÚBLICAS E ÉTICA PROFISSIONAL	-	30	02
BIB02153	LABORATÓRIO DE PESQUISA I	-	60	04
PSI02206	PSICOLOGIA SOCIAL I	-	60	04
HUM05006	ANTROPOLOGIA - INTRODUÇÃO	-	60	04
<b>Total:</b>			<b>360</b>	<b>24</b>
<b>E t a p a 2</b>				
<b>CÓDIGO</b>	<b>DISCIPLINA</b>	<b>PRÉ-REQUISITO</b>	<b>CH</b>	<b>CR</b>
BIB02069	CULTURA E PODER NAS ORGANIZAÇÕES	HUM05006 ANTROPOLOGIA - INTRODUÇÃO	60	04
BIB02016	INTRODUÇÃO À FOTOGRAFIA	BIB02015 TEORIAS DA IMAGEM	60	04
BIB02019	MÍDIA IMPRESSA	BIB02015 TEORIAS DA IMAGEM	30	02
BIB02155	LABORATÓRIO DE PESQUISA II	LABORATÓRIO DE PESQUISA I	60	04
BIB02076	GESTÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	BIB02068 TEORIA E PRÁTICA DE RELAÇÕES PÚBLICAS	60	04
BIB02144	MÍDIAS AUDIOVISUAIS	BIB02015 TEORIAS DA IMAGEM	60	04
BIB02130	PLANEJAMENTO VISUAL	-	30	02
<b>Total:</b>			<b>360</b>	<b>24</b>
<b>E t a p a 3</b>				
<b>CÓDIGO</b>	<b>DISCIPLINA</b>	<b>PRÉ-REQUISITO</b>	<b>CH</b>	<b>CR</b>
BIB02156	LABORATÓRIO DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA	BIB02068 TEORIA E PRÁTICA DE RELAÇÕES PÚBLICAS	60	04
BIB02157	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	BIB02069 CULTURA E PODER NAS ORGANIZAÇÕES	60	04
BIB02151	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	LABORATÓRIO DE PESQUISA I E LABORATÓRIO DE PESQUISA II	60	04
BIB02022	TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 26	60	04
BIB02021	COMUNICAÇÃO NA WEB	BIB02019 – MÍDIA IMPRESSA E BIB02144 - MÍDIAS AUDIOVISUAIS	30	02
BIB02020	COMUNICAÇÃO E CIDADANIA	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 26	30	02
	DISCIPLINA OBRIGATÓRIA ALTERNATIVAS	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 40	60	04
<b>Total:</b>			<b>360</b>	<b>24</b>
<b>E t a p a 4</b>				
<b>CÓDIGO</b>	<b>DISCIPLINA</b>	<b>PRÉ-REQUISITO</b>	<b>CH</b>	<b>CR</b>
BIB02023	CIBERCULTURA	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 40	60	04
BIB02081	PRODUÇÃO DE EVENTOS ESTRATÉGICOS	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	60	04
BIB02160	GESTÃO DE CONTEÚDO E RELACIONAMENTO EM AMBIENTES DIGITAIS	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	60	04
BIB02158	INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	60	04
BIB02072	OPINIÃO PÚBLICA	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 60	60	04
<b>Total:</b>			<b>300</b>	<b>20</b>

<b>E t a p a 5</b>				
<b>CÓDIGO</b>	<b>DISCIPLINA</b>	<b>PRÉ-REQUISITO</b>	<b>CH</b>	<b>CR</b>
BIB02025	COMUNICAÇÃO E POLÍTICA	BIB02022 TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	30	02
BIB02149	COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES INTERNACIONAIS	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	30	02
BIB02080	IDENTIDADE E IMAGEM INSTITUCIONAL	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	60	04
BIB02140	SEMIÓTICA	BIB02022 TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	60	04
BIB02159	PROJETOS SOCIAIS	INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO	60	04
BIB02183	ACOMPANHAMENTO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 80	60	04
	ESTÁGIO OBRIGATÓRIO	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 80	200	13
<b>Total:</b>			<b>500</b>	<b>33</b>
<b>E t a p a 6</b>				
<b>CÓDIGO</b>	<b>DISCIPLINA</b>	<b>PRÉ-REQUISITO</b>	<b>CH</b>	<b>CR</b>
BIB02152	LABORATÓRIO DE GESTÃO DE CRISE E COMUNICAÇÃO DE RISCO	BIB02080 IDENTIDADE E IMAGEM INSTITUCIONAL	60	04
BIB02098	LABORATÓRIO DE NEGOCIAÇÃO	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 80	30	02
BIB02026	METODOLOGIAS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 80	60	04
BIB02083	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO	60	04
BIB02075	PROJETOS CULTURAIS	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 100	30	02
<b>Total:</b>			<b>240</b>	<b>16</b>
<b>E t a p a 7</b>				
<b>CÓDIGO</b>	<b>DISCIPLINA</b>	<b>PRÉ-REQUISITO</b>	<b>CH</b>	<b>CR</b>
BIB02027	ESTUDOS CRÍTICOS DA COMUNICAÇÃO	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 100	30	02
BIB02086	ANÁLISE E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS EM COMUNICAÇÃO	BIB02080 IDENTIDADE E IMAGEM INSTITUCIONAL	60	04
BIB02087	SEMINÁRIO AVANÇADO EM COMUNICAÇÃO	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 100	60	04
BIB02084	ASSESSORIA EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA E POLÍTICA	BIB02152 LABORATÓRIO DE GESTÃO DE CRISE E COMUNICAÇÃO DE RISCO	30	02
<b>Total:</b>			<b>180</b>	<b>12</b>
<b>E t a p a 8</b>				
<b>CÓDIGO</b>	<b>DISCIPLINA</b>	<b>PRÉ-REQUISITO</b>	<b>CH</b>	<b>CR</b>
-	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	BIB02026 METODOLOGIAS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO	150	10
<b>Total:</b>			<b>150</b>	<b>10</b>
<b>CARGA HORÁRIA EM ATIVIDADES DE ENSINO ESPECÍFICAS: 1440h</b> <b>CARGA HORÁRIA EM ATIVIDADES DE ENSINO DE FORMAÇÃO BÁSICA E GERAL: 810h</b> <b>CARGA HORÁRIA EM ESTÁGIO OBRIGATÓRIO: 200h no campo de estágio</b> <b>CARGA HORÁRIA DISCIPLINAS ELETIVAS: 450h</b> <b>ATIVIDADES COMPLEMENTARES: 300h</b> <b>CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO: 3.200h</b>				



## Quadro 2 – Grade de Disciplinas Obrigatória Alternativa do Curso de Relações Públicas

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	CH	CR	PRÉ-REQUISITO
HUM04032	Estratificação, diferença e mobilidade social	60	04	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 40
HUM04033	Etnicidade, Minorias e Políticas Públicas	60	04	
HUM04034	Gênero e Políticas Públicas	60	04	
HUM04040	Participação Social e Políticas Públicas	60	04	
HUM04077	Sociologia da Juventude	60	04	
HUM04043	Políticas de Educação	60	04	
HUM04044	Políticas de Saúde	60	04	
HUM04045	Políticas Públicas, Trabalho e Emprego	60	04	
HUM04046	Política e sistemas contemporâneos de Justiça Criminal	60	04	
HUM04047	Políticas Públicas de Segurança	60	04	
HUM04061	Sociologia de Ação coletiva: associativismo, contestação e engajamento	60	04	
HUM04062	Sociologia Globalização regionalização	60	04	
HUM04063	Sociologia Ruralidade contemporânea	60	04	
HUM04064	Sociologia desenvolvimento – B	60	04	
HUM04065	Sociologia Trabalho – A	60	04	
HUM04066	Sociologia Econômica	60	04	
HUM04072	Sociologia da Questão ambiental	60	04	
HUM04074	Políticas de desenvolvimento rural	60	04	

### Quadro 3 – Grade de Disciplinas Eletivas do Curso de Relações Públicas

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	CH	CR	PRÉ-REQUISITO
BIB02062	ADMINISTRAÇÃO DE CONTAS E GESTÃO DE NEGÓCIOS	60	04	BIB02059 ESTRATÉGIAS DE MARKETING EM COMUNICAÇÃO
BIB02123	ADMINISTRAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	30	02	
LET02208	ALEMÃO INSTRUMENTAL I	60	04	
LET02209	ALEMÃO INSTRUMENTAL II	60	04	LET02208 ALEMÃO INSTRUMENTAL I
HUM05007	ANTROPOLOGIA I – TEORIA ANTROPOLÓGICA	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
ART02298	ARTE E CULTURA VISUAL	60	04	-
EDU03068	ARTE, CULTURA VISUAL E EDUCAÇÃO	60	04	-
LET01150	AS IDEIAS CRÍTICAS NA LITERATURA BRASILEIRA	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
LET01021	CANÇÃO POPULAR BRASILEIRA	60	04	-
BIB02293	CINEMA BRASILEIRO	30	02	BIB02144 MÍDIAS AUDIOVISUAIS
BIB02478	CINEMA E LITERATURA	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
ARQ03071	COMPUTAÇÃO GRÁFICA I	60	04	BIB02021 COMUNICAÇÃO NA WEB
BIB02009	COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL – A	30	02	BIB02020 COMUNICAÇÃO E CIDADANIA
BIB 02079	COMUNICAÇÃO E MARKETING	60	04	60 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02090	COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA	30	02	BIB02015 TEORIAS DA IMAGEM
BIB02008	COMUNICAÇÃO EM MUSEUS	60	04	10 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB03083	CONHECIMENTO E SOCIEDADE	60	04	-
HUM03347	CULTURA BRASILEIRA	60	04	10 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM03388	CULTURA BRASILEIRA II	60	04	HUM03347 CULTURA BRASILEIRA I
BIB02004	DESIGN DE INTERFACE	60	04	BIB02023 CIBERCULTURA OU BIB02021 COMUNICAÇÃO NA WEB
PSI01025	DIVERSIDADE E DESENVOLVIMENTO HUMANO	30	02	-
LET01498	DRAMATURGOS PORTUGUESES	60	04	
BIB02091	ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO	30	02	BIB02022 TEORIAS DA COMUNICAÇÃO
EDU03040	EPISTEMOLOGIA DA COMUNICAÇÃO	45	03	-
LET02228	ESPAÑHOL INSTRUMENTAL I	60	04	-
LET02229	ESPAÑHOL INSTRUMENTAL II	60	04	LET02228 ESPAÑHOL INSTRUMENTAL I
MAT02280	ESTATÍSTICA BÁSICA I	60	04	-
MAT02210	ESTATÍSTICA I	75	05	10 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
MAT02211	ESTATÍSTICA II	75	05	MAT02210 ESTATÍSTICA I
ART03840	ESTÉTICA DA MÚSICA	30	02	-
HUM01035	ESTÉTICA I – A	90	06	12 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM01036	ESTÉTICA II – A	60	04	12 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02059	ESTRATÉGIAS DE MARKETING EM COMUNICAÇÃO	30	02	BIB02051 ESTUDOS DO CONSUMO

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	CH	CR	PRÉ-REQUISITO
HUM06455	ESTUDO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS	30	02	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
LET02537	ESTUDOS DE LITERATURA E CULTURA HISPANO-AMERICANA	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
LET02536	ESTUDOS DE LITERATURA E CULTURA MODERNA E CONTEMPORÂNEA	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02051	ESTUDOS DO CONSUMO	30	02	18 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
FIS02009	EXPLORANDO O UNIVERSO: DOS QUARKS AOS QUASARES	30	02	-
HUM01163	FILOSOFIA DA ARTE I A	60	04	10 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM01135	FILOSOFIA DA CULTURA	60	04	-
HUM01002	FILOSOFIA POLÍTICA	90	06	-
LET02248	FRANCÊS INSTRUMENTAL I	60	04	-
LET02249	FRANCÊS INSTRUMENTAL II	60	04	LET02248 FRANCÊS INSTRUMENTAL I
GEO01194	GEOGRAFIA HUMANA E ECONÔMICA – A	60	04	10 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02142	GESTÃO DO CONHECIMENTO E APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL	60	04	GESTÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS
BIB02079	GESTÃO MERCADOLÓGICA	60	04	60 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM06430	GRANDES PROBLEMAS INTERNACIONAIS ATUAIS	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM03070	HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA I – A	60	04	-
HUM03084	HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA II – A	60	04	HUM03070 HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA I – A
ART03155	HISTÓRIA DA MÚSICA I	45	03	-
ART03156	HISTÓRIA DA MÚSICA II	45	03	ART03155 HISTÓRIA DA MÚSICA I
LET03325	HISTÓRIA DAS LITERATURAS	60	04	10 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02292	HISTÓRIA DO CINEMA	60	04	BIB02144 MÍDIAS AUDIOVISUAIS
ART02282	HISTÓRIA DO CINEMA	60	04	-
BIB02475	HISTÓRIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	30	02	BIB02143 COMUNICAÇÃO, HISTÓRIA E SOCIEDADE
HUM03348	HISTÓRIA ECONÔMICA, POLÍTICA E SOCIAL DO BRASIL I	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM03349	HISTÓRIA ECONÔMICA, POLÍTICA E SOCIAL DO BRASIL II	60	04	HUM03348 HISTÓRIA ECONÔMICA, POLÍTICA E SOCIAL DO BRASIL I
HUM03352	HISTÓRIA ECONÔMICA, POLÍTICA E SOCIAL GERAL I	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM03353	HISTÓRIA ECONÔMICA, POLÍTICA E SOCIAL GERAL II	60	04	HUM03352 HISTÓRIA ECONÔMICA, POLÍTICA E SOCIAL GERAL I
HUM03039	HISTÓRIA MODERNA I A	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM03048	HISTÓRIA MODERNA II A	60	04	HUM03039 HISTÓRIA MODERNA I A
HUM03109	HISTÓRIA, MÍDIA E PODER	60	04	-
BIB03095	INFORMAÇÃO E MEMÓRIA SOCIAL	60	04	10 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
LET02268	INGLÊS INSTRUMENTAL I	60	04	-
LET02269	INGLÊS INSTRUMENTAL II	60	04	LET02268

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	CH	CR	PRÉ-REQUISITO
				INGLÊS INSTRUMENTAL I
ADM01101	INTRODUÇÃO À ADMINISTRAÇÃO	60	04	-
HUM06409	INTRODUÇÃO À CIÊNCIA POLÍTICA	60	04	-
HUM03032	INTRODUÇÃO À HISTÓRIA DO BRASIL	60	04	-
DIR04401	INTRODUÇÃO AO DIREITO DO TRABALHO	60	04	
HUM01861	INTRODUÇÃO AO PENSAMENTO FILOSÓFICO	60	04	-
BIO11417	INTRODUÇÃO ECOLOGIA	30	02	-
LET02288	ITALIANO INSTRUMENTAL I	60	04	-
LET02289	ITALIANO INSTRUMENTAL II	60	04	LET02288 ITALIANO INSTRUMENTAL I
BIB02126	LABORATÓRIO DE COMUNICAÇÃO E IMAGINÁRIO	60	04	80 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02092	LABORATÓRIO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA	60	04	80 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02093	LABORATÓRIO DE COMUNICAÇÃO SOCIOAMBIENTAL	60	04	80 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02280	LABORATÓRIO DE COMUNICAÇÃO VISUAL	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02477	LABORATÓRIO DE CRIAÇÃO	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02089	LABORATÓRIO DE DESIGN GRÁFICO	60	04	-
BIB02138	LABORATÓRIO DE ESTÁGIO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	120	08	100 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02094	LABORATÓRIO DE FOTOGRAFIA I	60	04	BIB02016 INTRODUÇÃO À FOTOGRAFIA
BIB002095	LABORATÓRIO DE FOTOGRAFIA II	60	04	BIB02016 INTRODUÇÃO À FOTOGRAFIA
BIB02096	LABORATÓRIO DE MÍDIA IMPRESSA	60	04	BIB02019 MÍDIA IMPRESSA
BIB02097	LABORATÓRIO DE MÍDIA SONORA	60	04	BIB02144 MÍDIAS AUDIOVISUAIS
BIB02277	LABORATÓRIO DE PESQUISA	60	04	
BIB02122	LABORATÓRIO DE PESQUISA EMPÍRICA	60	04	
BIB02278	LABORATÓRIO DE PLANEJAMENTO	60	04	
BIB02099	LABORATÓRIO DE PROJETOS AUDIOVISUAIS	60	04	80 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02100	LABORATÓRIO DE RÁDIO	60	04	BIB02144 MÍDIAS AUDIOVISUAIS
BIB02101	LABORATÓRIO DE TELEVISÃO	60	04	BIB02144 MÍDIAS AUDIOVISUAIS
BIB02281	LABORATÓRIO DE TEXTO I	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02103	LABORATÓRIO DE WEB	60	04	BIB02021 COMUNICAÇÃO NA WEB
LET03014	LÉXICO E DICIONÁRIOS	30	02	-
EDU03071	LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS (LIBRAS)	30	02	-
BIB02283	LINGUAGEM CINEMATOGRAFICA	60	04	-
LET03339	LITERATURA COMPARADA	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM01060	LÓGICA I – A	90	06	-

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	CH	CR	PRÉ-REQUISITO
HUM01505	METAFÍSICA I	90	06	-
BIB02282	MERCHANDISING	30	02	30 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB03306	METODOLOGIA DA PESQUISA BIBLIOGRÁFICA	45	03	-
EDU03051	MÍDIA, TECNOLOGIAS DIGITAIS E EDUCAÇÃO	45	03	-
BIB00207	MUSEOLOGIA E TURISMO CULTURAL	30	02	10 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02010	MUSEU E IMAGEM	30	02	BIB02015 TEORIAS DA IMAGEM
GEO01006	ORGANIZAÇÃO NO ESPAÇO MUNDIAL – A	60	04	-
PSI01027	PESQUISA E DIVULGAÇÃO DA CIÊNCIA	30	02	-
DIR03005	POLÍTICA E TEORIA DO ESTADO I	60	04	-
DIR03007	POLÍTICA E TEORIA DO ESTADO II	60	04	DIR03005 POLÍTICA E TEORIA DO ESTADO I
HUM06830	POLÍTICA III: INSTITUIÇÕES POLÍTICAS BRASILEIRAS	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM06833	POLÍTICA VI: POLÍTICA COMPARADA NA AMÉRICA LATINA	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM06835	POLÍTICA VIII: DA OPINIÃO PÚBLICA NAS DEMOCRACIAS CONTEMPORÂNEAS	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02288	POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO	30	02	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM04024	POLÍTICAS PÚBLICAS – INTRODUÇÃO	60	04	-
BIB02006	PRÁTICAS FOTOGRÁFICAS APLICADAS AO DESIGN	45	03	BIB02016 INTRODUÇÃO À FOTOGRAFIA
ARQ03113	PROCESSOS DE PRODUÇÃO GRÁFICA	45	03	BIB 02019 MÍDIA IMPRESSA-
BIB02064	PRODUÇÃO AUDIOVISUAL	60	04	BIB02144 MÍDIAS AUDIOVISUAIS
LET01405	PRODUÇÃO DE TEXTOS	30	02	
BIB02104	PRODUÇÃO EDITORIAL	30	02	BIB02019 MÍDIA IMPRESSA
BIB02445	PROGRAMAÇÃO VISUAL	30	02	BIB02019 MÍDIA IMPRESSA
BIB02285	PROJETO DE VÍDEO	60	04	BIB02144 MÍDIAS AUDIOVISUAIS
BIB02057	PROJETO GRÁFICO	60	04	40 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02287	PROMOÇÃO DE VENDAS	30	02	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02296	PROPAGANDA POLÍTICA	30	02	BIB 02025 COMUNICAÇÃO E POLÍTICA
ADM01110	PSICOLOGIA APLICADA À ADMINISTRAÇÃO	60	04	ADM01101 INTRODUÇÃO À ADMINISTRAÇÃO
PSI02202	PSICOLOGIA DAS RELAÇÕES HUMANAS	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
PSI01222	PSICOLOGIA GERAL	60	04	10 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
PSI02207	PSICOLOGIA SOCIAL II	45	03	PSI02206 PSICOLOGIA SOCIAL I
BIB02479	ROTEIRO CINEMATOGRAFICO	60	04	BIB 02144 MÍDIAS AUDIOVISUAIS
BIB02263	SEMINÁRIO DE ADMINISTRAÇÃO E COMUNICAÇÃO	30	02	50 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	CH	CR	PRÉ-REQUISITO
BIB02273	SEMINÁRIO DE ARQUITETURA E COMUNICAÇÃO	30	02	50 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02260	SEMINÁRIO DE ARTE E COMUNICAÇÃO	30	02	50 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02145	SEMINÁRIO DE AUDIOVISUAL	30	02	BIB02144 MÍDIAS AUDIOVISUAIS
BIB02105	SEMINÁRIO DE CINEMA	30	02	50 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02148	SEMINÁRIO DE COMUNICAÇÃO, GÊNERO E SEXUALIDADE	30	02	34 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
LET03338	SEMINÁRIO DE CRIAÇÃO LITERÁRIA I	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
LET03350	SEMINÁRIO DE CRIAÇÃO LITERÁRIA II	60	04	LET03338 SEMINÁRIO DE CRIAÇÃO LITERÁRIA I
BIB02261	SEMINÁRIO DE CULTURA E COMUNICAÇÃO	30	02	18 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02272	SEMINÁRIO DE DIREITO E COMUNICAÇÃO	30	02	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02262	SEMINÁRIO DE ECONOMIA E COMUNICAÇÃO	30	02	50 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02269	SEMINÁRIO DE EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO	30	02	50 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02265	SEMINÁRIO DE FILOSOFIA E COMUNICAÇÃO	30	02	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02106	SEMINÁRIO DE FOTOGRAFIA E COMUNICAÇÃO	30	02	50 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02264	SEMINÁRIO DE HISTÓRIA E COMUNICAÇÃO	30	02	50 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02146	SEMINÁRIO DE IMAGEM E COMUNICAÇÃO	30	02	BIB 02015 TEORIAS DA IMAGEM
BIB02268	SEMINÁRIO DE LITERATURA E COMUNICAÇÃO	30	02	50 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02139	SEMINÁRIO DE MEIO AMBIENTE E COMUNICAÇÃO	30	02	BIB02020 COMUNICAÇÃO E CIDADANIA
BIB02267	SEMINÁRIO DE PSICOLOGIA E COMUNICAÇÃO	30	02	50 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02271	SEMINÁRIO DE SAÚDE E COMUNICAÇÃO	30	02	50 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02270	SEMINÁRIO DE TECNOLOGIA E COMUNICAÇÃO	30	02	50 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02128	SEMINÁRIO IMAGINÁRIO E COMUNICAÇÃO	30	02	BIB02022 TEORIAS DA COMUNICAÇÃO
BIB02127	SEMINÁRIO INCLUSÃO, ACESSIBILIDADE E COMUNICAÇÃO	60	04	60 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
BIB02248	SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO	30	02	BIB02022 TEORIAS DA COMUNICAÇÃO
BIB02003	SISTEMAS DE PRODUÇÃO MULTIMÍDIA	60	04	BIB02021 COMUNICAÇÃO NA WEB
HUM04406	SOCIOLOGIA I	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM04407	SOCIOLOGIA II	60	04	HUM04406 SOCIOLOGIA I
PSI02084	TECNOLOGIAS E SUBJETIVIDADE	60	04	
BIB02218	TEORIA DA COMUNICAÇÃO DE MASSA	60	04	20 CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS
HUM01507	TEORIA DO CONHECIMENTO I – A	90	06	-



CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	CH	CR	PRÉ-REQUISITO
BIB02286	TIPOGRAFIA	30	02	BIB02019 MÍDIA IMPRESSA

## 2.4 Condicionantes de fluxo no Curso

O Curso de Relações Públicas prevê atividades com pré-requisitos que permitem o melhor aproveitamento dos conteúdos pelo aluno e viabilizam processos de construção do conhecimento e seu amadurecimento acadêmico.

Com essa perspectiva, os pré-requisitos podem ser identificados em três componentes: número de créditos; atividades de ensino; atividades de ensino e número de créditos, conforme explicita a grade curricular do Quadro 1.

Considerando-se ainda o fato da transição dos alunos do currículo do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas para o Curso de Relações Públicas, a seguir, apresentam-se outros condicionantes relativos às atividades de ensino.

**Quadro 4 – Disciplinas excluídas**

CÓDIGO	DISCIPLINA	CH	CR
BIB02141	ÉTICA, LEGISLAÇÃO E ATUAÇÃO PROFISSIONAL	60	04
BIB02067	TÉCNICAS DE PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS	30	02
BIB02071	ANÁLISE E PRODUÇÃO TEXTUAL	120	08
BIB02073	PESQUISA INSTITUCIONAL I	30	02
BIB02077	PESQUISA INSTITUCIONAL II	30	02
BIB02078	AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO I	60	04
BIB02085	AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO III	60	04
HUM04002	INTRODUÇÃO À SOCIOLOGIA - A	60	04

### Quadro 5 – Disciplinas liberadas/liberadoras

Etapa	Código	DISCIPLINA LIBERADAS	DISCIPLINA LIBERADORAS
1	BIB02074	RELAÇÕES PÚBLICAS E ÉTICA PROFISSIONAL	BIB02141 ÉTICA, LEGISLAÇÃO E ATUAÇÃO PROFISSIONAL <b>OU</b> BIB02013 - ÉTICA E LEGISLAÇÃO EM COMUNICAÇÃO <b>OU</b> BIB02011 - COMUNICAÇÃO E ATUAÇÃO PROFISSIONAL <b>OU</b> DIR01107 - DIREITO E ÉTICA EM RELAÇÕES PÚBLICAS <b>OU</b> DIR01106 - DIREITO E ÉTICA EM PROPAGANDA <b>OU</b> DIR01105 - DIREITO E ÉTICA EM JORNALISMO <b>OU</b> Ingresso ate 2008/2
1		LABORATÓRIO DE PESQUISA I	BIB02067 TÉCNICAS DE PESQUISA EM RP <b>E</b> BIB02073 PESQUISA INSTITUCIONAL I <b>OU</b> BIB02455 - PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS <b>OU</b> Ingresso até 2006/2
1	HUM05006	ANTROPOLOGIA - INTRODUÇÃO	Ingresso até 2017/1
1	PSI02206	PSICOLOGIA SOCIAL I	Ingresso até 2017/1
2		LABORATÓRIO DE PESQUISA II	BIB02077 PESQUISA INSTITUCIONAL II <b>OU</b> Ingresso até 2007/1
3		LABORATÓRIO DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA	BIB02071 ANÁLISE E PRODUÇÃO TEXTUAL <b>OU</b> BIB02452 - REDAÇÃO E EXPRESSÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS II
3		COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	Ingresso até 2015/2
3		PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	BIB02078 AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO I <b>OU</b> BIB02489 - PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS I <b>OU</b> BIB02490 - PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS II
3		OBRIGATÓRIA ALTERNATIVA	Ingresso até 2014/2 <b>OU</b> HUM04002 - INTRODUÇÃO À SOCIOLOGIA - A
4	BIB02081	PRODUÇÃO DE EVENTOS ESTRATÉGICOS	BIB02458 - ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS



Etapa	Código	DISCIPLINA LIBERADAS	DISCIPLINA LIBERADORAS
4		GESTÃO DE CONTEÚDO E RELACIONAMENTO EM AMBIENTES DIGITAIS	Ingresso até 2015/2
4		INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO	Ingresso até 2015/2
5		COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES INTERNACIONAIS	Ingresso até 2016/1
5		PROJETOS SOCIAIS	BIB02085 AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO III OU BIB02471 - PROJETO EXPERIMENTAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS V (AGÊNCIA) OU BIB02470 - PROJETO EXPERIMENTAL EM RELAÇÕES PÚBLICAS IV (ESPECIALIZAÇÃO)
5		ACOMPANHAMENTO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO	Ingresso até 2015/2
5		ESTÁGIO OBRIGATÓRIO	Ingresso até 2015/2
6		LABORATÓRIO DE GESTÃO DE CRISE E COMUNICAÇÃO DE RISCO	Ingresso até 2014/1
6	BIB02098	LABORATÓRIO DE NEGOCIAÇÃO	Ingresso até 2014/1
6	BIB02075	PROJETOS CULTURAIS	Ingresso até 2007/1
8		TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	BIB02467 - PROJETO EXPERIMENTAL EM RELAÇÕES PÚBLICAS I (MONOGRAFIA)

**Quadro 6 – Disciplinas com mudança de pré-requisitos**

CÓDIGO	DISCIPLINA	PRÉ-REQUISITO ATUAL	PRÉ-REQUISITO NOVO
BIB02074	RELAÇÕES PÚBLICAS E ÉTICA PROFISSIONAL	Créditos Obrigatórios: 40	-
BIB02069	CULTURA E PODER NAS ORGANIZAÇÕES	Créditos Obrigatórios: 40	HUM05006 ANTROPOLOGIA - INTRODUÇÃO
BIB02076	GESTÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	Créditos Obrigatórios: 40	BIB02068 TEORIA E PRÁTICA DE RELAÇÕES PÚBLICAS
BIB02130	PLANEJAMENTO VISUAL	Créditos Obrigatórios: 14	-
PSI02206	PSICOLOGIA SOCIAL I	Créditos Obrigatórios: 40	-
BIB02081	PRODUÇÃO DE EVENTOS ESTRATÉGICOS	BIB2078 – Agência de Comunicação I	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS
BIB02075	PROJETOS CULTURAIS	Créditos Obrigatórios: 40	Créditos Obrigatórios: 100
BIB02025	COMUNICAÇÃO E POLÍTICA	Créditos Obrigatórios: 58	BIB02022 TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

BIB02080	IDENTIDADE E IMAGEM INSTITUCIONAL	Créditos Obrigatórios: 60	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS
BIB02140	SEMIÓTICA	Créditos Obrigatórios: 58	BIB02022 TEORIAS DA COMUNICAÇÃO
BIB02098	LABORATÓRIO DE NEGOCIAÇÃO		CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 80
BIB02083	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	Créditos Obrigatórios: 80	INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO
BIB02084	ASSESSORIA EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA E POLÍTICA	Créditos Obrigatórios: 80	BIB02152 – LABORATÓRIO DE GESTÃO DE CRISE E COMUNICAÇÃO DE RISCO
BIB02086	ANÁLISE E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS EM COMUNICAÇÃO	Créditos Obrigatórios: 90	BIB02080 IDENTIDADE E IMAGEM INSTITUCIONAL
BIB02087	SEMINÁRIO AVANÇADO EM COMUNICAÇÃO	Créditos Obrigatórios: 90	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 100
BIB02072	OPINIÃO PÚBLICA	Créditos Obrigatórios: 24	Créditos Obrigatórios: 60

### Quadro 7 – Disciplinas com mudança de caráter

CÓDIGO	DISCIPLINA	CARÁTER ANTERIOR	CARÁTER ATUAL	CH	CR	ETAPA
HUM05006	ANTROPOLOGIA - INTRODUÇÃO	Eletiva	Obrigatória	60	04	1
PSI02206	PSICOLOGIA SOCIAL I	Eletiva	Obrigatória	60	04	1
BIB02079	GESTÃO MERCADOLÓGICA	Obrigatória	Eletiva	60	04	-
BIB02123	ADMINISTRAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	Obrigatória	Eletiva	30	02	-
BIB 02082	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE	Obrigatória	Eletiva	30	02	-

### Quadro 8 – Disciplinas novas obrigatórias

ETAPA	DISCIPLINA	SÚMULA	CH	CR
1	LABORATÓRIO DE PESQUISA I	Introdução à pesquisa em Relações Públicas. Métodos quantitativo e qualitativo. As características, potencialidades, limitações e ética nas pesquisas quantitativas. As diferentes técnicas e abordagens de pesquisa quantitativa. Ética em pesquisa quantitativa. Práticas de pesquisa quantitativa.	60	04
2	LABORATÓRIO DE PESQUISA II	Características, potencialidades, limitações e ética nas pesquisas qualitativas. Técnicas de coleta e análise de dados em pesquisa qualitativa. O emprego das pesquisas quanti-qualitativas. Práticas de pesquisa qualitativa.	60	04
3	LABORATÓRIO DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA	Mídias de comunicação escrita no ambiente organizacional: definições, classificações e técnicas. A comunicação dirigida e sua adequação aos objetivos organizacionais. Desenvolvimento de práticas de redação e de produção de materiais administrativos e de campanhas institucionais.	60	04
	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	Diferentes abordagens sobre comunicação organizacional. Comunicação organizacional e relações públicas. Processos, fluxos e redes de comunicação organizacional.	60	04
	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	A teoria e a prática do planejamento. Escolas de estratégias. O planejamento na comunicação estratégica. Planos, projetos e programas em relações públicas.	60	04
4	GESTÃO DE CONTEÚDO E RELACIONAMENTO EM AMBIENTES DIGITAIS	Comunicação em ambientes digitais. Possibilidades da internet para a comunicação organizacional e relações públicas. Comunicação e relacionamento em ambientes digitais. Gestão estratégica de conteúdo em ambientes digitais.	60	04
	INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO	Processos de inovação. Gestão e visão empreendedora em comunicação. Intraempreendedorismo. Plano de Negócios.	60	04

5	COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES INTERNACIONAIS	Gestão da comunicação e relacionamentos em contextos globais. Administração e modos de operação das organizações em contextos multiculturais. Relações internacionais e negócios.	60	04
	PROJETOS SOCIAIS	Comunicação e relacionamento para organizações sem fins lucrativos, entidades de classe, organizações cooperativas e sociedade civil organizada. Conceituações de terceiro setor, comunidade, mobilização social e comunicação comunitária. Planejamento, execução e avaliação de projetos sociais.	60	04
	ACOMPANHAMENTO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO	Vivência profissional a ser desenvolvida através de atividades práticas supervisionadas, de acordo com plano de trabalho específico.	60	04
6	LABORATÓRIO DE GESTÃO DE CRISE E COMUNICAÇÃO DE RISCO	Perspectivas teóricas sobre crise e risco. Tipos de crise e risco. Prevenção e gerenciamento de crises. Avaliação e gerenciamento de risco em diferentes cenários.	60	04

**Quadro 9 – Disciplinas com mudanças de nomenclatura**

CÓDIGO	DENOMINAÇÃO ATUAL	NOVA DENOMINAÇÃO
BIB02068	TEORIA E PRÁTICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	TEORIA E PRÁTICA DE RELAÇÕES PÚBLICAS
BIB02079	GESTÃO MERCADOLÓGICA	COMUNICAÇÃO E MARKETING
BIB02140	FILOSOFIA, LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO	SEMIÓTICA
BIB02083	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO
BIB02087	SEMINÁRIO AVANÇADO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	SEMINÁRIO AVANÇADO EM COMUNICAÇÃO
-	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – HABILITAÇÃO RELAÇÕES PÚBLICAS	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**Quadro 10 – Disciplinas com mudanças de nomenclatura, etapa e carga horária**

CÓDIGO	DENOMINAÇÃO ATUAL	NOVA DENOMINAÇÃO	Etapa		Carga horária atual		Carga horária nova	
			Atual	Nova	CH	CR	CH	CR
BIB02075	GESTÃO CULTURAL	PROJETOS CULTURAIS	4	6	60	4	30	2

**Quadro 11 – Disciplinas com mudanças de nomenclatura e etapa**

CÓDIGO	DENOMINAÇÃO ATUAL	NOVA DENOMINAÇÃO	Etapa	
			Atual	Nova
BIB02074	ÉTICA PROFISSIONAL EM RELAÇÕES PÚBLICAS	RELAÇÕES PÚBLICAS E ÉTICA PROFISSIONAL	4	1
BIB02081	AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO II	PRODUÇÃO DE EVENTOS ESTRATÉGICOS	6	4
BIB02084	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO POLÍTICA	ASSESSORIA EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA E POLÍTICA	6	7

**Quadro 12 – Disciplinas com mudanças de carga horária**

CÓDIGO	DISCIPLINA	Carga horária atual		Carga horária nova	
		CH	CR	CH	CR
BIB02069	CULTURA E PODER NAS ORGANIZAÇÕES	30	02	60	04
	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	120	-	150	-

**Quadro 13 – Disciplinas com mudanças de etapa**

CÓDIGO	DISCIPLINA	Etapa atual	Etapa nova
BIB02072	OPINIÃO PÚBLICA	3	4

**Quadro 14 – Disciplinas com mudanças de etapa e carga horária**

CÓDIGO	DISCIPLINA	Etapa		Carga horária atual		Carga horária nova	
		Atual	Nova	CH	CR	CH	CR
BIB02076	GESTÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	4	2	30	2	60	4

**Quadro 15 – Disciplinas com mudanças de caráter, etapa e carga horária**

CÓDIGO	DISCIPLINA	CARÁTER ANTERIOR	CARÁTER ATUAL	Atual CH	Atual CR	Nova CH	Nova CR	Etapa
BIB02098	LABORATÓRIO DE NEGOCIAÇÃO	Eletiva	Obrigatória	60	04	30	02	6

### Quadro 106 – Disciplinas com mudança de súmula

CÓDIGO	DISCIPLINA	SÚMULA ATUAL	SÚMULA NOVA
BIB02068	TEORIA E PRÁTICA DE RELAÇÕES PÚBLICAS	Relações públicas: surgimento e evolução da atividade profissional; diferentes escolas e principais conceituações. A definição de público e as funções de Relações Públicas. Relações Públicas nos diversos tipos de organizações e no desenvolvimento de campanhas de comunicação e relacionamento. Princípios éticos de Relações Públicas.	Relações públicas: surgimento e evolução da atividade profissional; diferentes escolas e principais conceituações. A definição de público e as funções de Relações Públicas. Atuação profissional nos diversos tipos de organizações e no desenvolvimento de ações e campanhas de comunicação institucional, de relacionamento e responsabilidade social.
BIB02143	COMUNICAÇÃO, HISTÓRIA E SOCIEDADE	O desenvolvimento da comunicação e seus contextos. Mudanças sociais produzidas pela comunicação, em uma perspectiva histórica. A comunicação como cultura, e suas relações com as transformações e/ou conservações socioculturais.	História social dos meios de comunicação. Interfaces da comunicação com a cultura. Relações da comunicação com as transformações e/ou conservações socioculturais.
BIB02015	TEORIAS DA IMAGEM	A imagem como representação visual e mental. Elementos da percepção. Tempo, espaço e movimento. Abordagens da percepção visual. A imagem e o espectador	Imagem e representação. A imagem e o espectador. Funções das imagens. Fundamentos da percepção visual. Tempo, espaço e movimento. Comunicação visual.
BIB02074	RELAÇÕES PÚBLICAS E ÉTICA PROFISSIONAL	Legislação e ética em Relações Públicas. Ética nas organizações públicas e privadas; na política; na Internet; na gestão de pessoas. Ética e responsabilidade social.	Ética e Comunicação. Ética, legislação e deontologia em Relações Públicas. Ética nos diferentes tipos de organizações. Responsabilidade pública do profissional.
BIB02069	CULTURA E PODER NAS ORGANIZAÇÕES	As noções de cultura e cultura organizacional. As diferentes esferas da cultura organizacional. O estudo dos mitos e dos rituais de organização como forma de conhecer a cultura. A noção de poder e as principais tipologias. Tensões entre as ideias de cultura, comunicação, poder e relacionamentos.	As noções de cultura, cultura organizacional e interculturalidade. As diferentes esferas da cultura organizacional. O estudo dos mitos e dos rituais de organização como forma de conhecer a cultura. A noção de poder e as principais tipologias. Tensões entre as ideias de cultura, comunicação, poder e relacionamentos.
BIB02016	INTRODUÇÃO À FOTOGRAFIA	A imagem fotográfica: aspectos históricos, teóricos, técnicos e práticos. Linguagem fotográfica e informação.	A imagem fotográfica: aspectos históricos, teóricos, técnicos e práticos do analógico ao digital. Linguagem fotográfica e informação. Especificidades no uso da imagem fotográfica pelas diferentes áreas da comunicação e suas interfaces.
BIB02076	GESTÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	A prática da gestão profissional. O relações públicas como gestor de processos de comunicação e relacionamento. A atuação do profissional de relações públicas como mediador das relações de poder junto às organizações. A ação de relações públicas integrada a gestão de pessoas.	Teorias da administração e das organizações e suas interfaces com as teorias de relações públicas. Relações públicas no processo administrativo como gestor da comunicação e dos relacionamentos.

CÓDIGO	DISCIPLINA	SÚMULA ATUAL	SÚMULA NOVA
BIB02022	TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	Conceito de comunicação. O processo de comunicação. O objeto da teoria da comunicação. Paradigmas teórico-metodológicos da teoria da comunicação. Principais abordagens no estudo da comunicação.	A constituição do campo da comunicação. A construção dos objetos de estudo da comunicação. História das teorias da comunicação. Paradigmas teórico-metodológicos das teorias da comunicação. Principais Escolas e os desafios da comunicação na contemporaneidade.
BIB02020	COMUNICAÇÃO E CIDADANIA	A construção do cidadão e os espaços de cidadania. O papel da comunicação no contexto social atual e na construção da cidadania. As tecnologias de comunicação e a inclusão social. Cidadania no Brasil.	A construção do cidadão e os espaços de cidadania. Cidadania no Brasil. O papel da comunicação no contexto social atual e na construção da cidadania. As tecnologias de comunicação e a inclusão social. Projetos de comunicação para a cidadania.
BIB02081	PRODUÇÃO DE EVENTOS ESTRATÉGICOS	Evento, cerimonial e protocolo. O evento como estratégia de comunicação e relacionamento. Elaboração, execução e avaliação de projetos de eventos.	Eventos como estratégia de relações públicas na construção e fortalecimento de relacionamentos e reputação organizacional. Cerimonial e protocolo. Planejamento, execução e avaliação de eventos.
BIB02072	OPINIÃO PÚBLICA	As noções de público e privado. As diferentes compreensões de opinião pública. Os processos de formação e transformação da opinião pública. A opinião pública e as relações de poder. Relações públicas estratégicas e opinião pública. As pesquisas de opinião dos públicos.	Noções de público e privado. As diferentes compreensões de opinião pública. Os processos de formação e transformação da opinião pública. Opinião pública e as relações de poder. Análises e práticas de pesquisas de opinião pública.
BIB02080	IDENTIDADE E IMAGEM INSTITUCIONAL	A identidade e os processos identificatórios. A identidade organizacional e a cultural. A imagem-conceito, sua construção e fabricação. A articulação identidade-imagem. As aferições e as análises de imagem. As relações públicas nas situações de mudança e de crise.	A identidade e os processos identificatórios. A identidade organizacional e cultura. A imagem-conceito, sua construção e fabricação. A articulação identidade-imagem. As aferições e as análises de imagem. Relações públicas e branding.
BIB02140	SEMIÓTICA	Distintas concepções da linguagem na filosofia contemporânea. Teorias da Representação. A perspectiva semiótica. Sentido, código e referência. Processos de significação. Estratificação da linguagem. Regime de signos. Linguagem e pensamento.	Teorias Semióticas, sistemas de significação e processos de comunicação, interacionismo simbólico, funções da linguagem e os signos na vida social.
BIB02075	PROJETOS CULTURAIS	O profissional de relações públicas como gestor cultural. A cultura como investimento social e mercadológico. Políticas culturais. Gestão cultural e comunicação. Cultura, organizações e cidadania. Planejamento e divulgação de projetos culturais.	Identidades culturais, gestão cultural e comunicação. Políticas públicas voltadas à cultura. O profissional de relações públicas como gestor de projetos culturais. A cultura como investimento institucional, social e mercadológico e o consumo cultural. Análise e elaboração de projetos culturais.
BIB02026	METODOLOGIAS DE PESQUISA	Métodos e técnicas de pesquisa aplicados ao campo da	Pesquisa, métodos e procedimentos metodológicos no campo da



CÓDIGO	DISCIPLINA	SÚMULA ATUAL	SÚMULA NOVA
	EM COMUNICAÇÃO	comunicação. Técnicas qualitativas e quantitativas e os conteúdos das mídias. Desenvolvimento do projeto de pesquisa individual sobre tema vinculado à comunicação. Elaboração do projeto de pesquisa do TCC.	comunicação. Desenvolvimento de projeto de pesquisa sobre tema vinculado à comunicação social.
BIB02083	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	Assessoria de comunicação e de relações públicas nas organizações públicas e privadas. A comunicação organizacional estratégica. As relações públicas no desenvolvimento da responsabilidade social. Assessoramento de planejamento estratégico.	Conceitos e modelos de assessoria de comunicação. Estruturas e práticas integradas de assessoria de comunicação. Assessoria e relacionamento com a imprensa. Media training. Relacionamento com a mídia
BIB02084	ASSESSORIA EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA E POLÍTICA	Assessoria de comunicação e relacionamento na área governamental municipal, estadual e federal. A comunicação governamental nas relações entre estado e sociedade. A comunicação para órgãos públicos, partidos e políticos. Marketing político. Comunicação, política e mídia.	Assessoria de comunicação e relacionamento na área política e governamental. A comunicação pública e política nas relações entre estado, sociedade e mídia. Processos e sistemas de comunicação para órgãos públicos, partidos e políticos.
BIB02027	ESTUDOS CRÍTICOS DA COMUNICAÇÃO	A comunicação como motivo de preocupação histórica e reflexão crítica por parte do pensamento contemporâneo. A história e as bases da razão crítica: elementos de identificação. As correntes de estudo crítico dos fenômenos de mídia, com suas ênfases e estudos de caso. As perspectivas da crítica da mídia no mundo atual.	A comunicação como motivo de preocupação histórica e reflexão crítica por parte do pensamento contemporâneo. As correntes de estudo crítico dos fenômenos de mídia, com suas ênfases e estudos de caso. As perspectivas da crítica da mídia no mundo atual.
BIB02086	ANÁLISE E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS EM COMUNICAÇÃO	A análise e a avaliação da comunicação e das ações de Relações Públicas. Métodos de análise e avaliação e as técnicas de mensuração de resultados de comunicação e relações públicas.	Modelos de avaliação em comunicação e ações de Relações Públicas. Pesquisa, controle, análise e avaliação em comunicação. Métodos e técnicas quantitativas e qualitativas na mensuração de resultados de planos, projetos e programas de relações públicas.
BIB02087	SEMINÁRIO AVANÇADO EM COMUNICAÇÃO	Abordagem de temas de interesse da área de conhecimento na perspectiva de atualização sobre ideias, sistemas, estratégias, tecnologias e estudos de casos.	Abordagem dos cenários contemporâneos nos estudos desenvolvidos pelo Campo das Ciências da Comunicação, das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional. Referenciais teórico-metodológicos aplicados na produção acadêmico-científica da área. Temas emergentes nas pesquisas envolvendo a comunicação midiática e as organizações.
-	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO		Trabalho monográfico individual versando sobre tema específico de Relações Públicas ou estudos do Campo das Ciências da Comunicação, acompanhado de fundamentação e reflexão teórica, e intervenção

CÓDIGO	DISCIPLINA	SÚMULA ATUAL	SÚMULA NOVA
			documentada, orientado por docente do curso e avaliado por banca.

BIB02022	TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	Conceito de comunicação. O processo de comunicação. O objeto da teoria da comunicação. Paradigmas teórico-metodológicos da teoria da comunicação. Principais abordagens no estudo da comunicação.	A constituição do campo da comunicação. A construção dos objetos de estudo da comunicação. História das teorias da comunicação. Paradigmas teórico-metodológicos das teorias da comunicação. Principais Escolas e os desafios da comunicação na contemporaneidade.
BIB02020	COMUNICAÇÃO E CIDADANIA	A construção do cidadão e os espaços de cidadania. O papel da comunicação no contexto social atual e na construção da cidadania. As tecnologias de comunicação e a inclusão social. Cidadania no Brasil.	A construção do cidadão e os espaços de cidadania. Cidadania no Brasil. O papel da comunicação no contexto social atual e na construção da cidadania. As tecnologias de comunicação e a inclusão social. Projetos de comunicação para a cidadania.
BIB02081	PRODUÇÃO DE EVENTOS ESTRATÉGICOS	Evento, cerimonial e protocolo. O evento como estratégia de comunicação e relacionamento. Elaboração, execução e avaliação de projetos de eventos.	Eventos como estratégia de relações públicas na construção e fortalecimento de relacionamentos e reputação organizacional. Cerimonial e protocolo. Planejamento, execução e avaliação de eventos.
BIB02072	OPINIÃO PÚBLICA	As noções de público e privado. As diferentes compreensões de opinião pública. Os processos de formação e transformação da opinião pública. A opinião pública e as relações de poder. Relações públicas estratégicas e opinião pública. As pesquisas de opinião dos públicos.	Noções de público e privado. As diferentes compreensões de opinião pública. Os processos de formação e transformação da opinião pública. Opinião pública e as relações de poder. Análises e práticas de pesquisas de opinião pública.
BIB02080	IDENTIDADE E IMAGEM INSTITUCIONAL	A identidade e os processos identificatórios. A identidade organizacional e a cultural. A imagem-conceito, sua construção e fabricação. A articulação identidade-imagem. As aferições e as análises de imagem. As relações públicas nas situações de mudança e de crise.	A identidade e os processos identificatórios. A identidade organizacional e cultura. A imagem-conceito, sua construção e fabricação. A articulação identidade-imagem. As aferições e as análises de imagem. Relações públicas e branding.
BIB02140	SEMIÓTICA	Distintas concepções da linguagem na filosofia contemporânea. Teorias da Representação. A perspectiva semiótica. Sentido, código e referência. Processos de significação. Estratificação da linguagem. Regime de signos. Linguagem e pensamento.	Teorias Semióticas, sistemas de significação e processos de comunicação, interacionismo simbólico, funções da linguagem e os signos na vida social.
BIB02075	PROJETOS CULTURAIS	O profissional de relações públicas como gestor cultural. A cultura como investimento social e mercadológico. Políticas culturais. Gestão cultural e comunicação. Cultura, organizações e cidadania. Planejamento e divulgação de projetos culturais.	Identidades culturais, gestão cultural e comunicação. Políticas públicas voltadas à cultura. O profissional de relações públicas como gestor de projetos culturais. A cultura como investimento institucional, social e mercadológico e o consumo cultural. Análise e elaboração de projetos culturais.

BIB02026	METODOLOGIAS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO	Métodos e técnicas de pesquisa aplicados ao campo da comunicação. Técnicas qualitativas e quantitativas e os conteúdos das mídias. Desenvolvimento do projeto de pesquisa individual sobre tema vinculado à comunicação. Elaboração do projeto de pesquisa do TCC.	Pesquisa, métodos e procedimentos metodológicos no campo da comunicação. Desenvolvimento de projeto de pesquisa sobre tema vinculado à comunicação social.
BIB02083	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	Assessoria de comunicação e de relações públicas nas organizações públicas e privadas. A comunicação organizacional estratégica. As relações públicas no desenvolvimento da responsabilidade social. Assessoramento de planejamento estratégico.	Conceitos e modelos de assessoria de comunicação. Estruturas e práticas integradas de assessoria de comunicação. Assessoria e relacionamento com a imprensa. Media training. Relacionamento com a mídia
BIB02084	ASSESSORIA EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA E POLÍTICA	Assessoria de comunicação e relacionamento na área governamental municipal, estadual e federal. A comunicação governamental nas relações entre estado e sociedade. A comunicação para órgãos públicos, partidos e políticos. Marketing político. Comunicação, política e mídia.	Assessoria de comunicação e relacionamento na área política e governamental. A comunicação pública e política nas relações entre estado, sociedade e mídia. Processos e sistemas de comunicação para órgãos públicos, partidos e políticos.
BIB02027	ESTUDOS CRÍTICOS DA COMUNICAÇÃO	A comunicação como motivo de preocupação histórica e reflexão crítica por parte do pensamento contemporâneo. A história e as bases da razão crítica: elementos de identificação. As correntes de estudo crítico dos fenômenos de mídia, com suas ênfases e estudos de caso. As perspectivas da crítica da mídia no mundo atual.	A comunicação como motivo de preocupação histórica e reflexão crítica por parte do pensamento contemporâneo. As correntes de estudo crítico dos fenômenos de mídia, com suas ênfases e estudos de caso. As perspectivas da crítica da mídia no mundo atual.
BIB02086	ANÁLISE E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS EM COMUNICAÇÃO	A análise e a avaliação da comunicação e das ações de Relações Públicas. Métodos de análise e avaliação e as técnicas de mensuração de resultados de comunicação e relações públicas.	Modelos de avaliação em comunicação e ações de Relações Públicas. Pesquisa, controle, análise e avaliação em comunicação. Métodos e técnicas quantitativas e qualitativas na mensuração de resultados de planos, projetos e programas de relações públicas.
BIB02087	SEMINÁRIO AVANÇADO EM COMUNICAÇÃO	Abordagem de temas de interesse da área de conhecimento na perspectiva de atualização sobre ideias, sistemas, estratégias, tecnologias e estudos de casos.	Abordagem dos cenários contemporâneos nos estudos desenvolvidos pelo Campo das Ciências da Comunicação, das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional. Referenciais teórico-metodológicos aplicados na produção acadêmico-científica da área. Temas emergentes nas pesquisas envolvendo a comunicação midiática e as organizações.
-	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO		Trabalho monográfico individual versando sobre tema específico de Relações Públicas ou estudos do Campo das Ciências da Comunicação, acompanhado de fundamentação e reflexão teórica, e intervenção documentada, orientado por docente do curso e avaliado por banca.

### 3 PERFIL DO EGRESSO

---

O egresso do curso de Relações Públicas da UFRGS deve ter sólida formação humanista, reflexiva e crítica que permita compreender e interpretar a complexidade da realidade social e ser agente de mudança comprometido com os princípios sociais, culturais, ecológicos, políticos e econômicos (dinâmica ecossistêmica). O egresso deve possuir conhecimentos teóricos, técnicos e práticos para atuar em perspectiva político-estratégica, como gestor da comunicação organizacional, pautado por princípios éticos.

Importa que o egresso se caracterize por apresentar as seguintes competências e habilidades:

- Capacidade de análise conjuntural ecossistêmica, suportada em pesquisas teórico-empíricas que possam se constituir em conhecimento para a elaboração de diagnósticos, pareceres técnicos, definição de políticas e estratégias de comunicação e relacionamento;
- Compreensão e capacidade para mobilizar as noções de comunicação, cultura, públicos, opinião pública, gestão e política, em perspectiva interdisciplinar, relacionadas às organizações;
- Compreensão acurada e crítica sobre os sistemas políticos e socioculturais de modo a analisar demandas e antecipar cenários nas dinâmicas de comunicação e de relacionamento entre organização e seus públicos;
- Capacidade de interpretação sistêmica na gestão da comunicação organizacional e no planejamento estratégico de relações públicas;
- Entendimento de diferentes linguagens, mídias e técnicas do campo da comunicação;

- Capacidade de liderança, negociação, tomada de decisões e visão estratégica mantendo o compromisso ético da profissão e identificando a responsabilidade social da comunicação nas organizações;
- Aptidão para empreender, inovar nos processos e práticas das áreas de Relações Públicas e Comunicação Organizacional;
- Capacidade para produzir conhecimento científico no campo da comunicação e na área de relações públicas;
- Habilidade para sistematizar questões de comunicação, das tecnologias emergentes e das alterações culturais;
- Compreensão de métodos de pesquisa, modelos de avaliação, métricas e suas aplicabilidades;
- Conhecimento avançado da língua nacional visando expressão escrita e oral.

Para concretizar essas competências e habilidades, que dão condições de atuação em diferentes organizações, a Universidade dispõe de corpo docente que atende conteúdos e atividades específicas de Relações Públicas, além de técnicos capacitados, infraestrutura e espaços que possibilitam o desenvolvimento de trabalhos qualificados no âmbito do ensino, da pesquisa e da extensão. Busca condições de formação de um perfil que possibilite a atuação em ambientes diferenciados em termos sociais, políticos e geográficos.

## 4 FORMAS DE ACESSO AO CURSO

---

Este item apresenta as formas de acesso ao Curso de Relações Públicas, segundo legislação vigente na UFRGS.

### 4.1 Exame Vestibular

Segundo a Resolução Nº 11/2013 (ANEXO V), do CEPE, que estabelece as normas básicas da graduação na UFRGS, o ingresso via vestibular é realizado por candidatos que tenham concluído o ensino médio ou equivalente, nos termos da lei e das normas regulamentares da Universidade.

O processo seletivo – vestibular é regulado pela Resolução Nº 46/2009 do CEPE (ANEXO XIII), que estabelece que por ocasião da inscrição no Concurso Vestibular, cada candidato poderá formular uma opção de curso. No ato da inscrição, o candidato optará pela realização de uma das cinco seguintes provas de Língua Estrangeira Moderna: Alemão, Espanhol, Francês, Inglês e Italiano. A mesma resolução esclarece, ainda, que o Concurso Vestibular constitui-se de provas que visam à avaliação dos conhecimentos adquiridos pelos candidatos nas matérias do núcleo comum do ensino médio que, para fins desse concurso, são as seguintes: Biologia, Física, Geografia, História, Língua Estrangeira Moderna, Língua Portuguesa e Redação, Literatura de Língua Portuguesa, Matemática e Química.

O candidato deverá no momento da Inscrição indicar sua participação ou não no Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), realizado em ano imediatamente anterior ao deste concurso e a sua opção ou não pelo uso do score ENEM no cômputo do seu argumento de Concorrência neste vestibular.

Após a realização das nove provas constituídas por itens de escolha múltipla, será efetuado um ordenamento dos candidatos para o curso a que estiverem concorrendo. Para efetuar esse ordenamento, será calculado um argumento preliminar de cada candidato com base nas nove provas constituídas por itens de escolha múltipla, aplicados os pesos específicos de cada prova em função do seu curso. Para este cálculo, será utilizado como peso da Prova de Língua Portuguesa o peso definido para a prova de Língua Portuguesa e Redação. Os candidatos serão ordenados de forma decrescente de acordo com

o argumento de concorrência preliminar, considerando-se até a segunda casa decimal.

Serão eliminados do concurso, automaticamente, os candidatos que se enquadrarem em pelo menos uma das seguintes situações: a) não acertarem no mínimo uma questão em qualquer uma das nove provas constituídas por itens de escolha múltipla; b) atingirem menos de 30% de acertos no total das questões de escolha múltipla das nove provas; c) estiverem pré-classificados para o curso ao qual estão concorrendo, em posição de ordenamento maior que 4 vezes o número de vagas oferecidas no curso. d) obtiverem em qualquer uma das nove provas escore padronizado igual ou menor do que zero; e) obtiverem escore inferior a 30% do escore máximo na prova de Redação.

Os candidatos eliminados do Concurso não terão argumento de concorrência e classificação no curso. Os candidatos não eliminados do Concurso Vestibular serão classificados para a vaga do curso a que estão concorrendo segundo a ordem decrescente do escore final, obtido calculando-se a média harmônica ponderada dos escores padronizados que obtiverem nas nove provas, atribuindo-se ao escore padronizado de cada prova o peso especificado no Quadro a seguir.

**Quadro 117 – Pesos das provas do Vestibular para Relações Públicas**

Biologia	História	Matemática	Literatura e Língua Portuguesa	Língua Portuguesa e Redação	Química	Língua Estrangeira Moderna	Física	Geografia
1	3	1	2	3	1	1	1	2

#### **4.2 Ingresso Sistema de Seleção Unificada - Sisu**

A Decisão Nº 518/2013 do Conselho Universitário da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (ANEXO XIV) define ainda que um percentual das vagas definidas pelo Conselho serão preenchidas por seleção via Sisu. Para estes candidatos serão exigidos a pontuação exigida pela Portaria/INEP Nº 144 (ANEXO XV) de 2012: a) mínimo de 450 (quatrocentos e cinquenta) pontos em cada uma das áreas de conhecimento no exame; e b) mínimo de 500 (quinhentos) pontos na redação.



### **Quadro 12 – Pesos das provas com acesso SiSU para Relações Públicas**

Redação	Linguagens	Ciências da Natureza	Ciências Humanas	Matemática	TOTAL
2	3	1	3	1	10

#### **4.3 Ingresso extr vestibular**

O ingresso extr vestibular no curso de Relações Públicas obedece às normas gerais da UFRGS, a saber as resoluções Nº 13/2016 (ANEXO XVI) e Nº 11/2013 (ANEXO V), do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da UFRGS (CEPE).

Segundo Resolução Nº 13/2016 (ANEXO XVI) do CEPE, são formas de ingresso extra vestibular a Transferência Interna por Recalculo da Média do Vestibular, a Transferência Por Processo Seletivo Unificado e o Ingresso de Diplomado.

A Resolução Nº 11/2013 do CEPE determina que o número de vagas oferecidas, assim como as condições e os critérios para o Ingresso Extravestibular de cada curso da UFRGS, sejam divulgados semestralmente, através de um Edital de Ingresso Extravestibular.

#### **4.4 Readmissão por abandono**

Segundo o Artigo 28, Resolução Nº 11/2013 (ANEXO V), do CEPE, caracteriza o abandono de curso quando o discente não estiver ao abrigo das situações de vínculo estabelecidos no Artigo 17 da mesma. Ainda de acordo com o Artigo 29, poderá ser readmitido o discente que tenha incidido em abandono de curso, nos termos da mesma resolução, após a primeira incidência, no caso de períodos letivos regulares e consecutivos e após a primeira ou a segunda incidência, no caso de períodos letivos regulares intercalados, com readmissão automática.

#### **4.5 Transferência Interna por Recálculo de Média do Vestibular**

Para participar desta modalidade, segundo a Resolução Nº 13/2016 (ANEXO XVI) do CEPE, o candidato deve ter obtido, no Concurso Vestibular

que o habilitou ao curso em que está matriculado ou com matrícula trancada, média igual ou superior à do aluno que ingressou com a menor média no curso pretendido pelo candidato, naquele mesmo ano. A média será recalculada tendo como base os pesos das provas do curso pleiteado.

#### **4.6 Outras formas de ingresso**

A seguir, são relacionadas as outras formas de ingresso para o Curso de Relações Públicas.

##### **➤ Transferência Voluntária por Processo Seletivo Unificado**

Segundo a Resolução Nº 11/2013 (ANEXO V), transferência voluntária é a forma de ingresso, mediante processo seletivo, de discentes regularmente matriculados, ou com matrícula trancada, em Instituições de Ensino Superior. A transferência voluntária somente poderá ocorrer se: a) o curso de origem for idêntico ou assemelhado a um curso de graduação desta Universidade; b) o curso de origem for devidamente reconhecido, nos termos da lei; c) houver vagas disponíveis no curso de destino desta Universidade. É vedada a transferência voluntária para os dois semestres finais da seriação aconselhada do curso pretendido.

São condições para participar do processo seletivo para Transferência Voluntária, segundo a Resolução Nº 13/2016 (ANEXO XVI) do CEPE:

I - Ser aluno da UFRGS ou de outra instituição de ensino superior, regularmente matriculado ou com matrícula trancada.

II - Estar enquadrado em uma das seguintes situações:

a) Ter sido aprovado no conjunto das disciplinas que compõem os três primeiros semestres do seu curso de origem, no caso do curso de origem ser semestral;

b) Ter sido aprovado no conjunto das disciplinas que compõem os dois primeiros anos do seu curso de origem, no caso do curso de origem ser seriado ou anual.

III - O curso de origem do candidato deverá ser reconhecido pelo MEC e constar na tabela de cursos de graduação considerados Idênticos ou Assemelhados, nas modalidades de Transferência Interna por Processo Seletivo

Unificado e de Transferência Voluntária por Processo Seletivo Unificado, que é parte integrante da Resolução Nº 14/2008 do CEPE (ANEXO XVIII).

Esse processo de ingresso extravestibular será realizado sempre para ingresso no segundo semestre letivo de cada ano, em data estabelecida no Calendário Acadêmico, segundo a Resolução Nº 14/2008 do CEPE.

➤ **Transferência Compulsória**

Segundo a Resolução Nº 11/2013 (ANEXO V), a Transferência Compulsória é a forma de ingresso concedida a servidor público federal civil ou militar, ou seu dependente discente, em razão de comprovada remoção ou transferência de ofício que acarrete mudança de domicílio para Porto Alegre ou município próximo, na forma da lei.

➤ **Ingresso de Diplomado**

Segundo a Resolução Nº 13/2016 (ANEXO XVI) e 11/2013 (ANEXO V) e, o ingresso de diplomado é a forma de ingresso, mediante processo seletivo, para diplomados por esta Universidade ou por outras Instituições de Ensino Superior do país em curso reconhecido e diplomados que tenham obtido diploma no exterior, desde que este tenha sido revalidado, na forma da lei. O ingresso de diplomado está condicionado à existência de vagas nos cursos de destino desta Universidade.

➤ **Discente Convênio**

Segundo a Resolução Nº 11/2013 (ANEXO V), o Programa de Discente Convênio da Graduação (PEC-G) é a forma de ingresso em que o discente é selecionado com fundamento em convênio bilateral de cooperação cultural do Brasil com outros países.

➤ **Pessoas em situação de refúgio**

De acordo com a Resolução Nº 13/2016 (ANEXO XVI), do CEPE, em seu Artigo 3º, item IV, Parágrafo Único, bem como a Decisão Nº 366/2015, do CONSUN, a UFRGS dispõe de normas específicas para o ingresso de pessoas em situação de refúgio em cursos de graduação.

#### **4.7 Política de reserva de vagas**

Através da Decisão Nº 268/2012 do Conselho Universitário – CONSUN, (ANEXO XIX), alterada pelas decisões 429/2012 (ANEXO XX), 406/2013 (ANEXO XXI), 245/2014 (ANEXO XXII) e 251/2014 (ANEXO XXIII) do Conselho Universitário – CONSUN, fica instituído o Programa de Ações Afirmativas, através de Ingresso por Reserva de Vagas para acesso a todos os cursos de graduação da UFRGS, de candidatos egressos do Sistema Público de Ensino Fundamental e Médio, candidatos autodeclarados negros egressos do Sistema Público de Ensino Fundamental e Médio e candidatos indígenas.

Este Programa tem por objetivo ampliar o acesso a todos os cursos de graduação e técnicos da Universidade, redimensionando teorias e metodologias acadêmicas na produção de conhecimento; promovendo um espaço plural, resultado de diferentes trajetórias; visando apoiar a permanência dos alunos ingressantes por esse sistema, através de programas de bolsas, ampliação dos restaurantes universitários e moradia estudantil, aumento do acervo bibliográfico, entre outras ações.

A modalidade de Ingresso por Reserva de Vagas é constituída pelo conjunto de critérios e de procedimentos estabelecidos pelo CONSUN e que serão integrados àqueles já adotados pela UFRGS, no Concurso Vestibular, para preenchimento de vagas dos cursos de graduação.

## 5 SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROJETO DO CURSO

---

Este item trata dos mecanismos de autoavaliação institucional e as respectivas instâncias decisórias no âmbito do Curso de Relações Públicas.

### 5.1 Mecanismos de autoavaliação

A avaliação permanente do curso acontece por intermédio de um pensar coletivo e constante sobre a efetivação do Projeto Pedagógico do Curso, que se concretiza nos seminários semestrais de avaliação envolvendo o corpo docente e os representantes discentes, e nas análises das avaliações das disciplinas feitas pelos alunos, via portal, semestralmente. O Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas prevê, portanto, avaliação permanente pela comunidade acadêmica que têm nas reuniões plenárias e de colegiado a oportunidade de trazer suas observações e, se for o caso, encaminhar sugestões de alterações e/ou inovações que são devidamente analisadas pela COMGRAD do Curso, pelo colegiado dos cursos e pelo Conselho da Unidade.

O Curso possui uma Comissão de Graduação, composta pela coordenação do curso e suas representações. Neste nível, são resolvidas questões de caráter interno ao andamento do curso. Para as questões de caráter institucional, a Comissão de Graduação se dirige diretamente à Direção e ao Conselho da Unidade. Dessa instância, questões de reconhecimento interno passam pela Câmara de Graduação (CAMGRAD/UFRGS) e pelo Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da Universidade (CEPE/UFRGS). Questões relacionadas ao registro acadêmico são resolvidas pelo Departamento de Consultoria e Registros Discentes (DECORDI/UFRGS); já as relacionadas ao suporte tecnológico, encaminhadas ao Centro de Processamento de Dados (CPD/UFRGS).

O Curso de Relações Públicas possui também um Núcleo Docente Estruturante (NDE), instituído conforme Resolução CEPE Nº 22/2012 (ANEXO XXIV) que tem caráter consultivo, para acompanhamento do curso, visando à contínua promoção da qualidade.

O NDE tem por atribuições acompanhar o desenvolvimento do Projeto Pedagógico do Curso, contribuir para a consolidação do perfil profissional do egresso, zelar pela execução do currículo, indicar formas de articulação entre ensino, extensão, pesquisa e pós-graduação.

A Universidade Federal do Rio Grande do Sul conta com uma Comissão Própria de Avaliação (CPA), a qual tem por atribuição a coordenação dos processos internos de avaliação da instituição, de sistematização e de prestação das informações solicitadas pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP). CPA está prevista na Lei Nº 10.861 (ANEXO XX), a qual institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES). A CPA conta com o apoio da Secretaria de Avaliação Institucional (SAI) e dos Núcleos de Avaliação de Unidades Acadêmicas e Escolares (NAUs) para a execução de seus trabalhos.

A SAI coordena, juntamente com a CPA, o desenvolvimento do Projeto de Avaliação Institucional PAIPUFRGS/SINAES, bem como sistematiza os processos e resultados das ações de avaliação, em relatórios parciais e em publicação final, em comum acordo com a CPA e encaminhá-los aos devidos fins. Ao NAU compete, entre outros, a análise do diagnóstico de sua Unidade, coordenando o processo de Avaliação Interna, elaborar o projeto de avaliação interna da Unidade, contemplando suas peculiaridades e especificidades, entendendo as dimensões do PAIPUFRGS/SINAES como referências orientadoras, bem como organizar relatórios de avaliação, de acordo com o cronograma geral do PAIPUFRGS/SINAES. O regimento do NAU da Fabico se encontra em fase de discussão e aprovação no Conselho da Unidade.

A UFRGS tem tradição em avaliação interna e externa iniciada com a implementação, em 1994, do Programa de Avaliação Institucional (PAIUFRGS), vinculado ao Programa de Avaliação das Universidades Brasileiras (PAIUB), desenvolvido ao longo de quatro anos, e mantida através do PAIPURGS – 2º Ciclo Avaliativo, iniciado em 2002, cuja meta principal foi avaliar o cumprimento da missão da Universidade na sua finalidade de educação e produção dos conhecimentos integrados no ensino, na pesquisa, na extensão, na gestão acadêmica e administrativa, em cada Unidade Acadêmica, tendo por base os princípios da Pertinência Social e da Excelência sem Excludência.

A partir da aprovação da Lei Nº 10.861/2004 (ANEXO XXV), a UFRGS iniciou um movimento de articulação do PAIPUUFRGS – 2º Ciclo Avaliativo com as orientações do SINAES, resultando no PAIPUFRGS – 3º Ciclo Avaliativo, em curso. Assim, a avaliação interna da UFRGS passou a ser regida pelo Programa PAIPUUFRGS/SINAES, mantendo o cerne do programa existente e ampliando-o com as concepções da Lei Nº. 10.861/2004.

Junto disso, os discentes realizam avaliações dos seus cursos, semestralmente, a partir das disciplinas que cursaram. A avaliação é feita por meio eletrônico e seus resultados são disponibilizados aos professores sem a identificação dos alunos que as realizaram. Os itens sobre os quais os alunos se pronunciam são: professor, disciplina e infraestrutura, além da autoavaliação.

A partir de uma base de dados das atividades de ensino da Universidade, onde também estão armazenadas informações sobre as perguntas do formulário de avaliação, um questionário é gerado dinamicamente de acordo com as atividades de matrícula do aluno no semestre sendo avaliado. Nesse questionário, o aluno responde às diversas questões indicando números numa escala de 1 a 5, conforme sua concordância com cada questionamento, sendo 1 para discordar totalmente e 5 para concordar plenamente. Ao final do questionário, o aluno tem a oportunidade de expressar sua opinião sobre cada disciplina e sobre cada docente em separado, através de comentários escritos e com a garantia de ser uma avaliação anônima e segura.

O questionário abrange quatro áreas distintas na área de ensino, que são separadas umas das outras, são elas: dez questões para avaliação do docente; sete questões para avaliação da disciplina; cinco questões para avaliação da infraestrutura; quatro questões para autoavaliação do aluno. As respostas dos alunos são igualmente armazenadas na base de dados e eles têm um amplo período de avaliação, onde podem responder as questões em momentos separados, conforme mais lhes convir. Ao final desse período, as informações são utilizadas para gerar relatórios informativos para todos os interessados. Esses relatórios também são gerados dinamicamente a partir de solicitação de cada órgão, unidade, docente e discente. Os dados provenientes desta avaliação também servem para compor o painel da Qualidade, disponível em [www.ufrgs.br/sai](http://www.ufrgs.br/sai). Além dos instrumentos de avaliação citados, estão em fase de implementação e análise pela CPA os seguintes: Autoavaliação docente (em



implementação); Avaliação da UFRGS pelos egressos (em implementação); Avaliação da Pós-graduação pelos pós-graduandos (em fase final de elaboração e início da realização de testes); Avaliação da Extensão pelos docentes (em projeto); Avaliação EAD pelos discentes (em projeto); Avaliação da Infraestrutura por toda a comunidade (em projeto); Avaliação da gestão acadêmica pelos docentes (em projeto); Avaliação da gestão administrativa pela comunidade universitária (em projeto).

## **5.2 Mecanismos e instâncias decisórias**

O Curso de Relações Públicas é regulamentado na UFRGS por Decisões do Conselho da Universidade (CONSUN), por Resoluções do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da UFRGS (CEPE) e por Instruções Normativas da Pró-Reitoria de Graduação. No nível da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, unidade que acolhe o curso, a regulação se dá através do Conselho da Unidade, da Comissão de Graduação (COMGRAD) e do Departamento de Comunicação, segundo o Estatuto e o Regimento Geral da UFRGS, bem como o Regimento Interno da Unidade FABICO.

Compete ao CONSUN, segundo o Artigo 12 do Estatuto da UFRGS, aprovado pelo Conselho Universitário em 23 de dezembro de 1994, aprovar propostas de criação ou extinção de cursos de graduação e de pós-graduação *stricto sensu*, bem como de alteração do número total de vagas da Universidade nos cursos de graduação, ouvidos o CEPE, a unidade e demais setores envolvidos. Compete ao CEPE, segundo o Artigo 17 do Estatuto, fixar normas gerais para a organização, funcionamento, avaliação e alterações de cursos de graduação; aprovar os currículos dos cursos de graduação, observadas as diretrizes curriculares emanadas pelo Poder Público e de Pós-Graduação, bem como suas alterações; deliberar sobre a redistribuição de vagas entre os cursos de graduação da Universidade, ouvidas as Unidades e demais setores envolvidos; elaborar normas disciplinadoras das atividades acadêmicas a serem submetidas ao Conselho Universitário; exercer outras competências relativas ao ensino, à pesquisa e à extensão, por delegação do Conselho Universitário. O CEPE é assessorado por sua Câmara de Graduação.

Compete ao Conselho da Unidade, segundo o Artigo 33 do Estatuto da UFRGS, exercer em caráter superior, dentro da Unidade, as funções normativas



e deliberativas, estabelecendo as diretrizes de ensino, pesquisa e extensão; homologar decisões tomadas pelos órgãos da Unidade; atuar como instância recursal máxima no âmbito da Unidade, bem como avocar o exame e a deliberação sobre qualquer matéria de interesse da Unidade.

Compete ao Departamento, segundo o Artigo 39 do Estatuto da UFRGS, elaborar, propor e desenvolver programas de ensino, de pesquisa e de extensão em concordância com os setores envolvidos, assessorados pelas respectivas comissões coordenadoras da Unidade; ministrar, isoladamente ou em conjunto com outros Departamentos, disciplinas de graduação, de pós-graduação e de extensão; promover a distribuição das tarefas de ensino, de pesquisa e de extensão entre seus membros, compatibilizando os diversos planos de atividades em conjunto com as respectivas comissões coordenadoras da Unidade; estudar e sugerir normas, critérios e providências ao Conselho da Unidade sobre a execução das atividades de ensino, de pesquisa e de extensão.

As Comissões de Graduação, segundo o Artigo 46 do Estatuto, coordenam os cursos de graduação. As Comissões de Graduação são constituídas por representantes dos Departamentos que ministrem disciplinas do curso, com mandato de 2 (dois) anos, de acordo com o Regimento Geral da Universidade, e pela representação discente na proporção de 1 (um) aluno para cada 5 (cinco) docentes, escolhidos de acordo com o Regimento Interno da Unidade. Pelo artigo 48 do mesmo Estatuto, compete à Comissão de Graduação propor ao Conselho da Unidade, ouvidos os Departamentos envolvidos, a organização curricular e atividades correlatas dos cursos correspondentes; avaliar periódica e sistematicamente o currículo vigente, com vistas a eventuais reformulações e inovações, deliberando sobre emendas curriculares observadas as diretrizes curriculares emanadas pelo Poder Público; propor ações ao Conselho da Unidade, relacionadas ao ensino de graduação; avaliar os planos de ensino elaborados pelos Departamentos; orientar academicamente os alunos e proceder a sua adaptação curricular; deliberar sobre processo de ingresso, observando a política de ocupação de vagas estabelecida pela Universidade; aprovar e encaminhar periodicamente à Direção da Unidade a relação dos alunos aptos a colar grau.

## 6 SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

---

Conforme Resolução UFRGS/CEPE Nº 19/2011 (ANEXO XXVI) e Nº 11/2013 (ANEXO V), as Atividades de Ensino são desenvolvidas de acordo com os Planos de Ensino elaborados pelo docente responsável e aprovados pelas respectivas instâncias decisórias.

O Plano de Ensino sistematiza o planejamento do processo de ensino-aprendizagem, vinculado à Atividade de Ensino. Apresentado no primeiro dia de aula, o Plano de Ensino abrange, obrigatoriamente, os seguintes itens:

- a) Identificação, contendo nome do Departamento, nome da Atividade de Ensino, curso(s) de oferecimento, pré-requisitos por curso, etapa aconselhada no curso, corpo docente, súmula, créditos, e carga horária;
- b) Objetivos da atividade de ensino;
- c) Organização dos conteúdos programáticos;
- d) Metodologias adotadas;
- e) Cronograma das atividades;
- f) Experiências de aprendizagem;
- g) Instrumentos de avaliação (provas, trabalhos, seminários, relatórios, aplicação de exercícios teóricos e práticos; estudos de caso; interpretação e análise crítica de textos; fóruns de discussão entre outros);
- h) Critérios de avaliação correspondentes aos conceitos e notas determinados pela legislação da UFRGS.
- i) Atividades de recuperação;
- j) Prazos para a divulgação dos resultados das avaliações;
- k) Bibliografia essencial, básica e complementar.

A aprovação ou reprovação nas referidas atividades dependerá do resultado de avaliações efetuadas necessariamente ao longo de todo o período letivo, sendo o resultado global expresso em conceito:

A - Conceito Ótimo;

B - Conceito Bom;

C - Conceito Regular;

D - Conceito Insatisfatório; e

FF - Falta de Frequência - mais de 25% (vinte e cinco por cento) da carga horária prevista para a Atividade de Ensino no seu Plano de Ensino.

O discente que obter conceito final A, B ou C será considerado aprovado. Ao que apresentar desempenho insatisfatório caberá o direito da realização de recuperação. Estas deverão ser realizadas após o intervalo de 03 (três) dias úteis a partir da divulgação aos discentes, pelo docente, dos resultados a que se referem.

Atividades de Ensino ministradas em várias turmas, atendidas por mais de um professor, serão coordenadas por um professor responsável, indicado a cada período letivo pelo Departamento, a fim de garantir unidade na execução do Plano de Ensino.

O discente em qualquer caso de concessão de licença por força maior terá abonadas suas ausências em atividades de ensino, desde que obedecidas às disposições do Capítulo VIII da Resolução UFRGS/CEPE Nº 11/2013(ANEXO V). O abono de ausência não desobriga o discente da realização das atividades previstas no Plano de Ensino.

## 7 TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO

---

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de Relações Públicas tem suas diretrizes e normas de execução instituídas internamente, estabelecendo que o Trabalho de Conclusão de Curso é uma atividade curricular obrigatória que soma 150 horas. Visa o desenvolvimento de monografia de modo a proporcionar ao acadêmico uma atividade de iniciação à pesquisa científica no campo de Relações Públicas e/ou Comunicação.

Para realizar o Trabalho de Conclusão de Curso, o acadêmico deverá ter cumprido os pré-requisitos estabelecidos para a atividade na grade curricular do curso; ter um professor orientador e ter elaborado um projeto de pesquisa, conforme as normas da ABNT, aprovado na disciplina de Metodologias de Pesquisa em Comunicação e pelo orientador.

A monografia, no sentido acadêmico, é o tratamento escrito e aprofundado acerca de um tema, de maneira descritiva e analítica, caracterizada pela reflexão, argumentação e coerência. Ela deverá ser elaborada de acordo com os procedimentos de produção do conhecimento científico e utilizando as Normas da ABNT vigentes na entrega do trabalho. A monografia deve estar vinculada à área de Relações Públicas e/ou Comunicação e ter enfoque e bibliografias pertinentes ao campo.

A monografia será conduzida sob a orientação de professores ativos do quadro permanente do Departamento de Comunicação da UFRGS e, excepcionalmente, de professores ativos do quadro permanente de outro Departamento da UFRGS, desde que o enfoque dado à monografia seja pertinente à área de Relações Públicas e/ou Comunicação. O trabalho poderá contar com a coorientação de um pesquisador, professor ou profissional da área e doutorandos do PPGCOM da UFRGS, desde que sob a concordância do respectivo orientador.

Para a avaliação do trabalho escrito, deverão ser observados os seguintes critérios de organização e estrutura na apresentação do trabalho: conteúdo (relevância do tema, contextualização do trabalho, aporte teórico, metodologia, análises e conclusões, bibliografia utilizada); organização e estrutura do trabalho (clareza, completude) e aspectos formais (normas da ABNT e competência linguística).

A defesa da monografia deverá ser feita pelo acadêmico de maneira oral e presencial diante da Banca Examinadora. O aluno terá 15 minutos para a sua apresentação. Cada membro da Banca, com exceção do presidente da banca, terá 10 minutos para arguições, e o aluno terá 10 minutos para responder às questões feitas.

Para a avaliação da apresentação oral, deverão ser observados os seguintes critérios: clareza na exposição; domínio do tema; capacidade de argumentação; observação do tempo estabelecido para a apresentação.

Finalizada a avaliação da banca examinadora, o aluno deverá entregar a versão final de seu TCC, devidamente aprovado pelo seu orientador, à Secretaria da Unidade, conforme prazos estabelecidos semestralmente.

## 8 ESTÁGIO

---

De acordo com o Artigo 1º da Lei Nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, o estágio é um ato educativo supervisionado desenvolvido no ambiente de trabalho, integrando o Projeto Pedagógico do Curso e o itinerário formativo do aluno. O estágio visa ao aprendizado de competências próprias da atividade profissional e objetiva o desenvolvimento do aluno para a cidadania e o trabalho.

O estágio é uma das etapas de formação caracterizada pelo exercício prático de atividades desenvolvidas na própria IES ou em outras organizações, sob a supervisão e avaliação da Universidade, de acordo com a legislação vigente. Esta atividade é obrigatória, definida na estrutura curricular, embora o aluno também possa optar por realizar também um estágio denominado como não obrigatório, desde que adequado à proposta pedagógica do curso, à etapa e à modalidade de formação educacional do estudante-estagiário.

O Estágio estabelece a relação teórico-prática entre o mundo acadêmico e o mundo do trabalho. Permite a interlocução entre formação teórica e técnica e formação profissional.

### 8.1 Estágio obrigatório

Esta atividade de ensino é exigência curricular para a formação em Relações Públicas. Sua execução está vinculada à supervisão, no campo de estágio, e à orientação acadêmica, por professor com formação em Relações Públicas.

Para a realização do estágio, o aluno deverá cumprir com os pré-requisitos necessários e estar matriculado na disciplina BIB0(...) Acompanhamento de Estágio Obrigatório, da etapa 05. A carga horária total da referida disciplina (60 horas), corresponde à orientação para o desenvolvimento de atividades no campo do estágio, bem como à supervisão. O estágio obrigatório deve ser autorizado pela Comissão de Graduação, e obedecer às normas estabelecidas neste PPC e listadas a seguir.

**Estágio obrigatório:**

- a) Regulamentado por resolução específica da Comgrad.
- b) Possui 200 horas compreendendo atividades de campo, equivalente a 13,33 créditos obrigatórios.
- c) Realizado por intermédio de contrato aprovado pela UFRGS.
- d) Supervisionado por docente designado para esta finalidade.
- e) Vinculado à matrícula na disciplina de BIB0(...) Acompanhamento de Estágio Obrigatório (co-requisito).
- f) Legislado pela COMGRAD.
- g) Realizado, pelo aluno, na UFRGS ou em outras organizações externas.

**Aluno estagiário:**

- a) Cumpre o pré-requisito de 90 créditos obrigatórios.
- b) Matricula-se na disciplina de Acompanhamento de Estágio Obrigatório.
- c) Escolhe e obtém a aceitação do campo de estágio e do respectivo supervisor, na instituição de estágio.
- d) Propõe o Plano de Estágio, sob supervisão de professor orientador.
- e) Providencia a documentação e cumpre as diretrizes estabelecidas pela Resolução específica do Estágio.
- f) Elabora o Relatório de Estágio de acordo com as normas vigentes.

**Campo de estágio:**

- a) Caracteriza-se como pessoa jurídica de direito público ou privado.
- b) Oferece condições para reflexões, experiências e práticas relacionadas à área de Relações Públicas.
- c) Possibilita que o aluno potencialize os conteúdos e atividades desenvolvidas no Curso.
- d) Oferece as condições necessárias para a realização do Estágio Curricular em Relações Públicas.
- e) Firma contrato de Estágio com a UFRGS, de acordo com interesses e objetivos das partes implicadas.
- f) Permite acesso ao espaço e aos recursos da organização.
- g) Indica um supervisor para acompanhar as atividades do aluno estagiário.

### **Orientação e Supervisão acadêmica:**

- a) Exercidas por docente com formação em Relações Públicas.
- b) Vinculadas à disciplina de Acompanhamento de Estágio Obrigatório, caracterizada como atividade de ensino.
- c) Desenvolvidas periodicamente de acordo com Plano de Estágio, Contrato firmado com o Campo de Estágio, Regulamento de Estágio e cronograma.
- d) Atribuição de avaliação e conceitos do Relatório de Estágio, que incidem na aprovação ou não do aluno estagiário.

Para fins de equivalência curricular, para alunos em situação de transição entre currículos, o estágio obrigatório poderá ser dispensado pelo ano/semestre de ingresso 2015/1, de acordo com resolução específica da Comgrad. Demais situações de aproveitamento e dispensa também estão previstas pela mesma resolução.

### **8.2 Estágio não obrigatório**

O Estágio não obrigatório é uma atividade prática exercida na IES ou em outras organizações com carga horária e plano definidos, conforme acordo entre o discente e o contratante, expresso em um termo de compromisso. O estágio não obrigatório também deve ser autorizado pela Comissão de Graduação.

Os estágios não obrigatórios do Curso de Relações Públicas seguem a Resolução UFRGS/CEPE Nº 29/2009 que fixa as diretrizes e normas básicas para os estágios não obrigatórios, destinados a estudantes regularmente matriculados na UFRGS, no ensino de graduação, em conformidade com a Lei Federal Nº 11.788, de 25 de setembro de 2008.

A Resolução UFRGS/CEPE Nº 29/2009, estabelece que:

- a) As atividades desenvolvidas pelo estagiário devam ter, obrigatoriamente, correlação com a área de estudos do curso em que o estagiário estiver regularmente matriculado;
- b) A obrigatoriedade da existência de um instrumento jurídico, na modalidade de convênio, entre a UFRGS e entes públicos e privados, no qual devem estar acordadas todas as condições do estágio;



- c) A carga horária de estágios não obrigatórios realizada pelo estudante pode ser registrada em seu currículo na forma de atividades complementares;
- d) A parte Concedente do Estágio deverá possuir, em seu quadro de pessoal, profissional com formação ou experiência profissional na área de conhecimento desenvolvida no curso do estagiário, que atuará como supervisor do estagiário durante o período integral de realização do estágio.

Poderá realizar estágio não obrigatório o estudante que atender os seguintes requisitos mínimos:

- a) Estar regularmente matriculado;
- b) Ter integralizado um número de créditos obrigatórios, igual ou superior à soma dos créditos das disciplinas obrigatórias da primeira etapa do curso em que estiver matriculado;
- c) Possuir, a partir da segunda matrícula, taxa de integralização (número de créditos obtidos/número de matrículas no curso) igual ou superior a 50% da Taxa de Integralização Média (TIM) do respectivo curso;
- d) Não apresentar, no período letivo imediatamente anterior àquele em que houver o pedido de concessão ou renovação do estágio, reprovação por falta de frequência (FF) em mais de 25% das atividades de ensino em que esteve matriculado;
- e) Ter plano de atividades, com concordância do professor orientador, aprovado pela COMGRAD.

O instrumento jurídico que habilitará o estudante ao estágio é o Termo de Compromisso, que regulará os direitos e os deveres do estagiário, da UFRGS e da organização receptora, durante a vigência do estágio. Esse documento deverá ser assinado pelo representante legal da UFRGS, pelo representante legal da parte concedente e pelo estagiário.

O período de estágio é de 06 (seis) meses, podendo ser renovado por, no máximo, mais três períodos, não podendo ultrapassar o total de 24 (vinte e quatro) meses. A cada renovação de estágio, o aluno deve apresentar relatório de atividades ao professor orientador, que o encaminhará à COMGRAD. O relatório deve conter a avaliação do profissional que o supervisionou durante a

realização do estágio. Cada renovação do estágio está condicionada à aprovação do relatório do período anterior pelo orientador.

## 9 POLÍTICAS DE ATENDIMENTO A PESSOAS COM NECESSIDADES ESPECIAIS

---

A Fabico, como unidade da UFRGS, se beneficia do Núcleo de Inclusão e Acessibilidade cujo objetivo é prestar apoio técnico-pedagógico aos estudantes com deficiências e necessidades especiais. São atribuições do Núcleo de Inclusão e Acessibilidade serviços de tradutor e intérprete de Língua Brasileira de Sinais; digitação de textos, guia-vidente; ampliação de textos; impressões em Braille; adaptação pedagógica e tempo adicional para realização de provas.

Todas as ações e estrutura prevista pela Instituição visam a atender a política de inclusão e acessibilidade vigente, devidamente previstas no Plano de Desenvolvimento Institucional da UFRGS para 2011 a 2015. Igualmente, orientam-se pelo Plano de Gestão da Universidade 2012-2016 (ANEXO XXVII), que prevê a “Ampliação das Ações para Pessoas com Necessidades Especiais” (Eixo Desenvolvimento da Comunidade Universitária - Ação 5.2). Na Fabico essa política também é orientada pelo Plano de Desenvolvimento Institucional da Unidade, que visa a fomentar a inclusão de alunos com deficiência ou mobilidade reduzida nos âmbitos do ensino, pesquisa e extensão.

Também no âmbito da universidade, a Escola de Desenvolvimento de Servidores da UFRGS (ED/UFRGS), cujo como objetivo é promover o aprimoramento de competências através de um conjunto de atividades de aprendizagem interdependentes, desenvolve sistematicamente cursos de formação continuada para a comunidade, beneficiando a todos os servidores, em diversas áreas que tangenciam os conhecimentos sobre acessibilidade e inclusão.

De modo mais específico, a Fabico também participa da política da UFRGS de atenção à pessoa com deficiência física. Neste contexto, todas as obras e reformas têm a preocupação da acessibilidade arquitetônica. Atualmente as instalações já contam com acessos (rampas e portas), piso tátil, reserva de vagas no estacionamento, elevadores e circulação interna, facilidades nas bibliotecas e nos laboratórios, que contam com pelo menos um computador por laboratório com equipamento e software para pessoas com deficiência visual.

No que se refere ao Edital de Seleção, o vestibular da Universidade expressa claramente os recursos que poderão ser utilizados pelos candidatos, garantindo espaço e recursos adequados para a realização das provas.

## **10 ATO AUTORIZATIVO ANTERIOR OU ATO DE CRIAÇÃO**

---

A Renovação de Reconhecimento da habilitação de Relações Públicas do Curso de Comunicação Social da Fabico foi dada pela Portaria Nº 473 de 22 de novembro de 2011 (ANEXO XXVIII).

Cabe destacar também que a Lei Federal Nº 1.254/1950 trata do reconhecimento da habilitação de Relações Públicas do curso de Comunicação Social no Brasil (ANEXO II).

## **11 APÊNDICES**

---

APÊNDICE I – Súmulas da grade curricular do curso de relações públicas

APÊNDICE II – Planos de ensino das disciplinas do curso de relações públicas

## APÊNDICE I – SÚMULAS DA GRADE CURRICULAR DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

E t a p a 1						
CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	PRÉ-REQUISITO	CH	CR	CARACTERÍSTICA	SÚMULA
BIB02068	TEORIA E PRÁTICA DE RELAÇÕES PÚBLICAS		60	04	Teórico – prática	Relações públicas: surgimento e evolução da atividade profissional; diferentes escolas e principais conceituações. A definição de público e as funções de Relações Públicas. Atuação profissional nos diversos tipos de organizações e no desenvolvimento de ações e campanhas de comunicação institucional, de relacionamento e responsabilidade social.
BIB02143	COMUNICAÇÃO, HISTÓRIA E SOCIEDADE		60	04	Teórica	História social dos meios de comunicação. Interfaces da comunicação com a cultura. Relações da comunicação com as transformações e/ou conservações socioculturais.
BIB02015	TEORIAS DA IMAGEM		30	02	Teórica	Imagem e representação. A imagem e o espectador. Funções das imagens. Fundamentos da percepção visual. Tempo, espaço e movimento. Comunicação visual.
BIB02074	RELAÇÕES PÚBLICAS E ÉTICA PROFISSIONAL		30	02	Teórica	Ética e Comunicação. Ética, legislação e deontologia em Relações Públicas. Ética nos diferentes tipos de organizações. Responsabilidade pública do profissional.
	LABORATÓRIO DE PESQUISA I		60	04	Prática	Introdução à pesquisa em Relações Públicas. Métodos quantitativo e qualitativo. As características, potencialidades, limitações e ética nas pesquisas quantitativas. As diferentes técnicas e abordagens de pesquisa quantitativa. Ética em pesquisa quantitativa. Práticas de pesquisa quantitativa.
PSI02206	PSICOLOGIA SOCIAL I		60	04	Teórica	A disciplina é orientada, visando conduzir o aluno a uma compreensão da importância e necessidade da psicologia social, como conhecimento e análise dos problemas socioculturais que influem no comportamento do homem, no mundo atual.
HUM05006	ANTROPOLOGIA - INTRODUÇÃO		60	04	Teórica	Cultura, diversidade e relativismo. Etnocentrismo e alteridade. História do pensamento antropológico. As perspectivas evolucionista, culturalista e funcionalista. A observação participante
<b>Total:</b>			<b>360</b>	<b>24</b>	-	-

<b>E t a p a 2</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>NOME DA DISCIPLINA</b>	<b>PRÉ-REQUISITO</b>	<b>CH</b>	<b>CR</b>	<b>CARACTERÍSTICA</b>	<b>SÚMULA</b>
BIB02069	CULTURA E PODER NAS ORGANIZAÇÕES	HUM05006 AN TROPOLOGIA - INTRODUÇÃO	60	04	Teórico-prática	As noções de cultura, cultura organizacional e interculturalidade. As diferentes esferas da cultura organizacional. O estudo dos mitos e dos rituais de organização como forma de conhecer a cultura. A noção de poder e as principais tipologias. Tensões entre as ideias de cultura, comunicação, poder e relacionamentos.
BIB02016	INTRODUÇÃO À FOTOGRAFIA	BIB02015 TEORIAS DA IMAGEM	60	04	Teórico-prática	A imagem fotográfica: aspectos históricos, teóricos, técnicos e práticos do analógico ao digital. Linguagem fotográfica e informação. Especificidades no uso da imagem fotográfica pelas diferentes áreas da comunicação e suas interfaces.
BIB02019	MÍDIA IMPRESSA	BIB02015 TEORIAS DA IMAGEM	30	02	Teórico-prática	A linguagem gráfica de produtos impressos. Produção, estética, tecnologias nos meios impressos. Exercícios em linguagem gráfica. Especificidades do uso da linguagem gráfica pelas diferentes áreas da comunicação.
	LABORATÓRIO DE PESQUISA II	LABORATÓRIO DE PESQUISA I	60	04	Prática	Características, potencialidades, limitações e ética nas pesquisas qualitativas. Técnicas de coleta e análise de dados em pesquisa qualitativa. O emprego das pesquisas quanti-qualitativas. Práticas de pesquisa qualitativa.
BIB02076	GESTÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	BIB02068 TEORIA E PRÁTICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	60	04	Teórica	Teorias da administração e das organizações e suas interfaces com as teorias de relações públicas. Relações públicas no processo administrativo como gestor da comunicação e dos relacionamentos.
BIB02144	MÍDIAS AUDIOVISUAIS	BIB02015 TEORIAS DA IMAGEM	60	04	Teórico-prática	A linguagem visual e a linguagem sonora nos meios audiovisuais. As diferentes mídias audiovisuais. Especificidades da linguagem audiovisual para os diferentes meios audiovisuais. Exercícios em linguagem audiovisual. Especificidades no uso da imagem e do som pelas diferentes áreas da comunicação.
BIB02130	PLANEJAMENTO VISUAL		30	02	Teórico-prática	O uso estratégico do planejamento visual. Recursos e técnicas gráficas e audiovisuais como instrumentos de comunicação dirigida. A aplicação do planejamento visual. Análise de compostos visuais integrados à comunicação organizacional.
<b>Total:</b>			<b>360</b>	<b>24</b>	-	-



<b>E t a p a 3</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>NOME DA DISCIPLINA</b>	<b>PRÉ-REQUISITO</b>	<b>CH</b>	<b>CR</b>	<b>CARACTERÍSTICA</b>	<b>SÚMULA</b>
	LABORATÓRIO DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA	BIB02068 TEORIA E PRÁTICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	60	04	Prática	Mídias de comunicação escrita no ambiente organizacional: definições, classificações e técnicas. A comunicação dirigida e sua adequação aos objetivos organizacionais. Desenvolvimento de práticas de redação e de produção de materiais administrativos e de campanhas institucionais.
	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	BIB02069 CULTURA E PODER NAS ORGANIZAÇÕES	60	04	Teórica	Diferentes abordagens sobre comunicação organizacional. Comunicação organizacional e relações públicas. Processos, fluxos e redes de comunicação organizacional.
	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	LABORATÓRIO DE PESQUISA I E LABORATÓRIO DE PESQUISA II	60	04	Teórico-prática	A teoria e a prática do planejamento. Escolas de estratégias. O planejamento na comunicação estratégica. Planos, projetos e programas em relações públicas.
BIB02022	TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS 26	60	04	Teórica	A constituição do campo da comunicação. A construção dos objetos de estudo da comunicação. História das teorias da comunicação. Paradigmas teórico-metodológicos das teorias da comunicação. Principais Escolas e os desafios da comunicação na contemporaneidade.
BIB02021	COMUNICAÇÃO NA WEB	BIB02144 - MÍDIAS AUDIOVISUAIS	30	02	Teórico-prática	A Comunicação na Web. Produção, estética, tecnologia. Exercícios em produção multimídia. Especificidades da comunicação na Web.
BIB02020	COMUNICAÇÃO E CIDADANIA	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS 26	30	02	Teórico-prática	A construção do cidadão e os espaços de cidadania. Cidadania no Brasil. O papel da comunicação no contexto social atual e na construção da cidadania. As tecnologias de comunicação e a inclusão social. Projetos de comunicação para a cidadania.
	OBRIGATORIA ALTERNATIVA	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 40	60	04	Teórica	
<b>Total:</b>			<b>360</b>	<b>24</b>	-	-

<b>Etapa 4</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>NOME DA DISCIPLINA</b>	<b>PRÉ-REQUISITO</b>	<b>CH</b>	<b>CR</b>	<b>CARACTERÍSTICA</b>	<b>SÚMULA</b>
BIB02023	CIBERCULTURA	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 40	60	04	Teórica	Cultura e tecnologia. Trajetória do pensamento tecnológico. O campo dos estudos de cibercultura: conexão entre comunicação, cultura e tecnologia. Tópicos selecionados: estudos de caso e reflexões teóricas sobre suas principais ideias e pensadores.
BIB02081	PRODUÇÃO DE EVENTOS ESTRATÉGICOS	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	60	04	Teórico-prática	Eventos como estratégia de relações públicas na construção e fortalecimento de relacionamentos e reputação organizacional. Cerimonial e protocolo. Planejamento, execução e avaliação de eventos.
	GESTÃO DE CONTEÚDO E RELACIONAMENTO EM AMBIENTES DIGITAIS	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	60	04	Teórico-prática	Comunicação em ambientes digitais. Possibilidades da internet para a comunicação organizacional e relações públicas. Comunicação e relacionamento em ambientes digitais. Gestão estratégica de conteúdo em ambientes digitais.
	INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	60	04	Teórico-prática	Processos de inovação. Gestão e visão empreendedora em comunicação. Intraempreendedorismo. Plano de Negócios.
BIB02072	OPINIÃO PÚBLICA	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 60	60	04	Prática	Noções de público e privado. As diferentes compreensões de opinião pública. Os processos de formação e transformação da opinião pública. Opinião pública e as relações de poder. Análises e práticas de pesquisas de opinião pública.
<b>Total:</b>			<b>300</b>	<b>20</b>	-	-

<b>Etapa 5</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>NOME DA DISCIPLINA</b>	<b>PRÉ-REQUISITO</b>	<b>CH</b>	<b>CR</b>	<b>CARACTERÍSTICA</b>	<b>SÚMULA</b>
BIB02025	COMUNICAÇÃO E POLÍTICA	BIB02022 TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	30	02	Teórico-prática	Estudos sobre comunicação e política, em diferentes sistemas políticos, a partir da análise de fatos, linguagens e instituições do campo da comunicação. Temas vinculados às estratégias e produtos determinados pelas relações entre sociedade, instituições políticas, meios de comunicação e opinião pública. Propaganda política.
	COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES INTERNACIONAIS	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	30	02	Teórico-prática	Gestão da comunicação e relacionamentos em contextos globais. Administração e modos de operação das organizações em contextos multiculturais. Relações internacionais e negócios.
BIB02080	IDENTIDADE E IMAGEM INSTITUCIONAL	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	60	04	Teórico-prática	A identidade e os processos identificatórios. A identidade organizacional e cultura. A imagem-conceito, sua construção e fabricação. A articulação identidade-imagem. As aferições e as análises de imagem. Relações públicas e branding.
BIB02140	SEMIÓTICA	BIB02022 TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	60	04	Teórico-prática	Teorias Semióticas, sistemas de significação e processos de comunicação, interacionismo simbólico, funções da linguagem e os signos na vida social.
	PROJETOS SOCIAIS	INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO	60	04	Teórico-prática	Comunicação e relacionamento para organizações sem fins lucrativos, entidades de classe, organizações cooperativas e sociedade civil organizada. Conceituações de terceiro setor, comunidade, mobilização social e comunicação comunitária. Planejamento, execução e avaliação de projetos sociais.
	ACOMPANHAMENTO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 80	60	04	Prática	Vivência profissional a ser desenvolvida através de atividades práticas supervisionadas, de acordo com plano de trabalho específico.
	ESTÁGIO OBRIGATÓRIO	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 80	200		Prática	Para a realização do estágio, o aluno deverá cumprir com os pré-requisitos necessários e estar matriculado na disciplina BIB 02 (EM CRIAÇÃO) Acompanhamento de Estágio Obrigatório, da etapa 05. A carga horária total da referida disciplina (60 horas), corresponde à orientação para o desenvolvimento de atividades no campo do estágio, bem como à supervisão. O estágio obrigatório deve ser autorizado pela Comissão de Graduação.
<b>Total:</b>			<b>500</b>	<b>20</b>	-	-

<b>E t a p a 6</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>NOME DA DISCIPLINA</b>	<b>PRÉ-REQUISITO</b>	<b>CH</b>	<b>CR</b>	<b>CARACTERÍSTICA</b>	<b>SÚMULA</b>
	LABORATÓRIO DE GESTÃO DE CRISE E COMUNICAÇÃO DE RISCO	BIB02080 IDENTIDADE E IMAGEM INSTITUCIONAL	60	04	Teórico-Prática	Perspectivas teóricas sobre crise e risco. Tipos de crise e risco. Prevenção e gerenciamento de crises. Avaliação e gerenciamento de risco em diferentes cenários.
BIB 02098	LABORATÓRIO DE NEGOCIAÇÃO	CRÉDITO OBRIGATÓRIOS: 80	30	02	Prática	Negociação em comunicação e relações públicas. Conceitos, técnicas e práticas de negociação. Negociação como instrumento de gestão e liderança de equipes.
BIB02026	METODOLOGIAS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 80	60	04	Teórico-prática	Pesquisa, métodos e procedimentos metodológicos no campo da comunicação. Desenvolvimento de projeto de pesquisa sobre tema vinculado à comunicação social.
BIB02083	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO	60	04	Teórico-prática	Conceitos e modelos de assessoria de comunicação. Estruturas e práticas integradas de assessoria de comunicação. Assessoria e relacionamento com a imprensa. Media training. Relacionamento com a mídia
BIB02075	PROJETOS CULTURAIS	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	30	02	Teórico-prática	Identidades culturais, gestão cultural e comunicação. Políticas públicas voltadas à cultura. O profissional de relações públicas como gestor de projetos culturais. A cultura como investimento institucional, social e mercadológico e o consumo cultural. Análise e elaboração de projetos culturais.
<b>Total:</b>			<b>240</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

E t a p a 7						
CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	PRÉ-REQUISITO	CH	CR	CARACTERÍSTICA	SÚMULA
BIB02027	ESTUDOS CRÍTICOS DA COMUNICAÇÃO	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 90	30	02	Teórico	A comunicação como motivo de preocupação histórica e reflexão crítica por parte do pensamento contemporâneo. As correntes de estudo crítico dos fenômenos de mídia, com suas ênfases e estudos de caso. As perspectivas da crítica da mídia no mundo atual.
BIB02086	ANÁLISE E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS EM COMUNICAÇÃO	BIB02080 IDENTIDADE E IMAGEM INSTITUCIONAL	60	04	Teórico-prática	Modelos de avaliação em comunicação e ações de Relações Públicas. Pesquisa, controle, análise e avaliação em comunicação. Métodos e técnicas quantitativas e qualitativas na mensuração de resultados de planos, projetos e programas de Relações Públicas.
BIB02087	SEMINÁRIO AVANÇADO EM COMUNICAÇÃO	CRÉDITOS OBRIGATÓRIOS: 80	60	04	Teórico-prática	Abordagem dos cenários contemporâneos nos estudos desenvolvidos pelo Campo das Ciências da Comunicação, das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional. Referenciais teórico-metodológicos aplicados na produção acadêmico-científica da área. Temas emergentes nas pesquisas envolvendo a comunicação midiática e as organizações.
BIB02084	ASSESSORIA EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA E POLÍTICA	BIB02025 COMUNICAÇÃO E POLÍTICA E BIB02080 IDENTIDADE E IMAGEM INSTITUCIONAL	30	02	Teórico-prática	Assessoria de comunicação e relacionamento na área política e governamental. A comunicação pública e política nas relações entre estado, sociedade e mídia. Processos e sistemas de comunicação para órgãos públicos, partidos e políticos.
<b>Total:</b>			<b>180</b>	<b>12</b>	-	-

E t a p a 8						
CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	PRÉ-REQUISITO	CH	CR	CARACTERÍSTICA	SÚMULA
	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	BIB02026 METODOLOGIAS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO	150	10	Teórico-prática	Trabalho monográfico individual versando sobre tema específico de Relações Públicas ou estudos do Campo das Ciências da Comunicação, acompanhado de fundamentação e reflexão teórica, e intervenção documentada, orientado por docente do curso e avaliado por banca.
<b>Total:</b>			<b>150</b>	<b>10</b>	-	-

## **APÊNDICE II – PLANOS DE ENSINO DAS DISCIPLINAS DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

# **PLANOS DE ENSINO**

## **ETAPA 1**



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Teoria e Prática de Relações Públicas

Código: BIB02068

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 01

Pré-requisitos: não tem

**Súmula:**

Relações públicas: surgimento e evolução da atividade profissional; diferentes escolas e principais conceituações. A definição de público e as funções de Relações Públicas. Atuação profissional nos diversos tipos de organizações e no desenvolvimento de ações e campanhas de comunicação institucional, de relacionamento e responsabilidade social.

**Objetivos:**

- Conhecer a atividade e as principais atribuições do profissional de Relações Públicas e sua inserção no Campo da Comunicação.
- Compreender o panorama da atividade de Relações Públicas, desde sua criação até os dias atuais.
- Assimilar os principais conceitos de Relações Públicas e de públicos, sob o enfoque do Campo das Ciências da Comunicação.
- Identificar as etapas do processo de Relações Públicas, principais funções.
- Diferenciar a atuação do profissional de Relações Públicas para organizações de distintos portes e natureza.
- Distinguir instrumentos de Relações Públicas em campanhas de comunicação institucional.

**Conteúdo programático:**

- Conceitos, histórico e desenvolvimento da atividade profissional de Relações Públicas:
  - a) Principais conceitos sobre Relações Públicas.
  - b) Histórico da construção da atividade profissional.
  - c) Definições de públicos em Relações Públicas.
  - d) Métodos de ação da atividade profissional: o processo de Relações Públicas.
  - e) A atividade de Relações Públicas em diferentes organizações.
  - f) Campanhas institucionais: divulgação em diferentes veículos e suportes para públicos diversificados.
- Atividade prática:
  - a) Preparação e realização de entrevista com profissionais da área.
  - b) Participação na realização/execução de evento específico.
- Relação teoria e prática da atividade profissional de Relações Públicas.



**Bibliografia básica essencial:**

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações públicas**: processo, funções, tecnologia e estratégias. São Paulo: Summus, 2003.  
KUNSCH, Margarida M.K. **Relações Públicas**: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, 2009.  
SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas**: função política. São Paulo: Summus, 1995.

**Bibliografia básica:**

FARIAS, Luiz Alberto de (org.). **Relações Públicas Estratégicas**: técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo: Summus, 2011.  
GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas**: teoria, contexto e relacionamento. Editora Difusão: São Paulo, 2009.  
KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

**Bibliografia complementar:**

KUNSCH, Margarida M. K. (org.). **Comunicação organizacional**: histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Saraiva, 2009.  
LATTIMORE, Dan; BASKIN, Otis; HEIMAN, Suzette T.; LOTH, Elizabeth L. (org.). **Relações públicas**: profissão e prática. Porto Alegre: AMGH, 2012.  
LIMA, Fátia Pereira; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. **Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Senac, 2012.  
SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas e Micropolítica**. São Paulo: Summus, 2001.  
ORGANICOM: **Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. São Paulo: GESTCORP/ CRP/ECA/USP, 2014. <http://www.revistaorganicom.org.br>



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<b>Dados de Identificação</b> Disciplina: Comunicação, história e sociedade Código: BIB02074                      Créditos: 04                      Carga Horária: 60h Natureza: Obrigatória Semestre: 01 Pré-requisitos: não tem
<b>Súmula:</b> História social dos meios de comunicação. Interfaces da comunicação com a cultura. Relações da comunicação com as transformações e/ou conservações socioculturais.
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Abordar, em uma perspectiva ampla, o desenvolvimento da história da comunicação;</li><li>• compreender a história da comunicação em um contexto mundial, nacional e regional;</li><li>• relacionar os avanços tecnológicos com os impactos na vida social.</li><li>• caracterizar a comunicação como dispositivo de produção cultural;</li><li>• problematizar o estatuto híbrido das culturas contemporâneas;</li><li>• discutir criticamente a formação das identidades culturais;</li><li>• reconhecer o universo da cultura das mídias.</li></ul>
<b>Conteúdo programático:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• História da Comunicação;</li><li>• Concepções de cultura;</li><li>• Sociedade de consumo e hiperconsumo;</li><li>• Cultura ilustrada e cultura das mídias;</li><li>• Cultura juvenil e a vitória da informação;</li><li>• O mal-estar na cultura;</li><li>• Hibridismo e cotidiano.</li></ul>
<b>Bibliografia básica essencial:</b> SANTAELLA, Lucia. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura. Paulus, ISBN 8534921016. SILVERSTONE, Roger.. Por que estudar a mídia?. São Paulo: Loyola, 1999. ISBN 0761964541. THOMPSON, John B.. A mídia e a modernidade -Uma teoria social da mídia.. Vozes, ISBN 8532620795.
<b>Bibliografia básica:</b> BHABHA, Homi. O local da cultura. UFMG, ISBN 8570411561. BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet. J. Zahar, ISBN 8571107718. BURKE, Peter.. Hibridismo cultural. São Leopoldo: Unisinos, 2008. ISBN 8574311979.

CANCLINI, Néstor García.. Consumidores e cidadãos :conflitos multiculturais da globalização. UFRJ, ISBN 857108159X.  
CERTEAU, Michel de. A invenção do cotidiano. Vozes, ISBN 8532611486.  
GIOVANNINI, Giovani. Evolução na comunicação: Do sílex ao silício. Nova Fronteira, ISBN 8520900313.  
WOLTON, Dominique. Informar não é comunicar. Porto Alegre: Sulina, 2010. ISBN 8520505589.

**Bibliografia complementar:**

ALMEIDA, Hamilton. Padre Landell de Moura: Um herói sem glória. Record, ISBN 9788501072603.  
BAITELLO JÚNIOR, Norval. O animal que parou os relógios. Annablume, ISBN 8574198838.  
BARTHES, Roland. Mitologias. Bertrand Brasil, ISBN 857432048X.  
BAUMAN, Zygmunt; GAMA, Cláudia Martinelli; GAMA, Mauro. O mal-estar da pós-modernidade. J. Zahar, ISBN 8571104646; 9788571104648.  
BURKE, Peter.. O que é história cultural?. Zahar, ISBN 8571108382.  
CANCLINI, Néstor García.. Culturas híbridas :estratégias para entrar e sair da modernidade. Edusp, ISBN 85-314-0382-0.  
CANCLINI, Néstor García.. Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade. UFRJ, ISBN 857108291X.  
CANEVACCI, Massimo; OLMI, Alba. Culturas eXtremas :mutações juvenis nos corpos das metrópoles. DP, ISBN 857490371X.  
CASTELLS, Manuel. A era da informação: economia, sociedade e cultura. Paz e Terra, ISBN 85-219-0329-4.  
CEVASCO, Maria Elisa. Dez lições sobre estudos culturais. Boitempo, ISBN 978-85-7559-014-0.  
CHAUI, Marilena. Convite à filosofia. Ática, ISBN 850808935x.  
COSTELLA, Antonio. Comunicação - Do grito ao satélite. Mantiqueira, ISBN 858568125X.  
ECO, Umberto. Tratado geral de semiótica. Perspectiva, ISBN 8527301202.  
ESCOSTEGUY, Ana Carolina Damboriarena. Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana.. Autêntica, ISBN 8586583979.  
FEATHERSTONE, Mike. Cultura de consumo e pós-modernismo. Nobel, ISBN 8585445348.  
FEATHERSTONE, Mike. O desmanche da cultura : globalização, pós-modernismo e identidade. Studio Nobel, ISBN 8585445572.  
GUATTARI, Felix; ROLNIK, Suely. Micropolítica: cartografias do desejo. Vozes, ISBN 9788532610393.  
HAUSSEN, Dóris. Rádio e Política: tempo de Vargas e Perón. EDIPUCRS, ISBN 8574301973.  
HOLLANDA, Heloísa Buarque de. Cultura e participação nos anos 60. Brasiliense, ISBN 8511020411.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<b>Dados de Identificação</b> Disciplina: Teorias da imagem Código: BIB02015                      Créditos: 02                      Carga Horária: 30h Natureza: Obrigatória Semestre: 01 Pré-requisitos: não tem		
<b>Súmula:</b> Imagem e representação. A imagem e o espectador. Funções das imagens. Fundamentos da percepção visual. Tempo, espaço e movimento. Comunicação visual.		
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conhecer os fundamentos da imagem;</li><li>• Identificar diferentes tipos de imagens abordando criticamente seus usos.</li><li>• Refletir sobre a problemática da imagem na perspectiva do produtor e do espectador considerando os modos de significação da imagem em diferentes suportes midiáticos.</li></ul>		
<b>Conteúdo programático:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Usos e significações do termo imagem;</li><li>• A imagem e a mídia;</li><li>• Domínios da imagem;</li><li>• Os paradigmas pré-fotográfico, fotográfico e pós-fotográfico;</li><li>• Documentário;</li><li>• Tempo objetivo e experimentado.</li></ul>		
<b>Bibliografia básica essencial:</b> Domenech, Josep M. Catala. A forma do real. Introdução aos estudos visuais. São Paulo: Summus, 2011. ISBN 9788532307026. Aumont, Jacques. A imagem. Campinas: Papirus, 2008. ISBN 8530802349. Joly, Martine. Introdução à análise da imagem. Campinas: Papirus, 2007. ISBN 8530804244.		
<b>Bibliografia básica:</b> Adauto Novaes (org.). Muito além do espetáculo. São Paulo: Senac, 2004. ISBN 8573594144. Benjamin, Walter; Rouanet, Sergio Paulo. Magia e técnica, arte e política :ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1995. ISBN 8511120300. Meyer, Philippe. O olho e o cérebro :biofilosofia da percepção visual. São Paulo: Ed. da UNESP, 2002. ISBN 8571393958. Szaniecki, Bárbara [et. al.]. Dispositivo, fotografia e contemporaneidade. Rio de Janeiro: Nau/PPG-Esdi/UERJ,, 2013. ISBN 9788581280219.		
<b>Bibliografia complementar:</b> Araujo, Denise Correa (org). Imagem, (ir)realidade, comunicação e cibermídia. Porto Alegre: Sulina, 2006. ISBN 8529504310.		

Arnheim, Rudolf. Arte e percepção visual :uma psicologia da visão criadora : nova versão. São Paulo: Pioneira, 1998. ISBN 8522101485.

Arnheim, Rudolf. El pensamiento visual. Barcelona: Paidós, 1986. ISBN 8475093779.

Aumont, Jacques. O olho interminável :cinema e pintura. São Paulo: Cosac, 2004. ISBN 857503281X; 9788575032817.

Berger, John. Modos de ver. Rio de Janeiro: Rocco, 1999. ISBN 8532508677.

Dikovitskaya, Margaret. Visual culture :the study of the visual after the cultural turn. Massachusetts: MIT Press, 2006. ISBN 026204224X.

Dondis, Donis A.. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 2007. ISBN 9788533623828.

Flusser, Vilém. O universo das imagens técnicas. São Paulo: Annablume, 2008. ISBN 9788574198798.

Flusser, Vilém; Cardoso, Rafael. O mundo codificado :por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac, 2007. ISBN 9788575035931.

Foucault, Michel; Coli, Jorge. Isto não é um cachimbo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989. ISBN 8577530310.

Gombrich, E.H.. Meditações sobre um cavaleiro de pau :e outros ensaios sobre a teoria da arte. São Paulo: Edusp, 1999. ISBN 8531404851.

Gruszynski, Ana Claudia. A Imagem da palavra :retórica tipográfica na pós-modernidade. Teresópolis, RJ: Novas Idéias, 2007. ISBN 9788560284047.

Machado, Arlindo. O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001. ISBN 8587184172.

Neiva Jr., Eduardo. A imagem. São Paulo: Ática, 1994. ISBN 8508101856.

Oliveira, Sandra Regina Ramalho e. Imagem também se lê. São Paulo: Rosari, 2006. ISBN 8588343320.

Parente, Andre. Imagem-máquina :a era das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1999. ISBN 8585490276 (broch.).

Santaella, Lucia. Linguagens liquidadas na pós-modernidade. São Paulo: Paulus, 2007. ISBN 9788534927659.

Santaella, Lucia; Nöth, Winfried. Imagem :cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 1999. ISBN 8573210567.

Zunzunegui, Santos. Pensar la imagen. Madrid: Catedra, 1995. ISBN 8437608155.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Relações públicas e ética profissional

Código: BIB02074

Créditos: 02

Carga Horária: 30h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 01

Pré-requisitos: não tem

**Súmula:**

Ética e comunicação. Ética, legislação e deontologia em Relações Públicas. Ética nos diferentes tipos de organizações. Responsabilidade pública do profissional.

**Objetivos:**

Promover o entendimento em torno da ética aplicada à sociedade, às organizações e a ação profissional de Relações Públicas, discutindo o espaço ético na sociedade e suas premissas.

**Conteúdo programático:**

- Evolução do conceito de ética no tempo e aproximação desse conceito com a filosofia.
- A ética segundo autores clássicos.
- Critérios de eticidade e consciência ética.
- Ética profissional em Relações Públicas: Sistema CONFERP e CONRERP.
- Ética empresarial e códigos de ética das organizações.
- Responsabilidade social empresarial e implicações éticas.
- Responsabilidade pública e responsabilidade social.

**Bibliografia básica essencial:**

BARROS FILHO, Clóvis de. Ética e comunicação organizacional. Ed. Paulus (ISBN:9788534927390)

BAUMAN, Zygmunt. A ética é possível num mundo de consumidores? Editora Zahar (ISBN: 9788537807163)

PONCHIROLLI, Osmar. Ética e responsabilidade empresarial. Editora JURUA (ISBN: 9788575163092)

**Bibliografia básica:**

CASTRO, Messias Mercadante de; OLIVEIRA, Lúcia Maria Alves de.. A gestão ética, competente e consciente.. São Paulo: Makron Books, 2007.

MATRAT, Lucien. Código de ética internacional dos profissionais de relações públicas. Disponível em: <http://www.abrpnacional.com.br/files/atenas.pdf>, 2004.

SROUR, Robert Henry. Poder, cultura e ética nas organizações. 3. Ed. Rio de Janeiro\_ Elsevier, 2012. (cap. 8).

**Bibliografia complementar:**

BAUMAN, Zygmunt. A ética é possível num mundo de consumidores?. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. ISBN 9788537807163.

CONFERP.. Código de ética do profissional de relações públicas. Disponível em:  
<http://www.conferp.org.br/site/codigoEtica/Exibe.do>, 2003.. 2003.  
CONFUCIUS. CONFUCIUS. PEQUIN: Sinolingua, 2010. ISBN 9787802002111.  
ESOPO. Fábulas. Porto Alegre: L, 2011. ISBN 9788525406590.  
LAO TSE. Tao te King.  
LAO TSE. Tao te King.  
Ponchirolli, Osmar. Ética e responsabilidadesocial empresarial. Curitiba: Jurua, 2007. ISBN  
9788575163092.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Laboratório de Pesquisa I

Código:

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 01

Pré-requisito: não tem

**Súmula:**

Introdução à pesquisa em Relações Públicas. Métodos quantitativo e qualitativo. As características, potencialidades, limitações e ética nas pesquisas quantitativas. As diferentes técnicas e abordagens de pesquisa quantitativa. Ética em pesquisa quantitativa. Práticas de pesquisa quantitativa.

**Objetivos:**

- Compreender a importância da pesquisa para Relações Públicas.
- Apresentar as peculiaridades da pesquisa quantitativa aplicada à área de Relações Públicas.
- Analisar pesquisas quantitativas.
- Planejar e executar uma pesquisa na área de Relações Públicas.

**Conteúdo programático:**

- Introdução ao pensamento científico.
- Potencialidades e limitações das pesquisas quantitativas.
- O processo de pesquisa e seus documentos.
- A pesquisa aplicada à área de Relações Públicas.
- Técnicas de amostragem e coleta de dados.
- Prática de pesquisa: projeto, execução, relatório, apresentação e avaliação do processo de pesquisa.

**Bibliografia básica essencial:**

BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às ciências sociais**. Florianópolis: UFSC, 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

PRIEST, Susanna Hornig. **Pesquisa de mídia: introdução**. Porto Alegre, RS: Penso, 2011.

**Bibliografia básica:**

DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo, Atlas, 2012.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.



ROSENTAL, Claude; FREMOUNTIER-MURPHY, Camile. **Introdução aos métodos quantitativos em ciências sociais e humanas**. Lisboa: Piaget, 2003.

**Bibliografia complementar:**

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 2008.  
MAYER-SCHONBERGER, Viktor e CUKIER, Kenneth. **Big data**: como extrair volume, variedade, velocidade e valor da avalanche de informação cotidiana. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<b>Dados de Identificação</b> Disciplina: Psicologia social I Código: PSI02206                      Créditos: 04                      Carga Horária: 60h Natureza: Obrigatória Semestre: 01 Pré-requisitos: não tem		
<b>Súmula:</b> A disciplina é orientada, visando conduzir o aluno a uma compreensão da importância e necessidade da psicologia social, como conhecimento e análise dos problemas sócio-culturais que influem no comportamento do homem, no mundo atual.		
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Apresentar o campo genealógico da construção da Psicologia Social e suas principais questões desde seu surgimento até nossos dias. Percorrendo a trajetória de práticas e pensamentos que produzem esta disciplina, vamos explorar suas principais teorias e metodologias diretamente atreladas às questões sociais e históricas que lhe deram emergência.</li><li>• Proporcionar aos alunos de outras áreas do conhecimento acadêmico uma aproximação aos seus objetos de estudo e focos de interesse e, principalmente, visa oportunizar momentos de reflexão e debate acerca da inserção e atravessamento desse conhecimento em diferentes áreas.</li><li>• Oferecer uma introdução à análise e reflexão acerca dos grupos sociais destacando aspectos interpessoais e críticos da problemática PSICOSSOCIAL. Apresentar diferentes teorias relativas à dinâmica intra e intergrupos e fornecer ferramentas para a análise dos fenômenos psicossociais associados aos processos identitários na contemporaneidade. Estudar como as tecnologias de subjetivação constituem um objeto privilegiado da Psicologia Social, explorando como tais processos se dão em nossos tempos.</li></ul>		
<b>Conteúdo programático:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Abordagens teóricas da psicologia;</li><li>• As raízes da psicologia social moderna;</li><li>• Interfaces da psicologia social.</li></ul>		
<b>Bibliografia básica essencial:</b> BOCK, ANA MERCÊS, FURTADO ODAIR, TEIXEIRA, M. DE LOURDES TRASSI ). - PSICOLOGIAS: UMA INTRODUÇÃO AO ESTUDO DA PSICOLOGIA -(DISPONÍVEL ONLINE E NO MOODLE). Editora SARAIVA, ISBN: 85-02-02900-2. NEVES, Rosane.. A invenção da Psicologia Social. Petrópolis: Vozes, 2005. Rose, Nikolas.. Inventando Nossos Selves: self, poder e subjetividade.. Petrópolis: Vozes, 2012. ISBN 9788532642196.		
<b>Bibliografia básica:</b>		

Figueiredo, Luis Claudio Mendonca; Santi, Pedro Luiz Ribeiro de. Psicologia :uma (nova) introdução : uma visao histórica da psicologia como ciência. São Paulo: Educ, 2008. ISBN 8528303691; 9788528303698.

FOUCAULT, Michel.. Vigiar e Punir. Petrópolis: Vozes, 2000. ISBN 85-326-0508-7.

Lane, Silvia Tatiana Maurer. O que é psicologia social. São Paulo: Brasiliense, 1994. ISBN 8511010394.

Spink, Mary Jane Paris. O conhecimento no cotidiano :as representações sociais na perspectiva da psicologia social. São Paulo: Brasiliense, 1993. ISBN 8511150579.

TORRES, Cláudio Vaz; NEIVA, Elaine Rabelo.. Psicologia Social: principais vertentes.. Porto Alegre: ARTMED, 2012. ISBN 9788536325514.

**Bibliografia complementar:**

Ana Maria Jacó-Vilela; Leny Sato. (Org.). Diálogos em Psicologia Social. Porto Alegre: Evangraf, 2007. ISBN 9788577271047.

Guareschi, Pedrinho Arcides. Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética. Petrópolis: Vozes, 2000. ISBN 8532623891.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<b>Dados de Identificação</b> Disciplina: Antropologia – Introdução Código: HUM05006                      Créditos: 04                      Carga Horária: 60h Natureza: Obrigatória Semestre: 01 Pré-requisitos: não tem
<b>Súmula:</b> Cultura, diversidade e relativismo. Etnocentrismo e alteridade. História do pensamento antropológico. As perspectivas evolucionista, culturalista e funcionalista. A observação participante.
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Oportunizar aos alunos o conhecimento da Antropologia em uma perspectiva histórica e a reflexão crítica sobre a contribuição da Antropologia às ciências sociais;</li><li>• Enfocar a questão do método antropológico de investigação através da apresentação dos trabalhos individuais e discussão de textos que abordam problemas relativos ao exercício etnográfico e a prática do trabalho de campo.</li></ul>
<b>Conteúdo programático:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conceitos de cultura e simbolismo;</li><li>• Introdução ao Evolucionismo;</li><li>• Introdução ao Funcionalismo;</li><li>• Introdução ao Culturalismo;</li><li>• Introdução ao Estruturalismo;</li><li>• Introdução ao Interpretativismo;</li><li>• Introdução ao Perspectivismo;</li><li>• Reconhecimento das premissas antropológicas;</li><li>• Introdução a pesquisa etnográfica;</li><li>• Reconhecimento das técnicas de pesquisa observação direta e participante, inserção em grupos e redes sociais, entrevistas e estudo de trajetórias, escrita etnográfica, elaboração de referências bibliográficas.</li></ul>
<b>Bibliografia básica essencial:</b> Geertz, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: LTC, 1989. ISBN 8521610807. Laplanche, François. Aprender antropologia. São Paulo: Brasiliense, 1994. Silva, Vagner Gonçalves da. O antropólogo e sua magia: trabalho de campo e texto etnográfico nas pesquisas antropológicas sobre religiões afro-brasileiras. São Paulo: Ed. da USP, 2000. ISBN 8531405718
<b>Bibliografia básica:</b> LEVI-STRAUSS. "O campo da Antropologia" In: Antropologia Estrutural II. -: Tempo Brasileiro, 1976.
<b>Bibliografia complementar:</b> CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. O trabalho do antropólogo. São Paulo: Unesp, 2000.

# **PLANOS DE ENSINO**

## **ETAPA 2**



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<b>Dados de Identificação</b> Disciplina: Cultura e poder nas organizações Código: BIB02069                      Créditos: 04                      Carga Horária: 60h Natureza: Obrigatória Semestre: 02 Pré-requisitos: HUM05006 Antropologia – Introdução
<b>Súmula:</b> As noções de cultura, cultura organizacional e interculturalidade. As diferentes esferas da cultura organizacional. O estudo dos mitos e dos rituais de organização como forma de conhecer a cultura. A noção de poder e as principais tipologias. Tensões entre as ideias de cultura, comunicação, poder e relacionamentos.
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Compreender a noção de cultura organizacional.</li><li>• Refletir sobre as diferentes abordagens de poder no contexto organizacional e suas implicações nos processos de comunicação organizacional.</li><li>• Compreender os processos de comunicação na construção, manutenção e/ou transformação da cultura organizacional.</li><li>• Realizar análises de cultura organizacional e propor ações de comunicação e relacionamento.</li></ul>
<b>Conteúdo programático:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• As noções de cultura e cultura organizacional</li><li>• Mitos, ritos, histórias e heróis organizacionais</li><li>• As relações de poder nos contextos organizacionais e as principais tipologias</li><li>• O poder condigno, condicionado e compensatório</li><li>• Comunicação e a cultura organizacional</li><li>• Relações de poder, comunicação e subjetividade nas organizações</li><li>• Interculturalidade e as organizações</li></ul>
<b>Bibliografia básica essencial:</b> RIVIÈRE, Claude. <b>Os ritos profanos</b> . Petrópolis: Vozes, 1997. MARCHIORI, Marlene. <b>Cultura e comunicação organizacional</b> : um olhar estratégico sobre a organização. São Caetano, SP: Difusão, 2006. HANDY, Charles. <b>Deuses da administração</b> : como enfrentar as constantes mudanças da cultura empresarial. 3. Ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
<b>Bibliografia básica:</b> BALDISSERA, Rudimar. <b>Comunicação organizacional</b> : o treinamento de recursos humanos como rito de passagem. São Leopoldo/RS: Unisinos, 2000. BALDISSERA, Rudimar. <b>Comunicação, Organizações e Comunidade</b> : Disputas e Interdependências no (Re)Tecer as Culturas. Disponível em: <a href="http://www.abrapcorp.org.br/anais2009/pdf/GT2_Rudimar.pdf">http://www.abrapcorp.org.br/anais2009/pdf/GT2_Rudimar.pdf</a> . Acessado em 12/2015.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. São Paulo: Bertrnad Brasil, 1998.

CANCLINI, Néstor García. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 12. Ed. Rio de Janeiro: Graal, 1996.

FLEURY, Maria T. L.; FISCHER, Rosa M. **Cultura e poder nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2007.

GALBRAITH, J. K. **Anatomia do poder**. 4. Ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GENNEP, Arnold Van. **Os ritos de passagem**. Petrópolis/RJ: Vozes, 1977.

HAAL, Richard H. **Organizações: estruturas, processos e resultados**. São Paulo: Pearson, 2004.

KUNSCH, Margarida M. K. (Org.). **A comunicação como fator de humanização das organizações**. São Caetano do Sul/SP: Difusão, 2010.

KUNSCH, Margarida M. K. (Org.). **Comunicação Organizacional**. Vol. I e II. São Paulo: Saraiva, 2009.

LIMA, Maria I. R.; BALDISSERA, Rudimar. Comunicação de “duplo vínculo” nas organizações. In **Revista Gestão e desenvolvimento**. Ano IV, v. 4, nº 1, jan. 2007. Novo Hamburgo/RS: Feevale, 2007, p. 109-118.

MARCHIORI, Marlene. As interconexões entre cultura organizacional e comunicação. In KUNSCH, Margarida M. K. (org). **Comunicação Organizacional** (v. 2): Linguagem, gestão e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2009. P. 294-317;

MARCHIORI, Marlene (org.) **Estudos organizacionais em interface com cultura**. São Caetano do Sul: Difusão, 2013.

MARCHIORI, Marlene (org.) **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2010.

MARCHIORI, Marlene (org.) **Cultura e interação**. São Caetano do Sul: Difusão, 2014.

*Organicom: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*. Dossiê Interculturalidade e organizações. v. 11, nº 21, 2014. São Paulo: ECA/USP, Gestcorp, Abrapcorp, 2009. Disponível em <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/issue/view/23> . Acessado em 09/12/2015.

*Organicom: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*. Dossiê Comunicação e mudança cultural nas organizações. v. 1, nº 1, 2004. São Paulo: ECA/USP, Gestcorp, Abrapcorp, 2009. Disponível em <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/issue/view/1> .Acessado em 12/2015.

RADDATZ, Vera L. S.; MÜLLER, Karla M. **Comunicação, cultura e fronteiras**. Ijuí/RS: Unijuí, 2015.

RIBEIRO, Andréa A. F. et al. O impacto da cultura no processo de internacionalização de empresas brasileiras: caso Votorantim. In **Gestão de pessoas: desafios estratégicos das organizações contemporâneas**. São Paulo: Atlas, 2009, p. 03-29

SANTOS FILHO, Nelson Gomes. **O poder nas organizações: vertentes de análise**. In: CienteFico. Ano II, v. 1, ago-dez, Salvador, 2002. Disponível em: <http://www.gerenciamento.ufba.br/MBA%20Disciplinas%20Arquivos/Lideranca/O%20poder%20nas%20organiza%C3%A7%C3%B5es%20-%20vertentes%20de%20an%C3%A1lise.pdf>

TÔRRES, Ofélia de L. S. (Org.). **O indivíduo na organização: dimensões esquecidas**. Vol. I. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

**Bibliografia complementar:**

CASSIRER, Ernest. **Linguagem e mito**. 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 1992.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Introdução à fotografia

Código: BIB02016

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 02

Pré-requisitos: BIB02015 Teorias da imagem

**Súmula:**

A imagem fotográfica: aspectos históricos, teóricos, técnicos e práticos do analógico ao digital. Linguagem fotográfica e informação. Especificidades no uso da imagem fotográfica pelas diferentes áreas da comunicação e suas interfaces.

**Objetivos:**

- Desenvolver habilidades teóricas e técnicas necessárias à prática da fotografia;
- Proporcionar o primeiro contato com a produção fotográfica como meio de informação no processo de comunicação;
- Conhecer a história da fotografia e os modelos explicativos na esfera da sua produção;
- Refletir sobre conceitos estratégicos da atividade fotográfica, como as relações real/ficção e criação/reprodução;
- Exercitar técnicas de captação e processamento de fotografia.

**Conteúdo programático:**

- A história da fotografia. Grandes fotógrafos na história;
- Fotografia e Comunicação;
- O equipamento Fotográfico e seus controles básicos;
- Filmes/ Sensores;
- Objetivas;
- Iluminação, composição e enquadramento;
- A linguagem fotográfica.

**Bibliografia básica essencial:**

Costa, Helouise; Silva, Renato Rodrigues. A fotografia moderna no Brasil. Rio de Janeiro: Cosac, 2004. ISBN 8575033425.

Fox, Anna; Sawdon, Smith; Langford, Michael. Fotografia básica de Langford :guia completo para fotógrafos. Porto Alegre: Bookman, 2009. ISBN 9788577802760.

Freund, Gisèle. La fotografia como documento social. Barcelona: G. Gili, 1999. ISBN 9688872083.

**Bibliografia básica:**

André Rouillé. A fotografia. Entre documento e arte contemporânea. São Paulo: SENAC, 2009. ISBN 978-85-7359-876-6.

Barthes, Roland. A camera clara :nota sobre a fotografia. Lisboa: Edições 70, 2006. ISBN 9724413497.



Dubois, Philippe. O ato fotográfico e outros ensaios. Campinas, SP: Papirus, 1999. ISBN 8530802462.

FONTCUBERTA, JUAN. A câmera de Pandora. Brasil: GG BRASIL, 2013. ISBN 8565985067.

Samain, Etienne. O Fotográfico. São Paulo: Hucitec, 2005. ISBN 85-271-0433-4.

**Bibliografia complementar:**

Krauss, Rosalind E.. O fotográfico. Barcelona: Gustavo Gili, 2003. ISBN 9788425218583.

Machado, Arlindo. O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001. ISBN 8587184172.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<b>Dados de Identificação</b> Disciplina: Mídia impressa Código: BIB02019                      Créditos: 02                      Carga Horária: 30h Natureza: Obrigatória Semestre: 02 Pré-requisitos: BIB02015 Teorias da imagem		
<b>Súmula:</b> A linguagem gráfica de produtos impressos. Produção, estética, tecnologias nos meios impressos. Exercícios em linguagem gráfica. Especificidades do uso da linguagem gráfica pelas diferentes áreas da comunicação.		
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conhecer as especificidades do uso da linguagem visual pelas diferentes áreas da comunicação;</li><li>• Conhecer as referências da linguagem visual e suas diferentes expressões ao longo da história;</li><li>• Compreender os fundamentos relacionados à produção, estética, tecnologias nos meios impressos;</li><li>• Desenvolver a habilidade de diferenciar e avaliar a qualidade de peças gráficas destinadas à reprodução impressa (jornal, revista, material publicitário, house organ, release e press-kit).</li></ul>		
<b>Conteúdo programático:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Especificidades do dispositivo impresso;</li><li>• Tipos de peças gráficas;</li><li>• Linguagem visual e composição;</li><li>• Referências históricas na comunicação visual;</li><li>• Suporte e Acabamentos;</li><li>• Noções sobre as técnicas voltadas à impressão;</li><li>• Adequação de projetos gráficos aos sistemas de reprodução;</li><li>• Softwares e equipamentos;</li><li>• Do analógico ao digital.</li></ul>		
<b>Bibliografia básica essencial:</b> ARNHEIM, Rudolf. Arte e percepção visual. Thompson Pioneira, 1998. ISBN 8522101485. CARDOSO, Rafael. O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac, 2005. ISBN 8575034286. DONDIS, Donis A.. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 2007. ISBN 8533623828.		
<b>Bibliografia básica:</b> GOMEZ-PALACIO, Bryony e VIT, Armin.. A referência no design gráfico.. São Paulo: Blucher, 2011. ISBN 978-85-212-0569-2.		

LUPTON, Ellen e PHILLIPS, Jennifer Cole. Novos fundamentos do design. São Paulo: Cosac Naif, 2008. ISBN 8575032399.

MEGGS, Philip e PURVIS, Alston. Historia do design gráfico. São Paulo: Cosac Naify, 2009. ISBN 8575037757.

RAMALHO E OLIVEIRA, Sandra. Imagem também se lê. São Paulo: Rosari, 2009. ISBN 9788588343917.

**Bibliografia complementar:**

DABNER, David. Guia de artes graficas: design e layout, princípios e decisões. Barcelona: Gustavo Gili, 2003. ISBN 9788425219337.

GOMES FILHO, João. Ergonomia do objeto: sistema técnico de leitura ergonômica. São Paulo: Escrituras, 2003. ISBN 8586303577.

HOLLIS, Richard. Design gráfico: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2000. ISBN 8533613423.

HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 1989. ISBN 8521304269; 8521304269.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Laboratório de Pesquisa II  
Código:           Créditos: 04      Carga Horária: 60h  
Natureza: Obrigatória  
Semestre: 02  
Pré-requisito: Laboratório de Pesquisa I

**Súmula:**

Características, potencialidades, limitações e ética nas pesquisas qualitativas. Técnicas de coleta e análise de dados em pesquisa qualitativa. O emprego das pesquisas quanti-qualitativas. Práticas de pesquisa qualitativa.

**Objetivos:**

- Compreender a noção de pesquisa qualitativa e suas diferentes técnicas.
- Identificar potencialidades e limitações das diferentes técnicas de pesquisa qualitativas aplicadas à área de Relações Públicas.
- Analisar pesquisas qualitativas.
- Instrumentalizar o aluno para realizar a elaboração e implementação de projeto, a interpretação de resultados, a organização de relatórios e a apresentação do processo de pesquisa.

**Conteúdo programático:**

- Potencialidades e limitações do método qualitativo aplicado à área de Relações Públicas.
- Técnicas de pesquisa qualitativa: etnografia, grupo focal, pesquisa documental, entrevista, observação, etc.
- Análise de pesquisas realizadas com diferentes técnicas qualitativas, aplicadas à área de Relações Públicas.
- Prática de pesquisa: projeto, execução, relatório, apresentação e avaliação do processo de pesquisa.

**Bibliografia básica essencial:**

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.  
BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Orgs). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petropolis, RJ: Vozes, 2014.  
DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo, Atlas, 2012.

**Bibliografia básica:**

FLICK, Uwe. **Coleção Pesquisa Qualitativa (6 livros)**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

**Bibliografia complementar:**

FALSARELLA, Ana Maria. O lugar da pesquisa qualitativa na avaliação de políticas e programas sociais. In: **Avaliação : revista da avaliação da educação superior (Campinas)**. Sorocaba, SP Vol. 20, n. 3 (nov. 2015), p. 703-715



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Gestão em relações públicas

Código: BIB02076

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 02

Pré-requisitos: BIB02068 Teoria e prática de relações públicas

**Súmula:**

Teorias da Administração e das organizações e suas interfaces com as teorias de Relações Públicas. Relações Públicas no processo administrativo como gestor da comunicação e dos relacionamentos.

**Objetivos:**

- Identificar as interfaces entre a área de relações públicas e a área de administração
- Avaliar a prática de relações públicas no processo administrativo,
- Reconhecer o papel das relações públicas na gestão da comunicação e dos relacionamentos.

**Conteúdo programático:**

- Interfaces entre as teorias da Administração e das Relações Públicas.
- O processo de gestão nas organizações.
- A posição de Relações Públicas na estrutura organizacional.
- Gestão de Marca e Gestão da Comunicação de Marca
- Gestão de crises sob a ótica da comunicação.

**Bibliografia básica essencial:**

GRUNIG, James E. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. Editora Difusão (ISBN: 9788578080532)

MOTTA, F. C. P.; VASCONCELOS, I. F. G. de. **Teoria Geral da Administração**. 3. ed. rev. São Paulo: Thomson Learning, 2006. 428p.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas e micropolítica**. Editora Summus (ISBN: 8532307574)

**Bibliografia básica:**

CHANLAT, Jean François. O indivíduo na organização. São Paulo: Atlas, 1994. ISBN 85-224-1040-2.

DAVEL, Eduardo. Gestão com pessoas e subjetividade. São Paulo: Atlas, 2006. ISBN 85-224-2894-8.

SIMÕES, Roberto Porto. Informação, inteligência e utopia. São Paulo: Summus, 2006. ISBN 85-323-0295-5.

**Bibliografia complementar:**

MARCHIORI, Marlene. Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico sobre a organização. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2006. ISBN 8588489643.

MICHELLI, Joseph.. A estratégia Starbucks. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. ISBN 9788535222562.

NIERENBERG, Roger. Maestro. Rio de Janeiro: Sextante, 2011. ISBN 9788575426418.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Mídias audiovisuais

Código: BIB02144

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 02

Pré-requisitos: BIB02015 Teorias da imagem

**Súmula:**

A linguagem visual e a linguagem sonora nos meios audiovisuais. As diferentes mídias audiovisuais. Especificidades da linguagem audiovisual para os diferentes meios audiovisuais. Exercícios em linguagem audiovisual. Especificidades no uso da imagem e do som pelas diferentes áreas da comunicação.

**Objetivos:**

- Compreender o audiovisual enquanto bem cultural;
- Discutir a representação social nos filmes ficcionais e documentais;
- Apresentar as estéticas audiovisuais cinematográficas;
- Experimentar a produção audiovisual, documental ou ficcional.

**Conteúdo programático:**

- Cinema: arte e indústria;
- A forma do roteiro para o audiovisual;
- Da narrativa ao roteiro audiovisual;
- Do cinema clássico ao cinema independente;
- Roteiro;
- Estética fílmica.

**Bibliografia básica essencial:**

CAMPOS, Flávio.. Roteiro de cinema e de televisão. Rio de Janeiro: Zahar, 2010. ISBN 9788571109858.

GERBASE, Carlos.. Primeiro filme. Descobrimos. Fazendo. Pensando.. Porto Alegre: Artes e Ofício, 2012. ISBN 9788574212111.

MOLETTA, Alex. Criação de curta-metragem em vídeo digital. Uma proposta para produções de baixo custo.. São Paulo: Summus, 2009. ISBN 9788532305305.

**Bibliografia básica:**

CARRIÈRE, Jean-Calude, BONITZER, Pascal.. Prática do roteiro cinematográfico. São Paulo: JSN Editora, 1996. ISBN 2907114069.

EDGAR-HUNT, Robert; MARLAND, John; RAWLE, Steven.. A linguagem do cinema. Porto Alegre: Bookman, 2013. ISBN 9788582600368.

MAMET, David. Sobre direção de cinema. J. Zahar, ISBN 9788571107823.

MARQUES, Aída.. Idéias em movimento. Produzindo e realizando filmes no Brasil.. Rio de Janeiro: Rocco, 2007. ISBN 9788532521149.

MASCELLI, Joseph V.. Os cinco Cs da cinematografia. São Paulo: Summus, 2010. ISBN 9788532306494.

**Bibliografia complementar:**

AUMONT, Jacques e outros. A estética do filme. Petrópolis: Papyrus, 1995. ISBN 8530803493.

JULLIER, Laurent; MARIE, Michel.. Lendo as imagens do cinema.. São Paulo: Editora SENAC, 2009. ISBN 8573598662.

MACHADO, Arlindo.. Made in Brazil ? três décadas do vídeo brasileiro. São Paulo: Iluminuras, 2007. ISBN 8573212713.

MARTINEZ, André. Democracia audiovisual :proposta dde articulação regional para o desenvolvimento. Escrituras, ISBN 9788575311929.

MERTEN, Luiz Carlos.. Cinema. Entre a realidade e o artifício.. Porto Alegre: Artes e Ofício, 2005. ISBN 8574210986.

RODRIGUES, Chris. O cinema e a produção. Lamparina, ISBN 9788598271354.





**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<b>Dados de Identificação</b> Disciplina: Planejamento visual Código: BIB02130                      Créditos: 02                      Carga Horária: 30h Natureza: Obrigatória Semestre: 02 Pré-requisitos: não tem		
<b>Súmula:</b> O uso estratégico do planejamento visual. Recursos e técnicas gráficas e audiovisuais como instrumentos de comunicação dirigida. A aplicação do planejamento visual. Análise de compostos visuais integrados à comunicação organizacional.		
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar e compreender a importância e a abrangência da comunicação visual no relacionamento da organização com seus públicos;</li> <li>• Estimular a percepção e análise crítica do planejamento visual de materiais de comunicação diversos;</li> <li>• Fornecer conhecimentos básicos sobre peças gráficas e audiovisuais para que o aluno possa orientar e ou supervisionar os processos de criação e produção.</li> </ul>		
<b>Conteúdo programático:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planejamento visual;</li> <li>• Comunicação visual nas organizações;</li> <li>• Briefing;</li> <li>• Elementos da linguagem visual, grid, tipografia.</li> </ul>		
<b>Bibliografia básica essencial:</b> BEAIRD, Jason. Os princípios do web design maravilhoso. Alta Books, 2008. ISBN 9788576082323. COSTA, Joan. A imagem da marca. São Paulo: Rosari, 2008. ISBN 9788588343696. RIBEIRO, M.. Planejamento visual gráfico.. Brasília: Linha Gráfica e Editora, 2007. ISBN 857238037x.		
<b>Bibliografia básica:</b> BANKS, Adam e FRASER, Tom. Guia completo da cor. São Paulo: Senac São Paulo, 2010. ISBN 8573595930. COLLARO, Antonio C. Projeto gráfico, teoria e prática de diagramação. São Paulo: Summus, 2000. ISBN 8532302777. FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação. São Paulo: Edgar Blücher, 2011. ISBN 8521205465. HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 1986. LUPETTI, Marcélia. Planejamento de Comunicação. São Paulo: Futura, 2001. ISBN 8574130591. LUPTON, Ellen. Pensar com tipos. São Paulo: CosacNaify, 2009. ISBN 8575035533.		

REYNOLDS, Garr. Apresentação Zen. Rio de Janeiro: Alta Books, 2010. ISBN 978857608417.

**Bibliografia complementar:**

FREITAS, Ricardo Ferreira, LUCAS, Luciane.. Desafios contemporâneos em comunicação: perspectivas de relações públicas.. São Paulo: Summus, 2002.

GUIMARÃES, L.. A cor como informação. São Paulo: Annablume, 2000.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.).. Obtendo resultados com Relações públicas.. São Paulo: Pioneira, 1997.

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

WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer. Noções básicas de planejamento visual. São Paulo: Callis, 2005. ISBN 8574163872.

## **PLANOS DE ENSINO**

### **ETAPA 3**



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Laboratório de Comunicação Dirigida

Código: Créditos: 04 Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 03

Pré-requisitos: BIB02068 Teoria e Prática de Relações Públicas

**Súmula:**

Mídias de comunicação escrita no ambiente organizacional: definições, classificações e técnicas. A comunicação dirigida e sua adequação aos objetivos organizacionais. Desenvolvimento de práticas de redação e de produção de materiais administrativos e de campanhas institucionais.

**Objetivos:**

- Produzir e analisar mídias de comunicação dirigida escritas, pertinentes ao ambiente organizacional, priorizando documentos administrativos e de campanhas institucionais.
- Compreender a comunicação dirigida e seus respectivos meios, considerando características técnicas e de linguagem pertinentes quando direcionadas para diferentes públicos;
- Elaborar e analisar documentos administrativos, compreendendo as diferenciações de conteúdo, uso e endereçamento de cada um;
- Confeccionar e analisar mídias de comunicação institucional, levando em conta os diferentes tipos de textos, formas e/ou veículos de divulgação;
- Estudar textos para embasamento teórico dos temas abordados.

**Conteúdo programático:**

- Instrumentos de Comunicação Dirigida: definições, classificações e técnicas. Comunicação administrativa: definições, classificações e técnicas.
- Estudo, análise e produção: Carta comercial; Memorando; Ofício; Circular; Atestado. Declaração; Ata; Requerimento; Recibo.
- Mensagens sociais ou comemorativas: Cartas de agradecimento, Cartões, Convite.
- Estudo e análise de textos Relatório de gestão, Livro de empresas, Balanço social.
- Desenvolvimento de textos institucionais e informativos: Manual de integração e Código de ética.
- Estudo, análise e produção: *briefing*; Cartaz; *banner*; *folder*; folheto; panfleto; *flyer*; volante; *Teaser*.

**Bibliografia básica essencial:**

BELTRÃO, Odacir, BELTRÃO, Mariúsa. **Correspondência. Linguagem e comunicação.** Oficial, empresarial e particular. 24. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Comunicação dirigida escrita na empresa**. Teoria e prática. 4. ed. São Paulo: Summus, 2006.

TOMASI, Carolina, MEDEIROS, João Bosco. **Comunicação empresarial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

**Bibliografia básica:**

FRANÇA, Fábio. **Públicos**. São Caetano do Sul: Difusão, 2004.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Relações Públicas. **História, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009.

MACHADO NETO, Otaviano. **Competência em comunicação organizacional escrita**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2013.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação nas organizações**. Empresas privadas, instituições e setor público. São Paulo: Summus, 2015. 248 p.

**Bibliografia complementar:**

MEDEIROS, João Bosco. **Correspondência**: técnicas de comunicação criativa. 18. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

PINHO, J. B. **Propaganda institucional**. Usos e funções da propaganda em Relações Públicas. São Paulo: Summus, 1990.

TAVARES, Mauricio. **Comunicação empresarial e planos de comunicação**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2010.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<p><b>Dados de Identificação</b></p> <p>Disciplina: Comunicação Organizacional</p> <p>Código:                                      Créditos: 04                                      Carga Horária: 60h</p> <p>Natureza: Obrigatória</p> <p>Semestre: 03</p> <p>Pré-requisitos: BIB02069 Cultura e poder nas organizações</p>
<p><b>Súmula:</b></p> <p>Diferentes abordagens sobre comunicação organizacional. Comunicação organizacional e relações públicas. Processos, fluxos e redes de comunicação organizacional.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compreender a noção de comunicação organizacional.</li> <li>• Refletir sobre as diferentes abordagens de comunicação organizacional e relações públicas.</li> </ul>
<p><b>Conteúdo programático:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• As conceituações de comunicação e de organização.</li> <li>• Comunicação organizacional.</li> <li>• Interfaces entre comunicação organizacional e relações públicas.</li> <li>• Processos, fluxos e redes de comunicação organizacional.</li> <li>• Comunicação organizacional e subjetividade.</li> </ul>
<p><b>Bibliografia básica essencial:</b></p> <p>KUNSCH, Margarida M. K. (Org.). <b>A comunicação como fator de humanização das organizações</b>. São Caetano do Sul/SP: Difusão, 2010.</p> <p>KUNSCH, Margarida M. K. (Org.). <b>Comunicação Organizacional</b>. Vol. I e II. São Paulo: Saraiva, 2009.</p> <p>OLIVEIRA, Ivone de L.; SOARES, Ana T. N. (Orgs.). <b>Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações</b>. São Caetano do Sul/SP: Difusão, 2008.</p>
<p><b>Bibliografia básica:</b></p> <p>BALDISSERA, Rudimar. <b>Comunicação organizacional</b>: o treinamento de recursos humanos como rito de passagem. São Leopoldo/RS: Unisinos, 2000.</p> <p>KUNSCH, Margarida M. K. (Org.). <b>Relações Públicas</b>: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Caetano do Sul/SP: Difusão, 2009.</p> <p>KUNSCH, Margarida M. K. (Org.). <b>Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada</b>. São Caetano do Sul/SP: Difusão, 2009.</p> <p>OLIVEIRA, Ivone de L.; PAULA, Maria A. de (Orgs.). <b>O que é comunicação estratégica nas organizações</b>. São Paulo: Paulus, 2007.</p>
<p><b>Bibliografia complementar:</b></p>

OLIVEIRA, Ivone de L.; PENNINI, Anice; MOURÃO, Isaura. (Orgs.). **Compreendendo um campo de conhecimento:** reflexões epistemológicas sobre a comunicação organizacional a partir de autores brasileiros. Curitiba: CRV, 2015.

*Organicom: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.* Dossiê Comunicação Organizacional e Relações Públicas: pesquisa, reprodução, aplicação. Ano 6, edição especial, nº 10/11, 2009. São Paulo: ECA/USP, Gestcorp, Abrapcorp, 2009. Disponível em

<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/issue/view/12/showToc> .

Acessado em 11/2015.

SCROFERNEKER, Cleusa M. A. (Org.). **O diálogo possível:** comunicação organizacional e paradigma da complexidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

TÔRRES, Ofélia de L. S. (Org.). **O indivíduo na organização:** dimensões esquecidas. Vol. I. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Planejamento estratégico em Relações Públicas

Código:                                      Créditos: 04                                      Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Etapas: 03

Pré-requisitos: Laboratório de pesquisa I e Laboratório de pesquisa II

**Súmula:**

A teoria e a prática do planejamento. Escolas de estratégias. O planejamento na comunicação estratégica. Planos, projetos e programas em relações públicas.

**Objetivos:**

- Conhecer, compreender e propiciar condições ao aluno de desenvolver todas as fases do processo de planejamento em Relações Públicas nas mais diversas organizações.
- Conhecer as origens do planejamento estratégico e a sua relação com a Comunicação Estratégica
- Possibilitar ao aluno identificar e analisar situações e ameaças relativas à comunicação nas organizações estabelecendo soluções
- Elaborar diagnóstico e a partir deste elaborar planos, projetos e programas de comunicação, considerando potencialidades e prioridades de comunicação detectadas junto a cada cliente selecionado.

**Conteúdo programático:**

- Conceitos de Planejamento.
- Etapas do planejamento.
- Auditoria, Briefing e Diagnóstico.
- Diferenças entre planos, projetos e programas de relações públicas.
- Escolas estratégicas.
- Relações Públicas e estratégias.
- Comunicação e estratégia.
- Planejamento estratégico da comunicação.
- O uso estratégico das mídias.
- Métodos de avaliação e relatório pós execução.

**Bibliografia básica essencial:**

FARIAS, Luiz Alberto de. **Relações Públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus, 2011. 316p. (ISBN 978-85-323-0712-5)

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safári de Estratégia**. Editora Bookman, 2000, 290 p. . (ISBN: 85-7307-541-4)

SOUZA, Jorge Pedro. **Planificando a Comunicação em Relações Públicas**. Florianópolis: Editora UFSC, 2004 (ISBN: 85-85775-91-2)



**Bibliografia básica:**

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Editora Summus, 2003. 418p. (ISBN: 8532302637)  
OLIVEIRA, Ivone de Lourdes e PAULA, Maria Aparecida de. **O que é comunicação estratégica nas organizações?** São Paulo: Editora Paulus, 2007. (ISBN: 9788534926966)  
SIMÕES, Roberto Porto. **Informação, inteligência e utopia**. São Paulo: Editora Summus, 2006. 118 p. (ISBN: 9788532302953)  
SOUZA, Jorge Pedro. A auditoria da comunicação organizacional na perspectiva das relações públicas. 89-145 pp. In CESCA, Cleusa Gimenes. **Relações Públicas e suas interfases**. São Paulo: Summus, 2006. 228p.  
TAVARES, Mauricio. **Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2010. 244p. (ISBN: 978-85-224-5874-5)  
TZU, Sun. **A Arte da Guerra**. Porto Alegre: Editora L&PM, 2000. (ISBN: 85-254-1059-4)  
VERGILI, Rafael - **Relações Públicas, mercado e redes sociais** –São Paulo, Editora Summus, 2014 (ISBN: 978-85-323-0947-1)

**Bibliografia complementar:**

BARQUERO, J.D.; SENAC, R.P., BARQUERO, M. Dirección estratégica de relaciones públicas. Barcelona: Profit  
BASSEGIO, Ana Luisa. O diagnóstico aplicado às Relações Públicas In: MOURA, C.P de, FOSSATTI, N. C. **Práticas acadêmicas em Relações Públicas**. Porto Alegre: Sulina, 2011. 238. (ISBN: 978-85-205-0590-8)  
BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. Editora Manole (ISBN: 8520414826)  
COSTA, Maia Cristina Castilho (org). **Gestão da Comunicação – projetos de intervenção**. São Paulo: 2009. (Coleção comunicação e Cultura)  
FONSECA, Ana Maria Eiroa. **Planejamento em Relações Públicas**. Porto Alegre: Editora UFRGS, s/d, 44p.  
MORAIS, F. **Planejamento estratégico Digital: a importância de planejar a comunicação da marca no ambiente digital**. Rio de Janeiro: Editora Brasport, 2009. (ISBN: 978-85-7452-411-5)  
OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; MARCHIORI, Marlene (org) - **Redes sociais, comunicação, organizações** - Editora Difusão Editora (ISBN: 978-85-7808-122-5)  
RAMOS, Fernando. **Estratégias e protocolo para a comunicação corporativa**. Traduzido por FERREIRA, Isabel. Lisboa: Editora MEDIA XXI Formalpress 2007 (ISBN: 978-989-95191-9-0)  
TÚNEZ, Miguel. **La gestión de la comunicación em las organizaciones**. Zamora(España): Comunicación Social – ediciones y publicaciones, 2012. 212p. (978-84-92860-93-7)



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Teorias da comunicação

Código: BIB0222

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 03

Pré-requisitos: créditos obrigatórios 26

**Súmula:**

A constituição do campo da comunicação. A construção dos objetos de estudo da comunicação. História das teorias da comunicação. Paradigmas teórico-metodológicos das teorias da comunicação. Principais Escolas e os desafios da comunicação na contemporaneidade.

**Objetivos:**

- Apresentar as principais correntes teóricas em comunicação;
- Identificar as principais tendências em comunicação;
- Precisar o objeto de estudo da comunicação;
- Analisar peças de comunicação criticamente;
- Problematicar os estatutos das diferentes escolas considerando os desafios atuais da comunicação;
- Exercitar a reflexão crítica sobre os processos de comunicação na sociedade contemporânea.

**Conteúdo programático:**

- A lógica da comunicação;
- Crítica da comunicação;
- O campo mediático e a perspectiva da representação;
- A escola crítica;
- Estudos do Audiovisual;
- Dos meios as materialidades da comunicação;
- As imagens-técnicas;
- A teoria dos sistemas;
- A perspectiva semiótica;
- Modelos teóricos e as mitologias contemporâneas;
- Estudos latinos e a antropofagia.

**Bibliografia básica essencial:**

LIMA, Luiz Costa. Teoria da cultura de massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. ISBN 9788577531684.

MARCONDES FILHO, Ciro.. Até que ponto, de fato, nos comunicamos?. São Paulo: Paulus, 2007. ISBN 8534922012.

SFEZ, Lucien. Crítica da Comunicação. São Paulo: Loyola, 1994. ISBN 8515010151.

**Bibliografia básica:**

BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1994. ISBN 9788511156287.

FLUSSER, Vilém. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007. ISBN 9788575035931.

GUMBRECHT, Hans Ulrich.. Produção de Presença: o que o sentido não consegue transmitir.. Rio de Janeiro: Contraponto, 2010. ISBN 9788578660314.

LUHMAN, Niklas.. Introdução a teoria dos sistemas.. Petrópolis: Vozes, 2009. ISBN 9788532638618.

McLUHAN, Marshall.. Os meios de comunicação como extensões do homem.. São Paulo: Cultrix, 1974. ISBN 9788531602580.

SANTAELLA, Lúcia; NOTH, Winfried. Comunicação e Semiótica. São Paulo: Hacker, 2004. ISBN 8586179426.

**Bibliografia complementar:**

BAITELLO Jr, Norval; CONTRERA, Malena Segura; MENEZES, José Eugênio de O. (org). Os meios da incomunicação. São Paulo: Annablume/Cisc, 2005.

BARTHES, Roland. Mitologias. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BAUDRILLARD, Jean. Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem. Porto Alegre: Sulina, 1997.

BAUMAN, Zygmunt. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BENJAMIN, Walter. Estéticas do Cinema. Lisboa: D. Quixote, 1985.

BOUGNOUX, Daniel. Introdução às ciências da comunicação. Bauru: Edusc, 1999.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRAGA, José Luiz. A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

BRETON, Philippe. A utopia da comunicação. Lisboa: Instituto Piaget, 1992.

CANCLINI, Néstor García. Consumidores e cidadãos. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

COELHO NETTO, J. Teixeira. Semiótica, informação e comunicação. São Paulo: Perspectiva, 1990.

DEBRAY, Régis. Manifestos midiológicos. Petrópolis: Vozes, 1995.

DEBRAY, Régis. Midiologia geral. Petrópolis: Vozes, 1991.

DELEUZE, Gilles; PARNET, Claire. Diálogos. São Paulo: Ed Escuta, 1998.

DERRIDA, Jacques. Surtout pas de journalistes!. Paris: Éditions de L'Herne, 2005.

DUARTE, Elizabeth Bastos (org.). Semiótica e pragmática da comunicação. São Leopoldo: Unisinos, 1997.

ECO, Umberto. Tratado geral de semiótica. São Paulo: Perspectiva, 1991.

FLUSSER, Vilém. A filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FLUSSER, Vilém. Língua e realidade. São Paulo: Annablume, 2007.

FOUCAULT, Michel. As palavras e as coisas. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

GOMES, Mayra Rodrigues. Repetição e diferença nas reflexões sobre comunicação. São Paulo: Annablume, 2001.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. Micropolíticas: cartografias do desejo. Petrópolis: Vozes, 1986.

HABERMAS, Jürgen. Teoria de la acción comunicativa. Madrid: Taurus, 1999.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. Império. Rio de Janeiro: Record, 2001.

JEUDY, Henri-Pierre. A ironia da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2001.

MARCONDES FILHO, Ciro. O escavador de silêncios: formas de construir e de desconstruir sentidos na comunicação. São Paulo: Paulus, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. O espelho e a máscara: o enigma da comunicação no caminho do meio. São Paulo; Ijuí: Discurso Editorial; Unijuí, 2002.

MARCUSE, Herbert. Eros e a Civilização: uma interpretação filosófica do pensamento de Freud. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

MARCUSE, Herbert. O homem unidimensional. A ideologia da sociedade industrial. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. História das teorias da comunicação. São Paulo: Loyola, 1999.

MCLUHAN, Marshall. A galáxia de Gutenberg. São Paulo: Edusp, 1972.

MCLUHAN, Marshall; CARPENTER, Edmund. Revolução na comunicação. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

MIRANDA, Luciano. Pierre Bourdieu e o campo da comunicação: por uma teoria da comunicação praxiológica. Porto Alegre: Edipucrs, 2005.

MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: neurose. Rio de Janeiro: Forense, 1990.

NOTH, Winfried. A semiótica no século XX. São Paulo: Annablume, 1999.

PARENTE, André. Imagem-máquina. Rio de Janeiro: 34,

PINO, Carlos Castilla del. La incomunicación. Barcelona: Península, 1990.

PRADO, José Luiz Aidar. Bracha na comunicação: Habermas, o Outro, Lacan.. São Paulo: Hacker, 1996.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Estratégias da comunicação. Lisboa: Presença, 1990.

ROMANO, Vicente. A ecologia da comunicação. São Paulo: Annablume,

RÜDIGER, Francisco R.. Comunicação e teoria social moderna: introdução aos fundamentos conceituais da publicística. Porto Alegre: Fenix, 1995.

SANTAELLA, Lúcia. Cultura das mídias. São Paulo: Experimento, 1996.

SANTAELLA, Lúcia. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. Semiótica aplicada. São Paulo: Thompson, 2002.

SERRES, Michel. A comunicação. Porto: Rés,

THOMPSON, John B.. A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2002.

ZIELINSKI, Siegfried. Arqueologia da mídia: em busca do tempo remoto das técnicas do ver e do ouvir. São Paulo: Annablume, 2006.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Comunicação na web

Código: BIB02021

Créditos: 02

Carga Horária: 30h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 03

Pré-requisitos: BIB02144 – Mídias audiovisuais

**Súmula:**

A Comunicação na Web. Produção, estética, tecnologia. Exercícios em produção multimídia. Especificidades da comunicação na Web.

**Objetivos:**

- Compreender as especificidades da comunicação nas redes digitais;
- Refletir sobre as transformações na área da comunicação motivadas pelos processos de digitalização das informações;
- Desenvolver atividades práticas: produto multimídia ou hipermídia.

**Conteúdo programático:**

- A comunicação na era digital;
- Aspectos históricos da comunicação na era digital;
- Especificidades dos produtos e processos da comunicação na era digital.

**Bibliografia básica essencial:**

ANDERSON, Chris.. A Cauda Longa.. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. ISBN 9899514993.

JENKINS, Henry.. A Cultura da Convergência.. São Paulo: Aleph, 2009. ISBN 9788576570844.

KEEN, Andrew.. O culto do amador. Como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores.. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009. ISBN 978-85-378-0125-3.

**Bibliografia básica:**

LÉVY, Pierre.. As tecnologias da inteligência.. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. ISBN 8585490152.

MIELNICZUK, Luciana.. Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. (Tese de doutorado em Comunicação) UFBA, 2003..

PRIMO, Alex.. Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo. Endereço: [http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/int\\_mutua\\_reativa.pdf](http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/int_mutua_reativa.pdf).

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/23058492/Redes-Sociais-na-Internet-Raquel-Recuero>.. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RECUERO, Raquel.. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/23058492/Redes-Sociais-na-Internet-Raquel-Recuero>..

WOLTON, Dominique.. Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias.. Porto Alegre: Sulina, 2003. ISBN 978-85-205-0339-3.

**Bibliografia complementar:**

DI FELICE, Massimo (Org).. Do público para as redes. A comunicação digital e as novas formas de participação social. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008..

DOUEIHI, Milad.. La gran conversación digital. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2010..

ECHEVERRÍA, Javier.. Los señores del aire: télépolis y el tercer entorno. Barcelona: Destino, 1999..

FIDLER, Roger.. Mediamorphosis: Understanding New Media. Thousand Oaks: Sage, 1997..

GILLMOR, Dan.. Nós, Os Media. Lisboa: Editorial Presença, 2005..

IGARZA, Roberto.. Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural. Buenos Aires: La Crujía, 2009..

LEMO, André; LÉVY, Pierre.. O futuro da internet. Em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010..

O'REILLY, Tim.. O que é web 2.0? Disponível em: <http://www.cipedya.com/doc/102010..>

SAAD CORRÊA, E.. Estratégias "2.0" para a mídia digital: internet, informação e comunicação. 2a.. ed. São Paulo: SenacSP, 2008. v. 1. 218 p..

SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio.. Cultura ditigal.br. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009..

VACAS, Francisco.. La Comunicación Vertical: medios personales y mercados de nicho. Buenos Aires: La Crujía, 2010..



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<p><b>Dados de Identificação</b> Disciplina: Comunicação e cidadania Código: BIB02020                      Créditos: 02                      Carga Horária: 30h Natureza: Obrigatória Semestre: 03 Pré-requisitos: créditos obrigatórios 26</p>
<p><b>Súmula:</b> A construção do cidadão e os espaços de cidadania. Cidadania no Brasil. O papel da comunicação no contexto social atual e na construção da cidadania. As tecnologias de comunicação e a inclusão social. Projetos de comunicação para a cidadania.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporcionar aos estudantes uma reflexão sobre as visões de cidadania e os direitos dos cidadãos;</li> <li>• Mostrar como a comunicação pode auxiliar no processo de construção da cidadania;</li> <li>• Estimular aos estudantes a elaborarem projetos de comunicação voltados para a construção da cidadania.</li> </ul>
<p><b>Conteúdo programático:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A cidadania: história e perspectivas teóricas;</li> <li>• Construção do espaço público;</li> <li>• Mídia, cidadania e inclusão social;</li> <li>• Questões contemporâneas em cidadania.</li> </ul>
<p><b>Bibliografia básica essencial:</b> Manzini Covre, Maria de Lourdes. O que é cidadania. São Paulo: Brasiliense, 1995. ISBN 85-11-01250-8. MORIGI, Valdir; GIRARDI, Ilza M.T.;Cristóvão Domingos de. ALMEIDA.(orgs). Comunicação, Informação e Cidadania:refletindo práticas e contextos.. Porto Alegre: Sulina, 2011. ISBN 9788520506141. Pacheco, Ricardo de Aguiar. O cidadão está nas ruas :representações e práticas acerca da cidadania republicana em Porto Alegre (1889-1991). Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2001. ISBN 8570255837.</p>
<p><b>Bibliografia básica:</b> DAMATTA, Roberto. A casa e a rua. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987. MORAES, Dênis de. Por Uma Outra Comunicação: Mídia, Mundialização Cultural e Poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. ISBN 85-01-06522-6. Peruzzo, Cicilia Maria Krohling. Comunicação nos movimentos populares :a participação na construção da cidadania. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. ISBN 85.326.2047.7. PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla Bassanezi. História da cidadania. São Paulo: Contexto, 2003. ISBN 85-7244-217-0.</p>
<p><b>Bibliografia complementar:</b> BARBALET, J. M.. A cidadania. Lisboa: Editoria Estampa, 1989.</p>



CARNICEL, AMARILDO; FANTINATTI, MÁRCIA. Comunicação e Cidadania: possibilidades e interpretações. Campinas: CMU Publicações, 2008. ISBN 978-85-85562-37-3.

Carvalho, José Murilo de. Cidadania no Brasil : o longo caminho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008. ISBN 9788520005651.

PAIVA, RAQUEL.. O retorno da Comunidade: os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. ISBN 978-85-7478-212-6.

Pinsky, Carla Bassanezi. Fontes históricas. São Paulo: Contexto, 2008. ISBN 8572442978.

PINSKY, JAIME. práticas de Cidadania. São Paulo: Contexto, 2004. ISBN 85-7244-265-0.

SOARES, MURILO CESAR; VICENTE, MAXIMILIANO MARTIN; NAPOLITANO, CARLO JOSÉ; ROTHBERG, DANILO, orgs.. Mídia e Cidadania. São Paulo: Cultura Acadêmica/Unesp, 2012. ISBN 978-85-7983-342-7.



# **PLANOS DE ENSINO**

## **ETAPA 4**



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<b>Dados de Identificação</b> Disciplina: Ciberultura Código: BIB02023                      Créditos: 04                      Carga Horária: 60h Natureza: Obrigatória Semestre: 04 Pré-requisitos: Créditos obrigatórios 40		
<b>Súmula:</b> Cultura e tecnologia. Trajetória do pensamento tecnológico. O campo dos estudos de ciberultura: conexão entre comunicação, cultura e tecnologia. Tópicos selecionados: estudos de caso e reflexões teóricas sobre suas principais ideias e pensadores.		
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduzir o estudante no campo dos estudos de cultura e tecnologia, destacando o desenvolvimento de suas conexões desde o ponto de vista teórico, a partir de estudos de caso e análises sobre os seus problemas, ideias e pensadores mais centrais.</li> </ul>		
<b>Conteúdo programático:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura e tecnologia;</li> <li>• Pensamento ocidental;</li> <li>• Pensadores da técnica.</li> </ul>		
<b>Bibliografia básica essencial:</b> HILLIS, Ken. Sensações digitais. São Leopoldo: Unisinos, 2003. ISBN 8574312320. LECOURT, Dominique. Humano pós-humano. São Paulo: Loyola, 2005. ISBN 8515031744. RÜDIGER, F.. As teorias da ciberultura.. Porto Alegre: Sulina, 2013. ISBN 9788520503409.		
<b>Bibliografia básica:</b> BELL, David. The cybercultures reader. Londres: Routledge, 2000. ISBN 0415183790. BRETON, Philippe.. A utopia da comunicação.. Lisboa: Instituto Piaget, 1999. ISBN 9782707125125. Disponível em: Rüdiger, Francisco. Martin Heidegger e a questão da técnica. Porto Alegre: Sulina, 2014. ISBN 9788520504239.		
<b>Bibliografia complementar:</b> CUPANI, Alberto. Filosofia da Tecnologia. Florianópolis: Ufsc, 2013. ISBN 8532806570. Dusek, Val.. Filosofia da tecnologia. São Paulo: Loyola, 2009. ISBN 9788515036325. ELLUL, Jacques. A técnica e o desafio do século. São Paulo: Paz e Terra, 1968. FELINTO, Erick. A religião das máquinas. Porto Alegre: Sulina, 2005. ISBN 8520503985. RUDIGER, F.. Elementos para a crítica da ciberultura: sujeito, objeto e interação na era das novas tecnologias de comunicação. São Paulo: Hacker, 2002. ISBN 8586179361. RUDIGER, Francisco. Ciberultura e pós-humanismo. Porto Alegre: Edipucrs, 2008. ISBN 9788574307244. SIBILIA, Paula. O homem pós-orgânico. Rio de Janeiro: Relume, 2002. VIEIRA PINTO, Alvaro. O conceito de tecnologia. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.		



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Produção de Eventos Estratégicos

Código: BIB02081

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 04

Pré-requisitos: Planejamento Estratégico em Relações Públicas

**Súmula:**

Eventos como estratégia de relações públicas na construção e fortalecimento de relacionamentos e reputação organizacional. Cerimonial e protocolo. Planejamento, execução e avaliação de eventos.

**Objetivos:**

- Conhecer e aplicar as dinâmicas envolvidas no planejamento e na organização de eventos, especialmente no que diz respeito às funções estratégicas dos diversos tipos de eventos, etapas para sua execução e avaliação e características desse mercado em âmbito nacional.
- Propiciar noções básicas sobre cerimonial e protocolo.

**Conteúdo programático:**

- Características da área e do mercado de eventos no Brasil
- Eventos: funções, classificação e tipologias
- Planejamento de relações públicas com foco em eventos estratégicos
- Captação de recursos
- Gerenciamento legal e de risco
- Cerimonial e protocolo
- Etiqueta corporativa

**Bibliografia básica essencial:**

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de eventos: manual para planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 1997.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Eventos: como criar, estruturar e captar recursos**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

LUKOWER, Ana. **Cerimonial e Protocolo**. São Paulo: Contexto, 2013.

**Bibliografia básica:**

ALLEN, Johnny et al. **Organização e Gestão de eventos**. São Paulo: Campus, 2003.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos: teoria e prática**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

GIÁCOMO, Cristina. **Tudo Acaba em Festa: Evento, líder de opinião, motivação e público**. São Paulo: Summus, 2007.

SALGADO, Paulo Regis. **Protocolo, Cerimonial e etiqueta em eventos: uma prática ao alcance de todos**. São Paulo: Paulus, 2010.

**Bibliografia complementar:**

KUNSCH, Margarida (org.). Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas.. São Paulo: Saraiva, 2009.

Kunsch, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, c2002. ISBN 8532302637.

MATIAS, Marlene.. Organização de eventos: procedimentos e técnicas.. Barueri/SP: Manole, 2004.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de.. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia, práticas.. São Paulo: Atlas, 2010. ISBN 978-85-224-60779-9.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Gestão de Conteúdo e relacionamento em ambiente digital  
Código: BIB                                      Créditos: 04                                      Carga Horária: 60h  
Natureza: Obrigatória  
Semestre: 04  
Pré-requisitos: Planejamento Estratégico em Relações Públicas

**Súmula:**

Comunicação em ambientes digitais. Possibilidades da Internet para a comunicação organizacional e relações públicas. Comunicação e relacionamento em ambientes digitais. Gestão estratégica de conteúdo em ambientes digitais.

**Objetivos:**

- Refletir sobre as possibilidades relacionais com as ambiências digitais na comunicação organizacional.
- Compreender a noção de *práxis* reflexiva das relações públicas no contexto digital.
- Desenvolver todo o processo de gestão de relacionamento e produção de conteúdos hipermediáticos dirigidos para as principais ambiências digitais no formato para desktop e mobile.
- Construir e analisar as métricas para monitoramento, relacionamento e conteúdo.
- Instigar a capacidade analítica para a comunicação organizacional e relações públicas no âmbito digital.

**Conteúdo programático:**

- O modelo do ciclo recursivo para compreensão da *práxis* reflexiva das relações públicas no contexto digital
- Gestão de relacionamento e produção de conteúdos para desktop e mobile
- As ambiências digitais, estrutura da Web e as linguagens hipermídia e hipertextual
- Formatos desktop e mobile
- A usabilidade e acessibilidade nos ambientes digitais
- Métricas de monitoramento, de relacionamento e de conteúdo
- Análise e avaliação das métricas: relatório final

**Bibliografia básica essencial:**

FELIPINI, Dailton. **Google top 10**: como colocar seu blog na primeira página do Google. Rio de Janeiro: Brasport, 2010.  
MARCUSCHI, Luiz A; XAVIER, Antonio C (org.). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de sentido. São Paulo: Cortez, 2010.  
OLIVEIRA, José Palazzo Moreira de. **Busca inteligente na Web**: um guia para tornar sua busca na Web eficaz e rápida. Porto alegre: Instituto de informática – UFRGS, 2010.

**Bibliografia básica:**

AZARITER, Ricardo. **Ferramentas e cases para fazer campanhas políticas em redes sociais**. Ebooks Scup ideas, 2011.

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação organizacional na perspectiva da complexidade. **Organicom**, São Paulo, n.10/11, p. 115-20, 2009.

BARICHELO, Eugenia Mariano da Rocha. Apontamentos sobre as estratégias de comunicação mediadas por computador nas organizações contemporâneas. In: KUNSCH, Margarida M. K. **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos**. Vol.1. São Paulo: Saraiva, 2009, pág. 337-353.

\_\_\_\_\_. Eugenia Mariano da Rocha; LASTA, Elisangela. Desintermediação na sociedade midiaticizada: Petrobras e suas práticas comunicacionais no blog corporativo Fatos e Dados. **Chasqui – Revista Latinoamericana de comunicação**. Nº112, dezembro de 2010a, pág. 75-80.

\_\_\_\_\_. Comunicação organizacional digital: a cauda longa da informação gerada pelo *blog* corporativo *Fatos & Dados* da Petrobras. **Lumina**. Universidade Federal de Juiz de Fora, Vol.4, Nº2, dezembro de 2010b, pág. 1-12.

LASTA, Elisangela. **A práxis reflexiva das relações públicas na sociedade midiaticizada: mediação estratégica comunicacional nos blogs corporativos**. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015.

\_\_\_\_\_. **Processos comunicacionais na mídia digital: estratégias sociotécnicas de visibilidade e legitimidade nos blogs corporativos**. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2011.

MARQUES, Ângela; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. (orgs.). **Comunicação Organizacional: dimensões epistemológicas e discursivas**. Belo Horizonte: Fafich/ UFMG, 2015.

MARTINEZ, Samuel e SOLANO, Edwing (org). **Blogs, bloggers, blogosfera: una revisión multidisciplinaria**. México: Universidad Iberoamericana, 2010, pág.35-44.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada por computador e redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SAAD, Elizabeth (org). Dossiê sobre Redes Sociais: Usos Corporativos. **Organicom**, São Paulo, v. 12, n. 22, 2015.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal**. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SANTOS, Elsa. Web Design: uma reflexão conceptual. **Revista de Ciências da Computação**, nº4, 2009.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2009.

TERRA, Carolina. **Mídias sociais...e agora? Tudo o que você precisa saber para implementar um projeto de mídias sociais**. 1. ed. São Caetano do Sul e RJ: Difusão Editora e Editora Senac Rio, 2011.

TORRES, Elisabeth Fátima; MAZZONI, Alberto Angel. Conteúdos digitais multimídia: o foco na usabilidade e acessibilidade. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 33, n. 2, p. 152-160, maio/ago. 2004.

VECHIATO, Fernando; VIDOTTI, Silvana. Recomendações de usabilidade e de acessibilidade em projetos de ambientes informacionais digitais para idosos. **TPBCI**, Vol. 5, No 1 (2012), p. 1-23.

**Bibliografia complementar:**

BRAGA, José Luiz. Circuitos *versus* campos sociais. In: JUNIOR, Jeder Janotti; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (org.). **Mediação & Midiaticização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012, pág. 31-52.

LEMIEUX, Vicent; OUIMET, Mathieu. **Análise estrutural das redes sociais**. Lisboa: Instituto Piaget, 2004.

SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital: internet, informação e comunicação**. São Paulo: Editora Senac, 2003.

VALENTIM, Marta Lúcia Pomim. **Métodos qualitativos de pesquisa em ciências da informação**. São Paulo: Polis, 2005.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Inovação e Empreendedorismo em Comunicação

Código:

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 04

Pré-requisito: Planejamento Estratégico em Relações Públicas

**Súmula:**

Processos de inovação. Gestão e visão empreendedora em comunicação. Intraempreendedorismo. Plano de Negócios.

**Objetivos:**

- Compreender os processos envolvidos na gestão da inovação.
- Discutir os princípios teórico-práticos do empreendedorismo, especialmente voltados à área de comunicação social.
- Elaborar plano de negócios.

**Conteúdo programático:**

- Gestão da inovação
- Empreendedorismo: processos e práticas em diferentes contextos organizacionais
- Intraempreendedorismo
- Empreendedorismo e inovação social
- Plano de negócios: estrutura

**Bibliografia básica essencial:**

BURGELMAN, Robert A. **Gestão estratégica da tecnologia e da inovação**. Conceitos e soluções. 5. Ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

DORNELAS, José. **Plano de negócios: seu guia definitivo**. São Paulo: Elsevier, 2011.

**Bibliografia básica:**

CARNEIRO, Jose Guilherme Said Pierre. **Intraempreendedorismo: conceitos e práticas**. São Paulo: Qualitymark, 2013.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2010.

TIDD, Joe; BESSANT, John; KEITH, Pavitt. **Gestão da Inovação**. 3a Ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

**Bibliografia complementar:**

TAKAHASHI, Sérgio; TAKAHASHI, Vania P. **Gestão de inovação de produtos: estratégia, processo, organização e conhecimento**. Rio de Janeiro. Elsevier. 2007.

YUNUS, Muhammad. **Criando um negócio social**. São Paulo: Elsevier, 2010.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Opinião pública

Código: BIB02072    Créditos: 04    Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 04

Pré-requisitos: créditos obrigatórios: 60

**Súmula:**

Noções de público e privado. As diferentes compreensões de opinião pública. Os processos de formação e transformação da opinião pública. Opinião pública e as relações de poder. Análises e práticas de pesquisas de opinião pública.

**Objetivos:**

- Contribuir para a compreensão do processo de formação da opinião considerando os sujeitos, instituições e conjunturas implicadas.
- Estabelecer correlações entre o contexto social e político e a formação da opinião pública.
- Compreender as relações entre visibilidade, comunicação e formação da opinião pública.
- Desenvolver a capacidade de analisar resultados de pesquisa.
- Debater o papel das Relações Públicas nos processos de comunicação que visam à formação de opinião.
- Desenvolver exercícios para a formação da opinião.

**Conteúdo programático:**

- Conceitos de opinião pública.
- A formação da opinião pública.
- Opinião Pública e comunicação.
- Opinião Pública e Política.
- Opinião Pública e Relações Públicas.
- Exercício sobre Formação de Opinião.

**Bibliografia essencial:**

LIPPMAN, Walter. (1922) **Opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

TARDE, Gabriel. (1904) **Opinião Pública e as Massas**. São Paulo: Martins Fontes, 1992

McCOMBS, Maxwell. **A teoria da Agenda** – a mídia e a opinião pública. Petrópolis (RJ): Vozes, 2009

**Bibliografia básica**

CHAMPAGNE, Patrick. **Formar a Opinião: o novo jogo político**. Editora Petrópolis: Vozes, 1998.



NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. **La espiral del silencio** – opinião pública: nuestra piel social. Madrid: Paidós Comunicación, 2010

**Bibliografia complementar:**

ALI, Tariq; HARVEY, David; ŽIŽEK, Slavoj et al. **Occupy**: movimentos de protesto que tomaram as ruas. São Paulo: Boitempo, 2012.

ANÁLISI – Quaderns de Comunicació i Cultura. **Opinió pública y democracia**. Ba: UAB, n.26, 2001

BOURDIEU, Pierre. **A opinião pública não existe**. In: THIOLENT, Michel(org.) São Paulo, Editora Polis, 1980.

JABIR, Arnaldo. **A opinião Pública** (filme). Rio de Janeiro, 1967.

LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida**. São Paulo: Educ/Pontes, 1992.

REICH, Wilhelm. **Psicologia de massas do fascismo**. São Paulo: Martins Fontes, 1970.

REVISTA ORGANICOM. **Comunicação Pública e Governamental**. São Paulo: ABRACORP/USP, Ano 3, No.4, 2006 – [www.revistaorganicom.org.br](http://www.revistaorganicom.org.br)

SILVEIRINHA, Maria João. **Opinião Pública**. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org.). Comunicação e Política: Conceitos e abordagens. Editora Edufba.

THOMPSON, John B. **Fronteiras cambiantes da vida pública e privada**. In Matrizes. ano 4, n 1, jul./dez. 2010, p. 11-36. São Paulo. Disponível:

<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/176>

WEBER, M.H. *Imagem Pública*. In: RUBIM, A. *Comunicação e Política* – conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004.

WEBER, M.H. *Na Comunicação Pública, a captura do voto*. In: LOGOS 27: Mídia e Democracia. Rio de Janeiro, ano 14, 2º semestre de 2007. (p. 21-42)

[http://www.logos.uerj.br/antigos/logos\\_27/logos\\_27.htm](http://www.logos.uerj.br/antigos/logos_27/logos_27.htm)

# **PLANOS DE ENSINO**

## **ETAPA 5**



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Comunicação e política

Código: BIB02025

Créditos: 02

Carga Horária: 30h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 05

Pré-requisitos: BIB02022 Teorias da comunicação

**Súmula:**

Estudos sobre comunicação e política, em diferentes sistemas políticos, a partir da análise de fatos, linguagens e instituições do campo da comunicação. Temas vinculados às estratégias e produtos determinados pelas relações entre sociedade, instituições políticas, meios de comunicação e opinião pública. Propaganda política.

**Objetivos:**

**Geral:**

- Abordar e desenvolver conteúdos que propicie a compreensão e abordagem crítica de informações, bibliografia e questões relacionadas ao campo da comunicação política.

**Específicos:**

- Orientar leituras e desenvolver análises que possibilitem a compreensão sobre as relações entre meios de comunicação massivos, sociedade e política.
- Analisar acontecimentos políticos relacionados às esferas sociais e midiáticas. Identificar a ação da comunicação a partir de estratégias e objetivos do campo político.
- Aproximar o estudante de comunicação de autores, conceitos e questões fundamentais ao entendimento das relações de poder estabelecidas entre a política, mídias e sociedade. Promover a discussão e análise crítica de mídias, especialmente, a partir das perspectivas do jornalismo, da internet, da propaganda.
- Analisar a produção da comunicação política em períodos eleitorais numa perspectiva crítica.

**Conteúdo programático:**

- Comunicação e política – questões conceituais.
- Perspectivas históricas entre política e comunicação.
- Movimentos sociais e comunicação.
- A produção de visibilidade dos poderes.
- Comunicação e processo eleitoral.
- Enquadramentos da política nas mídias.

**Bibliografia básica essencial:**

GOMES, Wilson. **As transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

WEBER, Maria H. **Comunicação e Espetáculos da Política**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2000.

WOLTON, D. **A Comunicação Política**. In: Pensar a comunicação. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2004, p. 241-260

**Bibliografia básica:**

ALBUQUERQUE, Afonso. Propaganda Política e Eleitoral. In: **Aqui você vê a verdade na tevê: a propaganda política na televisão**. Niterói: UFF, 1999. (451-482).

BAUMAN, Z. **Em Busca da Política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

BERGER, Christa. Das relações: realidade & linguagem, política & comunicação. In: BERGER, C. **Campos em confronto: a terra e o texto**. 2.ed. Porto Alegre: Editora da Universidade/ UFRGS, 2003. (p.17-33)

BURKE, Peter. **A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

CAPPARELLI, Sérgio. Das políticas de Comunicação à comunicação política (e vice versa). In: **Pretextos Compós**, Revista Eletrônica da COMPÓS. Salvador: Facom/UFBA, 1997.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**. Movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CATTANI, Antonio David (org.). **#protestos: análises das ciências sociais**. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2014.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Afrodite, Lisboa. 1967

DEBRAY, Régis. **O Estado sedutor**. Petrópolis: Vozes, 1994.

DOMENACH, J.M. **A propaganda política**. disponível em: <http://www.ebooksbrasil.com/>

FAUSTO NETO, A.; MOUCHON, J.; VERÓN, E. **Transformações da midiaticização presidencial – corpos, relatos, negociações, resistências**. S. Caetano do Sul (SP): Difusão, 2012. (p.41-51)

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses**. Florianópolis: Insular, 2009.

REES, Laurence. **Vende-se Política**. Rio de Janeiro, Revan, 1995. (p.153-144)

RUBIM, A. A. C. (org). **Comunicação e Política – conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. (PDF)

SCHWARTZENBERG, R. G. **O estado espetáculo**. São Paulo: DIFEL, 1978. (p.127-244)

SILVA, Sivaldo Pereira da. Exigências democráticas e dimensões analíticas para a interface digital do Estado. In: MAIA, R. C. M.; GOMES, W.; MARQUES, F. P. J. A. **Internet e Participação Política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011. (175-193).

TCHAKHOTINE, Serge. **A Mistificação das Massas pela Propaganda Política**. Brasília: Argumento, 2003. PDF (p.456-513)

THOMPSON, John B. **O Escândalo Político: Poder e Visibilidade na Era da Mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

WEBER, M. H. Mera Coincidência, a danação da política. In: BERGER, Christa. **Jornalismo no Cinema: filmografia e comentários**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002. (p 215-244)

WEBER, M.H.; COELHO, Marja P. **Entre Jornalismo e Poderes**. In: SILVA, G; KUNSCH, D; BERGER, C.;

WEBER, Maria H. Imagem Pública. In: RUBIM, A. A. C. (org) **Comunicação e Política – conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. PDF (p. 259-307)

WEBER, Maria H.; ABREU, Carmen R. Debate político-eleitoral na televisão: jogo de cena e dispositivo estratégico. In: MIGUEL, L.F.; BIROLI, F.(org.) **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Hucitec, 2010. (PDF)

**Bibliografia complementar:**

ALBUQUERQUE, A. (org). **Jornalismo contemporâneo – figurações, impasses e perspectivas**. Salvador/Brasília: EDUFBA/ COMPÓS, 2011 (p.51-78).

ALMEIDA, J. **Marketing político, hegemonia e contra-hegemonia**. S.Paulo: Perseu Abramo/ Xamã, 2002

ANÁLISI – Quaderns de Comunicació i Cultura. **Opinió pública y democracia**. Ba: UAB, n.26, 2001

ARENDT, H. **A Dignidade da Política**. Rio de Janeiro: RelumeDumará, 1993

BALANDIER, G. **O poder em cena**. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 1982

- BAUDRILLARD, Jean. **Las Estrategias Fatales**. Barcelona: Anagrama, 1983.
- BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas** – Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- BERGER, P.L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis (RJ): 2004
- BOBBIO, N. **O futuro da Democracia**: uma defesa das regras do jogo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986
- BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. DIFEL/ Bertrand, Lisboa\ Rio de Janeiro, 1989
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. A era da Informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999
- CHAMPAGNE, P. **Formar a Opinião**: o novo jogo político. Petrópolis: Vozes, 1996
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006
- CHARAUDEAU, P. **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2006.
- DAYAN, D.; KATZ, E. La definición de los acontecimientos mediáticos, grandes fiestas de la comunicación de masas. In: **La história em directo – la retransmisión televisiva de los acontecimientos**. Barcelona: G. Gilli, 1995 (p.11-27)
- DE MASI, O.A. (Comp.). **Comunicación gubernamental**. Buenos Aires: Paidós, 2006.
- ESTEVES, J.P. **Espaço Público e Democracia** – comunicação, processo de sentido e identidade social. São Leopoldo (RS): Unisinos, 2003. (p.127-180).
- FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- GAMSON, William. **Falando de política**. Belo Horizonte: Autêntica, 2011.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da Pirâmide**. Para uma teoria marxista do Jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012 (173-212)
- GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1992.
- GOHN, Maria da Glória; BRINGEL, Breno M. (Orgs.). **Movimentos sociais na era global**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.
- GOMES, W. S.; MAIA, R.C.M. **Comunicação e Democracia**: Problemas e Perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008. <http://www.facom.ufba.br/pretextos/capparelli4.html>
- LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida**. São Paulo: Educ/Pontes, 1992.
- LIMA, V. A. **Mídia: teoria e política**. 2ª ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O crepúsculo do dever, a ética indolor dos novos tempos democráticos**. Lisboa: Dom Quixote, 1994
- MAQUIAVEL, Nicolau. **O Príncipe**: Escritos Políticos. São Paulo: Abril Cultural, 1979.
- MAROCCHO, B; BERGER, C. (Org.). *A era glacial do jornalismo*. Porto Alegre: Sulina, 2006, p. 182-306, v. 1. MCCOMBS, M. **A teoria da agenda**: a mídia e a opinião. Petrópolis (RJ): Vozes, 2009.
- MATTA, Maria C. Política y comunicación: entre la plaza y la platea. In: **Comunicação & Política**. Rio de Janeiro: 1984.
- MEDITSCH, E. B. V. (Org.). **Sociologia do Jornalismo**: as várias perspectivas que marcam as teorias da notícia a partir do estudo da sociedade. Florianópolis: Insular; Posjor-UFSC, 2005, v. 3.
- REVISTA ORGANICOM. Comunicação Pública e Governamental. São Paulo: **ABRACORP/USP**, Ano 3, No.4, 2006 – [www.revistaorganicom.org.br](http://www.revistaorganicom.org.br)
- SENNET, R. **O declínio do homem público** – as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- SINGER, André et al (org). **No Planalto com a Imprensa** – entrevistas de secretários de imprensa e porta-vozes de JK a Lula. Recife: Ed. Massangana, Fundação Joaquim Nabuco/SECOM, 2010
- TARDE, Gabriel. **A opinião e as massas**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- TARROW, Sidney. **O poder em movimento**: movimentos sociais e confronto político. Petrópolis: Vozes, 2009.
- TUCHMAN, G. **La producción de la noticia**: estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gustavo Gilli, 1983.

- VERÓN, E. **Semiosis de lo ideológico y del poder** – la mediatización. Buenos Aires: CBC, 1995
- WEBER, M.H. Na Comunicação Pública, a captura do voto. In: **LOGOS 27**: Mídia e Democracia. Rio de Janeiro, ano 14, 2º semestre de 2007. (p. 21-42)  
[http://www.logos.uerj.br/antigos/logos\\_27/logos\\_27.htm](http://www.logos.uerj.br/antigos/logos_27/logos_27.htm))
- WEBER, Maria H. Estratégias da Comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: KUNSCH, Margarida (org). **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do sul (SP): Difusão, 2011. (p. 101-119)
- ZÉMOR, Pierre. A Comunicação pública. In: MARTINS, Luiz (Org.). **Algumas abordagens em comunicação pública**. Brasília: Casa das Musas, 2003, p. 76-103.
- ZIZEK, Slavoj. **Violência**: seis reflexões laterais. São Paulo: Boitempo, 2014.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

### Dados de Identificação

Disciplina: Comunicação e Relações Internacionais

Código:

Créditos: 02

Carga Horária: 30h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 05

Pré-requisitos: Comunicação organizacional

**Súmula:**

Gestão da comunicação e relacionamentos em contextos globais. Administração e modos de operação das organizações em contextos multiculturais. Relações internacionais e negócios.

### Objetivos:

- Compreender as dinâmicas culturais, econômicas, políticas e comunicacionais envolvidas nos modos de entrada e de operação das organizações no mercado internacional.
- Propiciar noções básicas de relações internacionais no âmbito de relações públicas.

**Conteúdo programático:**

- Globalização, Regionalização e blocos econômicos, em especial Mercosul.
- Modos de entrada e operação das organizações no mercado internacional.
- Características culturais, econômicas, políticas e comunicacionais envolvidas em processos de negociação internacional.
- Noções de Relações Internacionais.
- Gestão de Relações Públicas Internacionais.

### **Bibliografía básica esencial:**

GONÇALVES, G.; MARTINS, T. (orgs). **Interfaces da Comunicação com a Cultura.**

**Coleção Relações Públicas e Comunicação Organizacional**, Volume 4. Covilhã, Portugal: Labcom, 2015.

PECEQUILO, Cristina Soreanu. **Introdução às Relações Internacionais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

TANURE, B.; GONZALEZ, D. (orgs.). **Gestão Internacional**. São Paulo: Saraiva: 2006.

### Bibliografía básica:

VASCÔNCELLOS, Eduardo (coord.). **Internacionalização, estratégia e estrutura**: o que podemos aprender com o sucesso da Alpargatas, Azaléia, Fanem, Odebrecht, Vith e Volkswagen. São Paulo: Atlas, 2008.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Curso de Relações Públicas**. ed. 6. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FERRARI, Maria Aparecida. **A prática de Relações Públicas Internacionais na sociedade contemporânea**. Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional, Ano 12, nº 12, jan/dez 2008. pp. 15-29.

**Bibliografia complementar:**

JACKSON, Robert H. **Introdução às Relações Internacionais: teorias e abordagens**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.





**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<p><b>Dados de Identificação</b></p> <p>Disciplina: Identidade e imagem institucional  Código: BIB02080                      Créditos: 04                      Carga Horária: 60h  Natureza: Obrigatória  Semestre: 05  Pré-requisitos: Planejamento estratégico em relações públicas</p>
<p><b>Súmula:</b></p> <p>A identidade e os processos identificatórios. A identidade organizacional e cultura. A imagem-conceito, sua construção e fabricação. A articulação identidade-imagem. As aferições e as análises de imagem. Relações públicas e branding.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compreender as noções de identidade e imagem institucional sob diferentes enfoques.</li> <li>• Articular essas noções com as de cultura, imaginário, comunicação e estratégia.</li> <li>• Compreender o emprego dessas ideias na área de Relações Públicas.</li> <li>• Compreender os processos de branding.</li> <li>• Empregar métodos de aferição de imagem-conceito/imagem pública e/ou reputação e simular emissão de pareceres técnicos.</li> </ul>
<p><b>Conteúdo programático:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidade e identidade organizacional.</li> <li>• Identidade e processos identificatórios.</li> <li>• Cultura e imaginário.</li> <li>• Identidade organizacional, cultura e construção de discursos – ofertas de si.</li> <li>• Imagem pública, imagem-conceito e reputação.</li> <li>• As políticas e a fabricação de imagens.</li> <li>• As pesquisas e as estratégias para aferição de imagem-conceito.</li> <li>• Identidade visual, branding e estratégias de imagem-conceito.</li> <li>• Marcas País e as estratégias de branding e comunicação organizacional.</li> </ul>
<p><b>Bibliografia básica essencial:</b></p> <p>HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade, Claude. <b>Os ritos profanos</b>. Petrópolis: Vozes, 1997.</p> <p><i>Organicom</i>: <b>Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas</b>. Dossiê Identidade de marca e gestão da reputação corporativa. v. 4, nº 7, 2007. São Paulo: ECA/USP, Gestcorp, Abrapcorp, 2007. Disponível em <a href="http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/issue/view/7">http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/issue/view/7</a> . Acessado em 09/12/2015.</p>
<p><b>Bibliografia básica:</b></p>



- AAKER, David. **Marcas: Brand equity gerenciando o valor da marca**. São Paulo: Negócios, 1988.
- BALDISSERA, Rudimar. Significação e comunicação na construção da imagem-conceito. In **Revista Fronteiras: estudos midiáticos**.
- BALDISSERA, Rudimar. **Imagem-conceito**: anterior à comunicação, um lugar de significação. Tese de doutorado: PPGCOM – PUCRS – 2004.
- BALDISSERA, Rudimar. Comunicação organizacional e gestão de marca: redes de organizações por articulação conceitual. **XXIII Encontro Anual da Compós**, Universidade Federal do Pará – 2014.
- BARTHS, Geferson. **Comunicação organizacional e branding**: a rede de organizações por articulação conceitual Braskem/sustentabilidade. Porto Alegre. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – UFRGS, Porto Alegre.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1. São Paulo: Paz e terra, 1999.
- COSTA, Joan. **Imagen corporativa em el siglo XXI**. Buenos Aires: La Crujía.
- DURAND, Gilbert. **O imaginário**: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: DIFEL, 2001.
- FARIAS, Luiz A. de (Org.). **Relações públicas estratégicas**: técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo: Summus, 2011.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 19 ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 2014.
- GOMES, Wilson. A política de imagem. In GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulos, 2004, p. 357-432.
- KAPFERER, Jean-Noel. **As marcas, capital da empresa**: criar e desenvolver marcas fortes. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- KREUTZ, Elizete de Azevedo. **Marcas mutantes na América Latina**. Disponível em: <http://www.brandtrendsjournal.com/images/stories/flip/brandtrendsjournal/files/brandtrends%20journal.pdf> . páginas 54 a 68.
- KUNSCH, Margarida M. K. (Org.). **Comunicação Organizacional**. Vol. I e II. São Paulo: Saraiva, 2009.
- NOYA, Javier. **Soft power**: the means to success in the word politics. New York: Public Affairs, 2004.
- Organicom*: **Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. Dossiê Discurso institucional, linguagem e retórica. v. 5, nº 9, 2008. São Paulo: ECA/USP, Gestcorp, Abrapcorp, 2008. Disponível em <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/issue/view/11> . Acessado em 09/12/2015.
- Organicom*: **Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. Dossiê Redes sociais: usos corporativos. v. 12, nº 22, 2015. São Paulo: ECA/USP, Gestcorp, Abrapcorp, 2015. Disponível em <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/issue/view/24/showToc> . Acessado em 09/12/2015.
- MAFFESOLI, Michel. Da identidade à identificação. In: MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis/RJ: Vozes, 1999.
- MAFFESOLI, Michel. O imaginário é uma realidade. In: **Famecos – mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre: Edipucrs, n. 15, p. 74-81, 2001.
- MARQUES, Ângela C. S.; OLIVEIRA, Ivone de L (Orgs.). **Comunicação organizacional: dimensões epistemológicas e discursivas**. Belo Horizonte: UFMG, 2015.

**Bibliografia complementar:**

- PEREIRA, Carlos A. M. et al. Comunicação e gestão corporativa: diálogo social para alinhamento de expectativas e articulação com o território produtivo. In KUNSCH, Margarida M. K. (org.). Comunicação organizacional (v.1): Histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Saraiva, 2009. P.293-314
- PEROTTO, Evandro R. Conceituando a marca pela enunciação: uma proposta do campo da comunicação. Brasília, 2007. Dissertação (Mestrado). PPGCOM – UCB, 2007.
- PINHO, José Benedito. O poder das marcas. São Paulo: Summus, 1996.
- RIES, Al; Trout, Jack. Posicionamento: a batalha por sua mente. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002.
- SILVA, Magno V. da. Mito, organizações e comunicação: o caso da Petrobras. Dissertação de mestrado. PPGCOM - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012.
- SILVA, Tomaz T. da (org.). Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis/RJ: Vozes, 2000.
- THOMPSON, John B.. Ideologia e cultura moderna. Petrópolis/RJ: Vozes, 1995.
- THOMPSON, John B. A nova visibilidade. In: Matrizes. n. 2, p. 15-38, abr. 2008. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/82> - outubro de 2015.
- VILLAFANE, Justo. La evaluación y análisis de la imagen corporativa. In VILLAFANE, Justo. La gestion de la imagen corporativa. Madri: Ediciones Pirâmide, 1999. P.41-53.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Semiótica

Código: BIB02140

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 05

Pré-requisito: BIB02022 Teorias da comunicação

**Súmula:**

Teorias semióticas, sistemas de significação e processos de comunicação, interacionismo simbólico, funções da linguagem e os signos na vida social.

**Objetivos:**

- Estudar as teorias semióticas refletindo sobre sua influência nos estudos de comunicação.
- Os sistemas de significação.
- Abordar processos de comunicação e o interacionismo simbólico.
- Estudar aspectos da linguagem na perspectiva da semiótica.
- Compreender os signos na vida social.

**Conteúdo programático:**

- Conceito de signo e semiótica;
- Signo, comunicação e linguagem;
- Semiótica aplicada. A materialidade da experiência e da linguagem;
- Trabalhos práticos de análise semiótica.

**Bibliografia básica essencial:**

FONTANILLE, Jacques. **Semiótica do discurso**. São Paulo: Contexto, 2015.

NÖTH, Winfried. **A semiótica no século XX**. São Paulo: Annablume, 1996.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

**Bibliografia básica:**

BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. 10. ed. São Paulo: Cultrix, 1997.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 1975.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Wilfried. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica?** São Paulo: Brasiliense, 2012. (Coleção Primeiros Passos; 103)

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 1993.

**Bibliografia complementar:**

BERGER, Peter L., LUCKMANN, Thomas.. A construção social da realidade.. Petrópolis: Vozes, 2011. ISBN 978-85-326-0598-6.

COELHO NETTO, J. Teixeira.. Semiótica, informação e comunicação.. São Paulo: Perspectiva, 2010.

JOVCHELOVITCH, Sandra.. Os contextos do saber. Representações, comunidade e cultura.. Petrópolis: Vozes, 2008.

ROSARIO, Nisia Martins do, OLIVEIRA, Lizete Dias de, PARODE, Fábio Pezzi (Orgs.).. Entre-Semióticas. São Paulo: Kuzuá, 2013. ISBN 9788566179293.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<b>Dados de Identificação</b> Disciplina: Acompanhamento de Estágio Obrigatório Código:                      Créditos: 04                      Carga Horária: 60h Natureza: Obrigatória Semestre: 05 Pré-requisitos: 80 créditos obrigatórios
<b>Súmula:</b> Vivência profissional a ser desenvolvida através de atividades práticas supervisionadas, de acordo com plano de trabalho específico.
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Possibilitar ao aluno desenvolver um planejamento e execução de projeto do seu estágio, definindo previamente as atividades a serem desenvolvidas, assim como possibilitar uma análise da relevância dessa atividade para seu currículo.</li><li>• Permitir ao aluno uma constante reflexão sobre as atividades exercidas, tendo em vista o acompanhamento da disciplina e o relatório final sobre o estágio. Este relatório, por sua vez, exige do aluno uma autoavaliação do estágio e da contribuição dessa atividade no seu processo de aprendizagem.</li><li>• Promover um envolvimento, uma postura questionadora e inovadora a partir de uma Proposição de trabalho, a ser desenvolvida ao longo do semestre.</li></ul>
<b>Conteúdo programático:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Plano de Estágio.</li><li>• Fases do Planejamento.</li><li>• Projetos/Campanha de Comunicação Institucional.</li><li>• Execução de projeto.</li><li>• Análise e avaliação dos resultados: relatório final.</li></ul>
<b>Bibliografia básica essencial:</b> BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: políticas e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2009. ISBN 978-85-02-08183-3. FRANÇA, Fábio; FREITAS Sidinéia Gomes. Manual da qualidade em projetos de comunicação. São Paulo: Pioneira, 1997. ISBN 852210064-0. KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003.
<b>Bibliografia básica:</b> LATTIMORE, Dan et. al. <b>Relações Públicas:</b> profissão e prática. Porto Alegre: AMGH, 2012. KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). A comunicação como fator de humanização das organizações. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. ISBN 978-85-7808-057-0.
<b>Bibliografia complementar:</b> Revista Organicom. Relações Públicas: campo acadêmico e profissional. São Paulo: PPGCOM - ECA- USP, 2006. ISBN 18071236.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Projetos sociais

Código:

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 05

Pré-requisito: Inovação e Empreendedorismo em Comunicação

**Súmula:**

Comunicação e relacionamento para organizações sem fins lucrativos, entidades de classe, organizações cooperativas e sociedade civil organizada. Conceituações de terceiro setor, comunidade, mobilização social e comunicação comunitária. Planejamento, execução e avaliação de projetos sociais.

**Objetivos:**

- Compreender sociedade civil organizada, instituições sem fins lucrativos e organizações cooperativas.
- Abordar comunicação comunitária, comunicação participativa e comunicação com comunidades.
- Desenvolver e executar planejamento de comunicação e de relações públicas para instituições sem fins lucrativos.

**Conteúdo programático:**

- Sociedade civil organizada e instituições sem fins lucrativos: estrutura e funções sociais.
- Economia solidária e cooperativismo: contribuições para a transformação social;
- Conceitos de comunidade e de mobilização social.
- Comunicação e relações públicas em organizações sem fins lucrativos;
- Noções de empreendedorismo social.
- Planejamento e execução de uma campanha de comunicação e de Relações Públicas.
- Estudos de textos para embasamento teórico dos temas pertinentes à disciplina.

**Bibliografia básica essencial:**

GOHN, Maria da Glória Marcondes. **Novas teorias dos movimentos sociais**. Loyola, 2015.  
SINGER, Paul. **Introdução à economia solidária**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002. 127 p.  
TACHIZAWA, Takeshy. **Organizações não governamentais e terceiro setor: criação de ONGs e Estratégia de Atuação**. São Paulo: Atlas, 2012.

**Bibliografia básica:**

HENRIQUES, Márcio Simeone (Org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.  
IOSCHPE, Evelyn Berg. **3º Setor: desenvolvimento social sustentado**. Rio de Janeiro: Paz e terra, 2005.

LARRIMORE, Dan et. al. Relações Públicas em organizações sem fins lucrativos. In: \_\_\_\_\_. **Relações Públicas: profissão e prática**. Porto Alegre: AMGH Editora, 2012. p.315-337

MONTAÑO, Carlos. **Terceiro setor e questão social**: crítica ao padrão emergente de intervenção social. São Paulo: Cortez, 2002.

PERUZZO, Círcia Krohling (org). **Vozes cidadãos**: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina. São Paulo: Angellara, 2004.

DOSSIÊ empreendedorismo social. **Revista HSM Management**, ed. 91, mar.-abr. 2012.

TORO, José Bernardo. **A construção do público**: cidadania, democracia e participação. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2005.

**Bibliografia complementar:**

GOHN, Maria da Glória Marcondes. **Movimentos sociais no início do século XXI**: antigos e novos atores sociais. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

SOUSA, Jorge Pedro. **Planificando a comunicação em Relações Públicas**. Florianópolis: Letras Contemporâneas Oficina Editorial, 2004.

TORO, José Bernardo & WERNECK, Nísia Maria Duarte. **Mobilização social**: um modo de construir a democracia e a participação. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

# **PLANOS DE ENSINO**

## **ETAPA 6**





**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Laboratório de Gestão de Crise e Comunicação de Risco

Código:

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 06

Pré-requisitos: BIB02080 Identidade e imagem institucional

**Súmula:**

Perspectivas teóricas sobre crise e risco. Tipos de crise e risco. Prevenção e gerenciamento de crises. Avaliação e gerenciamento de risco em diferentes cenários.

**Objetivos:**

- Compreender os pressupostos teórico-práticos que envolvem a gestão de crises iminentes e eminentes.
- Compreender os pressupostos teórico-práticos que envolvem a identificação, gestão e avaliação da comunicação de riscos.
- Identificar situações de crise e de risco e desenvolver planos estratégicos.

**Conteúdo programático:**

- Gestão de crise: planejamento e estrutura.
- Tipos de crise e públicos envolvidos.
- Natureza, tipologias e gestão de riscos.
- Comunicação de risco.
- Gestão da informação em situações de risco e em situações de crise.

**Bibliografia básica essencial:**

BECK, Ulrich. **La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad**. Barcelona: Paidós 2006.

RINALDI, Alexandra. **A importância da comunicação de riscos para as organizações**. 1. ed. São Paulo: Sicurezza, 2010.

FORNI, João José. **Gestão de Crises e Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2013.

**Bibliografia básica:**

BECK, Ulrich. **Risk Society – towards a new modernity**. London: Sage Publications. 1992.

DOUGLAS, Mary; WILDAWISKY, Aaron. **Risco e Cultura: um ensaio sobre a seleção de riscos tecnológicos e ambientais**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

LEISS, William. **Prospects and Problems in Risk Communication**. Institute for risk research, 1992.

LIMA, Maria Luíza. **Viver com o risco: abordagens da psicologia social ambiental**.

Inforgo, 9 & 10, 2005. p. 39-54.

SIMÕES, Roberto Porto. **Informação, inteligência e utopia: contribuições à teoria de relações públicas**. São Paulo: Summus, 2006.

**Bibliografia complementar:**

VEYRET, Yvette (org.). **Os riscos: o homem como agressor e vítima do meio ambiente**. São Paulo: Contexto, 2013. 320p.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Laboratório de Negociação

Código: BIB02098

Créditos: 02

Carga Horária: 30h

Natureza: Obrigatória

Etapa: 06

Pré-requisitos: créditos obrigatórios 80

**Súmula:** Negociação em comunicação e relações públicas. Conceitos, técnicas e práticas de negociação. Negociação como instrumento de gestão e liderança de equipes.

**Objetivos:**

- Compreender o processo de negociação e a sua importância no cotidiano organizacional;
- Proporcionar uma visão sistêmica sobre o processo de negociação;
- Compreender os cenários de negociação;
- Desenvolver a capacidade de negociar.

**Conteúdo programático:**

- Introdução à negociação;
- A comunicação no processo de negociação
- Negociação: alguns conceitos básicos;
- O Modelo Integrado de Negociação;
- A administração do tempo;
- As táticas ganha/perde;
- Solução de conflitos na negociação;
- Como fazer e obter concessões;
- Negociação e o processo decisório.

**Bibliografia básica essencial:**

LEWICKI, R. L.; SAUNDERS, D. M.; MINTON, J.W. Fundamentos da negociação. Porto Alegre: Bookman, 2002.

MACEDO, Marcelo Álvaro da S. ; ALYRIO, Rovigatti Danilo; BERNARDES, Rui Otávio. Princípio de Negociação: ferramentas e gestão. Atlas: São Paulo, 2007.

WATKINS, Michael. Negociação - Série Harvard Business Essentials. Rio de Janeiro: Record, 2004.

**Bibliografia básica:**

CARVALHAL, Eugenio do; ANDRÉ NETO, Antônio; ANDRADE, Gersem Martins de. Negociação e Administração de conflitos. São Paulo: FGV, 2009.

HAVELICK, F.J. (org.). Negociação Coletiva: Novas Dimensões nas Relações Trabalhistas. Rio de Janeiro, Zahar, 1982.

SCHERMERHORN JR, Jonh R. ; HUNT, James G. ; OSBORN, Richard N. Fundamentos de comportamento organizacional. 2a ed. Porto Alegre: Bookaman, 2005 c.

WANDERLEY, José Augusto. Negociação total: encontrando soluções, vencendo resistências, obtendo resultados. 7ª Ed. Gente: São Paulo, 2003.

**Bibliografia complementar:**

STONER, James A.F.; FREEMAN, R. Edward. Administração. 5a ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

[www.engenvendas.com.br/PTB/artigostecnicos.asp](http://www.engenvendas.com.br/PTB/artigostecnicos.asp)

[www.onegociador.com.br/biblioteca](http://www.onegociador.com.br/biblioteca)



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Metodologias de pesquisa em comunicação

Código: BIB02026

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 06

Pré-requisitos: Créditos obrigatórios 80

**Súmula:**

Pesquisa, métodos e procedimentos metodológicos no campo da comunicação. Desenvolvimentos de projetos de pesquisa sobre tema vinculado à comunicação social.

**Objetivos:**

- Elaborar um projeto de monografia no campo da comunicação;
- Identificar problemas de pesquisa pertinentes ao campo da comunicação;
- Reconhecer as principais linhas de pesquisa em comunicação desenvolvidas no Brasil em perspectiva histórica;
- Relacionar e problematizar temas de pesquisa, metodologia e fundamentação teórica;
- Avaliar a pertinência da aplicação de diferentes metodologias a um dado problema de pesquisa;
- Selecionar bibliografia consistente para o desenvolvimento de um projeto de monografia;
- Elaborar cronograma compatível com as condições de desenvolvimento da pesquisa.

**Conteúdo programático:**

- Panorama da pesquisa em comunicação no Brasil;
- Pesquisa em comunicação: campo, crítica, temáticas, problematizações;
- Projeto de pesquisa.

**Bibliografia básica essencial:**

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

ECO, Umberto. Como se faz uma tese. São Paulo: Perspectiva, 1998.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2002.

**Bibliografia básica:**

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (org.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.

FAUSTO NETO, Antonio et al. (org.). Campo da comunicação: caracterização, problematizações e perspectivas. João Pessoa: UFPB, 2001.

JAPIASSÚ, Hilton. Introdução ao pensamento epistemológico. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. Pesquisa em comunicação. São Paulo: Loyola, 2005.

POPPER, Karl Raimund; HEGENBERG, Leonidas; MOTA, Octanny Silveira da. A lógica da pesquisa científica. São Paulo: Cultrix, 2007. ISBN 9788531602368.

SANTAELLA, Lucia. Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker, 2001.

WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio (org.). Tensões e objetos da pesquisa em comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2002.

**Bibliografia complementar:**

ALBUQUERQUE, Leila Marrach Basto de. Sujeito e realidade na ciência moderna. São Paulo: Annablume, 2003.

ALMEIDA, Maria da Conceição de; KNOBB, Margarida; e ALMEIDA, Ângela Maria (orgs.). Polifônicas idéias: Por uma ciência aberta. Porto Alegre: Sulina, 2003.

BACHELARD, Gaston. Ensaio sobre o conhecimento aproximado. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.

BACHELARD, Gaston. Epistemologia. Lisboa: Edições 70, 2001.

BACHELARD, Gaston. O novo espírito científico. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2000.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2004.

BARROS, Aidil de Jesus Paes de. Projeto de pesquisa: propostas metodológicas. Petrópolis: Vozes, 1990.

BEAUD, Stéphane; WEBER, Florence. Guia para a pesquisa de campo: produzir e analisar dados etnográficos. Petrópolis: Vozes, 2007.

BECKER, Howard S.. Métodos de pesquisa em ciências sociais. São Paulo: Hucitec, 1997.

BENETTI, Marcia e LAGO, Claudia. Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2000.

BOOTH, Wayne C.; COLOMB, Gregory G.; WILLIAMS, Joseph M.. A arte da pesquisa. São Paulo: Martins Fontes, 2005. ISBN 8533621574.

BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. Ofício de sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia. Petrópolis: Vozes, 2007. ISBN 9788532617750.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues (org.). Pesquisa participante. São Paulo: Brasiliense, 1986.

CHALMERS, Alan. A fabricação da ciência. São Paulo: Unesp, 1994.

CHALMERS, Alan. O que é ciência, afinal?. São Paulo: Brasiliense, 1993.

CHIZZOTTI, Antonio. Pesquisa em ciências humanas e sociais. São Paulo: Cortez, 2003. ISBN 8524904445 (BROCHURA).

COSSETA, Frederico. Elementos para a leitura de textos filosóficos. São Paulo: M. Fontes, 1994. ISBN 9788533613874.

DEMO, Pedro. Metodologia científica em ciências sociais. São Paulo: Atlas, 1989.

DIEHL, Astor Antônio. Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2004.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 1999.

GOLDENBERG, Mirian. A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais. Rio de Janeiro: Record, 1998.

KÖCHE, José Carlos. Pesquisa científica: critérios epistemológicos. Petrópolis: Vozes, 2005.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. A construção do saber. Porto Alegre: Artmed, 1999.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo (org.). Epistemologia da Comunicação. São Paulo: Loyola, 2003.

MAINGUENEAU, D.. Análise de textos de comunicação. São Paulo: Cortez, 2001.

MALDONADO, Alberto Efendy (org.). Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2003.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOSA, Eva Maria. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 1982.

MARQUES DE MELO, José (org.). Pesquisa em comunicação no Brasil: Tendências e perspectivas. São Paulo: Cortez/Intercom, 1983.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria da Comunicação - Idéias, conceitos e métodos. Petrópolis: Vozes, 2009.

MORIN, E.. Introdução ao pensamento complexo. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

ORLANDI, Eni. Análise de discurso: princípios e fundamentos. Campinas: Pontes, 2001.

POUPART, Jean; DESLAURIERS, Jean-Pierre; GROULX, Lionel; LAPERRIÈRE, Anne; MAYER, Robert; PIRES, Álvaro. A pesquisa qualitativa ? Enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2008.

SALOMON, Dêlcio Vieira. Como fazer uma monografia. São Paulo: Martins Fontes, 2004. ISBN 8533619588.

SOUSA, Jorge Pedro. Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2006.

YIN, Robert K.. Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Assessoria de Comunicação

Código: BIB02083

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Etapa: 06

Pré-requisitos: Inovação e empreendedorismo em comunicação

**Súmula:**

Conceitos e modelos de assessoria de comunicação. Estruturas e práticas integradas de assessoria de comunicação. Assessoria e relacionamento com a imprensa. Media training. Relacionamento com a mídia.

**Objetivos:**

- Propiciar aos alunos conhecimento sobre as práticas de assessoria de comunicação organizacional em organizações públicas e privadas;
- Contribuir para o desenvolvimento das aptidões necessárias para o assessoramento de diferentes tipos de organizações;
- Conhecer as particularidades das organizações públicas e privadas;
- Disseminar conhecimentos e proporcionar a experiência em assessoria de comunicação organizacional;
- Desenvolver uma visão sistêmica e integrada de processos comunicativos nos diferentes tipos de organizações;
- Exercitar a prática de proposta de assessoramento em Comunicação Organizacional.

**Conteúdo programático:**

- Consultoria versus assessoria.
- Apresentação dos conceitos de consultoria e assessoria e dos níveis de assessoria.
- Características da assessoria em organizações públicas e privadas.
- Reputação e imagem favorável.
- Assessoria e relacionamento com a imprensa.
- Media training.
- Relacionamento com a mídia.

**Bibliografia básica essencial:**

LUCAS, LUCIANE **Media training: como agregar valor ao negócio melhorando a relação com a imprensa.** São Paulo : Summus, 2007. 190 p. : il.

SILVA NETO, Belmiro Ribeiro (coord.). **Comunicação corporativa e reputação: construção e defesa da imagem favorável.** São Paulo: Saraiva, 2010. 198 pp. (ISBN 978-85-02-088389-9)

VERGILI, Rafael - **Relações Públicas, mercado e redes sociais.** São Paulo: Summus:2014 (ISBN: 978-85-323-0947-1)

**Bibliografia básica:**



ALMANSA, Ana. **Assessorias de Comunicação**. Traduzido por Athaydes, Andréia. São Caetano do Sul: Editora Difusão Editora, 2010. 200 p. (ISBN: 978-85-7808-073-0)

DUARTE, Soraia. **INFORMAÇÃO S.A. - o valor da comunicação para companhias abertas e para os investidores**. São Paulo: Editora Saraiva: Letras e Lucros, 2008. 148 p. (ISBN: 9788502075658)

FARIAS, Luiz Alberto de. **Relações Públicas estratégicas: Técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus, 2011. 316p. (ISBN 978-85-323-0712-5)

KUNSCH, Margarida Krohling (Org.) - **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas** - Editora Difusão Editorial (ISBN: 978-85-7808-051-8)

LARA, Maurício. **As sete portas da comunicação pública - como enfrentar os desafios de uma assessoria**. Belo Horizonte: Editora Gutemberg, 2003. 142 p. (ISBN: 85-89239-02-0)

OROSA, Berta García - **Gabinetes de comunicación on line - claves para generar información corporativa en la red** - Editora Comunicación Social Ediciones e Publicaciones (ISBN: 9788496082786)

PASSADORI, Reinaldo; ASSAD, Nancy. **Media training: como construir uma comunicação eficaz com a imprensa e a sociedade** Editora Gente Liv e Edit Ltd 2009 (8573126736)

TÚÑEZ, Miguel - **La gestión de la comunicación en las organizaciones** - Editora Comunicación Social Ediciones y Publicaciones (ISBN: 9788492860937)

**Bibliografia complementar:**

ANDERSON, Chris. A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ARMANI, Domingos. Como elaborar projetos? Guia pratico para elaboração e gestão de projetos sociais. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2003. ISBN 8586225177.

DORNELLES, Souvenir M. G. (org.). Relações Públicas: Planejamento e Comunicação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2012. ISBN 978-85-397-0163-6.

FONSECA, Ana Maria Eiroa. Planejamento em Relações Públicas I. Porto Alegre: UFRGS, 2002.

FORTES, Waldyr Gutierrez.. Relações Públicas: processos, funções, tecnologia e estratégias.. São Paulo: Summus, 2003. ISBN 85-7216-133-3.

KUNSCH, Margarida Krohling (Org.). Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas. São Caetano do sul: Difusão Editorial, 2009. ISBN 978-85-7808-051-8.

KUNSCH, Margarida M. Krohling (org). Relações Públicas e Comunicação Organizacional: Campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009. ISBN 978-85-7808-057-0.

MORAIS, Felipe. Planejamento estratégico digital: a Importância de planejar a comunicação da marca no ambiente digital. Rio de Janeiro: Brasport, 2009. ISBN 978-85-7452-411-5.

MORGAN, Garreth. Imagens da organização.. São Paulo: Atlas, 1996. ISBN 9788522413416.

Revista Organicon. Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas- Ano 6 - Edição Especial -. São Paulo, 2009. Disponível em:  
<http://www.revistaorganicomorgbr/sistema/index.php/organicom/issue/view/12>

SAAD, Beth. Estratégias 2.0 para mídia digital - internet, informação e comunicação. São Paulo: Senac, 2012. ISBN 978-85-396-0247-6.





**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Projetos culturais

Código:                                      Créditos: 02                                      Carga Horária: 30h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 06

Pré-requisito: Planejamento estratégico em relações públicas

**Súmula:**

Identidades culturais, gestão cultural e comunicação. Políticas públicas voltadas à cultura. O profissional de relações públicas como gestor de projetos culturais. A cultura como investimento institucional, social e mercadológico e o consumo cultural. Análise e elaboração de projetos culturais.

**Objetivos:**

Compreender as noções de cultura e consumo cultural, o planejamento e a gestão da produção cultural.

**Conteúdo programático:**

- Conceitos de cultura, identidade, mercado da cultura, consumo cultural.
- Gestão cultural, marketing cultural, política cultural e relações públicas.
- Análise de espaços midiáticos da cultura nos diferentes setores; leis de incentivo à cultura.
- Elaboração e avaliação de projetos culturais.

**Bibliografia Essencial**

BRANT, Leonardo. **Mercado Cultural**: Investimento social, formatação e vendas de projetos, gestão e patrocínio, político, cultural. São Paulo, Escritura Editora, 2001.  
CESNIK, Fábio de Sá. **Guia de Incentivo à cultura**. 2.ed. Barueri, São Paulo, Manole, 2007.  
MACHADO NETO, Manoel Marcondes. **Marketing cultural**: das práticas à teoria. Rio de Janeiro. Ed. Ciência Moderna, 2005.

**Bibliografia básica**

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRL, 1995.  
HALL, S. **A centralidade da cultura**: notas sobre as revoluções do nosso tempo. Revista Educação e Sociedade. Julho/Dez, 1997.  
NUSSBAUMER, Gisele. **O mercado da cultura em tempos (pós) modernos**. Santa Maria: UFSM, 2000.

**Bibliografia complementar:**

ORGANICOM. **Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. Publicação do Curso de Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, em conjunto

com a Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas. – Ano 7, n. 13 (2º semestre de 2010). – São Paulo: Gestcorp/ECA-USP, Abrapcorp, 2010, 184 p).

RUBIM, Linda (org.) **Organização e produção da cultura**. Salvador: EDUFBA; FACOM/CULT, 2005.

CARDOSO, E. e CUTY, J. **Acessibilidade em ambientes culturais**: relatos de experiências. Porto Alegre: Marcavisual, 2014.

# **PLANOS DE ENSINO**

## **ETAPA 7**



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<p><b>Dados de Identificação</b></p> <p>Disciplina: Estudos críticos da comunicação</p> <p>Código: BIB02027                      Créditos: 02                      Carga Horária: 30h</p> <p>Natureza: Obrigatória</p> <p>Semestre:</p> <p>Pré-requisitos: créditos obrigatórios 90</p>
<p><b>Súmula:</b></p> <p>A comunicação como motivo de preocupação histórica e reflexão crítica por parte do pensamento contemporâneo. A história e as bases da razão crítica: elementos de identificação. As correntes de estudo crítico dos fenômenos de mídia, com suas ênfases e estudos de caso. As perspectivas da crítica da mídia no mundo atual.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconhecer as principais reflexões críticas elaboradas pelo pensamento contemporâneo sobre as mídias;</li> <li>• Discernir diferentes escolas críticas e identificar seus principais argumentos;</li> <li>• Realizar estudos de caso.</li> </ul>
<p><b>Conteúdo programático:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Os desafios da crítica;</li> <li>• Psicologia das multidões;</li> <li>• Cultura de massa;</li> <li>• Consumo;</li> <li>• Mundialização da cultura.</li> </ul>
<p><b>Bibliografia básica essencial:</b></p> <p>BARTHES, Roland. Crítica e Verdade. São Paulo: Perspectiva, 2003. ISBN 972441339x.</p> <p>Hall, Stuart.. Da diáspora. Belo Horizonte: UFMG, 2003. ISBN 9788570413567.</p> <p>Lima, Luiz Costa. Teoria da cultura de massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002. ISBN 8521903502.</p>
<p><b>Bibliografia básica:</b></p> <p>Bauman, Zygmunt.. Vida para consumo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. ISBN 9788537800669.</p> <p>Eco, Umberto. Apocalípticos e integrados. São Paulo: Perspectiva, 2008. ISBN 9788527301572.</p> <p>LE BON, Gustave. Psicologia das multidões. São Paulo: Martins Fontes, 2008. ISBN 8578270223.</p> <p>LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A cultura-mundo ? Resposta a uma sociedade desorientada. São Paulo: Companhia das Letras, 2011. ISBN 9788535917970.</p> <p>Morin, Edgar. Cultura de massas no século XX - Volume I: Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011. ISBN 9788521804802.</p> <p>Ortiz, Renato.. A mundialização da cultura. São Paulo: Brasiliense, 2000. ISBN 8511080783.</p>

WOLTON, Dominique. Informar não é comunicar. Porto Alegre: Sulina, 2010. ISBN 978-85-205-0558-8.

**Bibliografia complementar:**

Adorno, Theodor Wiesengrund. Teoría estética. Madrid: Taurus Humanidades, 1992. ISBN 8430611509.

Adorno, Theodor Wiesengrund; Horkheimer, Max. Dialética do esclarecimento :fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1996. ISBN 8585061162.

Baudrillard, Jean. Tela total :mito-ironias da era do virtual e da imagem. Porto Alegre: Sulina, 2005. ISBN 8520501397.

Bauman, Zygmunt; Gama, Cláudia Martinelli; Gama, Mauro. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1998. ISBN 8571104646; 9788571104648.

Benjamin, Walter. Passagens. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006. ISBN 9788570414779.

Bourdieu, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009. ISBN 8528699633.

Braga, Jose Luiz. A sociedade enfrenta sua mídia :dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006. ISBN 8534924961.

Deleuze, Gilles; Parnet, Claire. Diálogos. Lisboa: Relógio D'Água, 2004. ISBN 9727087728.

Flusser, Vilém. Língua e realidade. São Paulo: Herder, 1963.

Gomes, Mayra Rodrigues. Repetição e diferença nas reflexões sobre comunicação. São Paulo: Annablume, 2001. ISBN 8574191736.

Guattari, Felix; Rolnik, Suely Belinha. Micropolítica :cartografias do desejo. Petrópolis: Vozes, 2007. ISBN 9788532610393.

Hardt, Michael; Negri, Antonio. Império. Rio de Janeiro: Record, 2006. ISBN 8501059552.

Jeudy, Henri-Pierre. A ironia da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2001. ISBN 9788520502839.

Marcondes Filho, Ciro. O escavador de silêncios: formas de construir e desconstruir sentidos na comunicação. São Paulo: Paulus, 2004. ISBN 9788534922111.

Negri, Antonio; Hardt, Michael. Multidão ? Guerra e democracia na era do Império. Rio de Janeiro: Record, 2012. ISBN 8501070017.

Zielinski, Siegfried. Arqueologia da mídia :em busca do tempo remoto das técnicas do ver e do ouvir. São Paulo: Annablume, 2006. ISBN 9788574196343.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Análise e Avaliação de Resultados em Comunicação

Código: BIB02086

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 07

Pré-requisito: BIB02080 Identidade e imagem institucional

**Súmula:**

Modelos de avaliação em comunicação e ações de Relações Públicas. Pesquisa, controle, análise e avaliação em comunicação. Métodos e técnicas quantitativas e qualitativas na mensuração de resultados de planos, projetos e programas de Relações Públicas.

**Objetivos:**

- Conhecer, discutir e aplicar modelos de avaliação em comunicação e relações públicas, empregando técnicas de pesquisa quanti e qualitativas.
- Mensurar e analisar resultados de ações, de campanhas e de estratégias de relacionamento.

**Conteúdo programático:**

- Acompanhamento, mensuração, controle e avaliação em comunicação e relações públicas.
- Modelos de avaliação em comunicação e relações públicas.
- Planejamento de estratégias de avaliação.
- Aplicação de métodos e técnicas de avaliação em comunicação e relações públicas.
- Elaboração de Relatórios de Avaliação.

**Bibliografia básica essencial:**

GALERANI, Gilceana S. Moreira. **Avaliação em comunicação organizacional**. Brasília: Embrapa, 2006.

GRUNIG, J.E.; FERRARI, M.A.; FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Retorno de Investimentos em comunicação: avaliação e mensuração**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2010.

**Bibliografia básica:**

ALMEIDA, Ana Luisa C. Reputação Organizacional: a importância de parâmetros para o seu gerenciamento. In: **Revista Organicom**, n. 2, Ano 2005, p. 117-133

HON, L. C.; GRUNIG, J. **Guidelines for Measuring Relationships in Public Relations**. Institute for Public Relations, november, 1999.

**Bibliografia complementar:**

KUNCH, Margarida Maria K.. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus, 2003.

YANAZE, M. H.; CREPALDI, U.. A comunicação e a tangibilidade de sua avaliação.. São Paulo: GESTCORP/USP, 2005. Disponível em:

<http://revistaorganicomorgbr/sistema/index.php/organicom/article/view/25>

ZANINI, Marco Tulio.. Sua empresa já fez diagnóstico de intangíveis?. São Paulo: Revista HSM Management, 2011.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Seminário Avançado em Comunicação

Código: BIB02087

Créditos: 04

Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 07

Pré-requisitos: créditos obrigatórios 80

**Súmula:**

Abordagem dos cenários contemporâneos nos estudos desenvolvidos pelo Campo das Ciências da Comunicação, das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional. Referenciais teórico-metodológicos aplicados na produção acadêmico-científica da área. Temas emergentes nas pesquisas envolvendo a comunicação midiática e as organizações.

**Objetivos:**

- Analisar estudos produzidos por pesquisadores do Campo das Ciências da Comunicação
- Aprofundar conhecimentos na área de relações públicas e comunicação.
- Realizar a apropriação de temáticas de interesse dos acadêmicos e/ou que estejam no centro dos debates na área (tendências).
- Pesquisar e realizar a crítica ao conhecimento construído na área e afins.
- Estimular a postura crítica e a competência para a defesa de ideias.

**Conteúdo programático:**

- A pesquisa social e a pesquisa em comunicação.
- Cenários contemporâneos e as pesquisas científicas sobre objetos, produtos e fenômenos comunicacionais.
- Estudos sobre mídia, comunicação, comunicação organizacional e relações públicas.

**Bibliografia básica essencial:**

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social:** teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2013

PRIEST, Susanna Hornig. **Pesquisa de mídia:** introdução. Porto Alegre: Penso, 2011.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2005.

**Bibliografia básica:**

BARICHELLO, Eugênia M. da R.; RUBLESCKI, Anelise (orgs.). **Pesquisa em comunicação:** olhares e abordagens. Santa Maria: Facos – UFSM, 2014.



GINZBURG, Carlo. **O queijo e os vermes**: O cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela Inquisição. São Paulo: Companhia das letras, 2006.

MOURA, Cláudia P. de; FOSSATI, Nelson C. **Práticas acadêmicas em relações públicas**: processos, pesquisas, aplicações. Porto Alegre: Sulina, 2011.

**Bibliografia complementar:**

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

LOPES, Maria Immacolata V. de. Pesquisa de comunicação: questões epistemológicas, teóricas e metodológicas. In: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Vol XXVII. São Paulo: ECA/USP, Jan-Jul, 2004.

RICHARDSON, Roberto J. e colaboradores. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio. **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

**Dados de Identificação**

Disciplina: Assessoria em comunicação pública e política

Código: Créditos: 04 Carga Horária: 60h

Natureza: Obrigatória

Semestre: 07

Pré-requisitos: BIB02025 Comunicação e política e BIB02080 Identidade e imagem institucional

**Súmula:**

Assessoria de comunicação e relacionamento na área política e governamental. A comunicação pública e política nas relações entre estado, sociedade e mídia. Processos e sistemas de comunicação para órgãos públicos, partidos e políticos.

**Objetivos:**

- Abordar e desenvolver conteúdos que propiciem aos alunos acesso a informações, bibliografia e situações relacionadas ao campo da comunicação pública.
- Apresentar subsídios para a elaboração de análises e projetos de assessoria em comunicação estratégica para organizações públicas.
- Propiciar instrumentos de análise da comunicação no âmbito da política, do Estado, dos governos e organizações públicas.

**Conteúdo programático:**

- Comunicação pública.
- Opinião e imagem pública.
- A comunicação das organizações políticas e governamentais.
- Sistemas de radiodifusão pública.
- Assessoria de comunicação para a política.
- Estratégias de comunicação política.
- Planejamento estratégico: objetivos políticos e comunicacionais. A equação estratégica: objetivos + públicos + ações (OPA).

**Bibliografia essencial:**

DUARTE, J. **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007

ESTEVES, J.P. Comunicação Pública. In: **Sociologia da Comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011

KUNSCH, Margarida (org). **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do sul (SP): Difusão, 2011

REVISTA ORGANICOM. **Comunicação Pública e Governamental**. São Paulo:

ABRACORP/USP, Ano 3, No.4, 2006 – [www.revistaorganicom.org.br](http://www.revistaorganicom.org.br)

WEBER, M.H. Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: KUNSCH, Margarida. (Org.). **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. 1ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2011, p. 101-120.

**Bibliografia básica:**

BRANDÃO, Elizabeth. **Significados e história da Comunicação Pública**

(<http://www.mundorp.com.br/bethbrandao.htm>)

CESAR, Camila Moreira. **Jornalismo, Assessoria de Imprensa e o Governo Brasileiro: estudo sobre a obra "No Planalto com a Imprensa"**. Porto Alegre: UFRGS/FABICO, 2012 (TCC).

CHILDS, Horwood L. **Relação Públicas, propaganda e opinião Pública**. Rio de Janeiro: FGV, 1964.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia - Teoria e Técnica**, São Paulo: Atlas, 2002.

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**. Disponível em: <http://www.iforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>

ESTEVES, J.P. **Espaço Público e Democracia** – comunicação, processo de sentido e identidade social. São Leopoldo (RS): Unisinos, 2003.

FRANÇA, FÁBIO. **Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica**. S. Caetano do Sul (SP): Yendis,

GANDOLFO, Jorge. **La Publicidad de Bien Público**. Buenos Aires: Temas/ Consejo Publicitario Argentino, 2011.

KOTLER, Philip. **Marketing para organizações que não visam lucro**. São Paulo: Atlas, 1994.

LASSANCE, Antonio. Comunicação Institucional do poder público. In: CASTRO, D.; MARQUES DE MELO, J.; CASTRO, C. (org). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. São Paulo: IPEA/SOCICOM, 2011.

LOCATELLI, Carlos. **Comunicação e Barragens** – o poder da comunicação das organizações e da mídia na implantação de hidrelétricas. Porto Alegre: Ed. Insular/ UFSC, 2014. (cap.3 p.163 a 262)

MANCINI, Paolo. **Manuale do comunicazione pubblica**. Bari (IT): Editori laterza, 2008.

MATOS, Heloíza. **A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais**. Disponível em:

<http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/713eced27fe3005cec245574bda7045d.pdf>,

MATOS, Heloíza. **Capital Social e Comunicação**. Interfaces e articulações. São Paulo: Summus, 2009

MATOS, Heloíza. **Comunicação Pública, democracia e cidadania: o caso do Legislativo**. Algumas abordagens em comunicação pública. Brasília: Casa das Musas, 2003.

MELLO, Ricardo. **Comunicação de Interesse Público: a escuta popular na comunicação pública: construindo uma nova política**. Recife: Fundaj / Massangana, 2004.

OLIVEIRA, Maria J.C. (org) **Comunicação Pública**. Campinas: Alinea, 2004

SANT'ANNA, F. **Mídia das Fontes** – um novo ator no cenário jornalístico brasileiro. Brasília (DF): Senado Federal, 2009

SINGER, André et al (org.). **No Planalto com a Imprensa** – entrevistas de secretários de imprensa e porta-vozes de JK a Lula. Recife: Ed. Massangana –Fundação Joaquim Nabuco/ SECOM, 2010

THOMPSON, J. B. **O Escândalo Político: Poder e Visibilidade na Era da Mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

WEBER, M. H. Imagem Pública. In: RUBIM, A. A. C. **Comunicação e Política** – conceitos e abordagens. Salvador:EDUFBA/UNESP (p.259-307).

WEBER, M.H.; COELHO, M. Entre Jornalismo e Poderes. In: **Jornalismo Contemporâneo** – figurações, impasses e perspectivas.

WEBER, Maria Helena . Na comunicação pública, a captura do voto. **Logos - Comunicação e Universidade**, v. 01, p. 21-42, 2007.

WEBER, Maria Helena . O estatuto da Imagem Pública na disputa política. **Eco (UFRJ)**, v. 12, p. 79-94, 2009.

WEBER, Maria Helena . Visibilidade e credibilidade: tensões da comunicação política. In: Rousiley Maia; Maria Céres Castro. (Org.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. 1a. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, v. 1, p. 117-136.

WEBER, Maria Helena ; BALDISSERA, Rudimar . O desmanche do público e do privado na midiatização da crise aérea brasileira (2006/2007). In **Texto** (UFRGS. Online), v. 2, p. 01-25, 2008.

ZÉMOR, Pierre. A Comunicação pública. In: MARTINS, Luiz (Org.). **Algumas abordagens em comunicação pública**. Brasília: Casa das Musas, 2003, p. 76-103.

SILVA, Sivaldo P. Graus de participação democrática no uso da internet pelos governos das capitais brasileiras. In: **Revista de Opinião Pública**. Campinas (SP). UNICAMP/ CESOP , v. 2, n.11, p. 450-468, 2005

**Bibliografia complementar:**

ALMEIDA, Jorge. **Marketing Político**: hegemonia e contra-hegemonia. São Paulo: Perseu Abramo, 2002.

CAPARELLI, S. **Ditaduras e indústrias culturais**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 1989.

CAPPARELLI, Sérgio. Das políticas de Comunicação à comunicação política (e vice versa). In: **Pretextos Compós** – Revista Eletrônica da COMPÓS. Salvador: Facom/UFBA, 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/pretextos/capparelli4.html>

CHARAUDEAU, P. **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2006.

DOMENACH, J.M. **A propaganda política**. ebook disponível em: <http://www.ebooksbrasil.com/>

EDELMAN, Murray. **La construccion del espectaculo politico**. Argentina: Manantial, 1991.

EISENBERG, J.; CEPIK, M.(org). **Internet e política**: teoria e prática da democracia eletrônica. Belo Horizonte: UFMG, 2002.

GOMES, W. S.; MAIA, R.C.M. **Comunicação e Democracia**: Problemas e Perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008

GOMES, Wilson. **As transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

HAUSSEN, D. F. **Rádio e Política**. Tempos de Vargas e Peron. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Editora Tchê!, 2003.

KUCINSKI, Bernardo. **As cartas ácidas da campanha de Lula de 1998**. Cotia (SP). Ateliê , 2000.

MAFRA, Renan. **Entre o espetáculo, a festa e a argumentação**: mídia, comunicação estratégica e mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MAIA, R.; GOMES, W. MARQUES, P. (Org.). **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011,

MARQUES, Angela; MATOS, Heloiza. **Comunicação e Política** – capital social, reconhecimento e deliberação pública.

RAMOS, M.C.; SANTOS, S. (Orgs.). **Políticas de Comunicação**: Buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007.

SARAVIA, E.; MARTINS, P.; PIERANTI, O. **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2008.

ALBUQUERQUE, A. **Um outro quarto poder**: imprensa e compromisso político no Brasil. Contracampo, Niterói, n. 4, 2000, p. 23-57.

ANÁLISI – **Quaderns de Comunicació i Cultura**. Opinió pública y democracia. Ba: UAB, n.26, 2001

BALDISSERA, Rudimar . Balanços Sociais: entre a promoção de marketing e a responsabilidade social. Caxias do Sul (RS): **Conexão**, v. 08, 2008 (p. 73-84).

BENETTI,M.;MOREIRA,F.B .Jornalismo e informação de interesse público. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 27, 2005, p. 117-124.

CANELLAS, Guilherme (org). **Políticas públicas sociais e os desafios para o jornalismo**. São Paulo:Cortez,2008.

CANETTI, Elias. **Massa e poder**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

CARVALHO, Rejane V.A. **Transição Democrática Brasileira e Padrão Midiático Publicitário da Política**. Campinas (SP). Pontes/ UFCE, 1999.

CONTI, Mário Sérgio. **Notícias do Planalto** – a imprensa e Fernando Collor. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

DEBORD. Guy. **A Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997

DEBRAY, Régis. **O Estado sedutor** – as revoluções midiológicas do poder. Petrópolis: Vozes, 1994.

DIMENSTEIN, Gilberto. **As armadilhas do poder**: bastidores da imprensa. São Paulo: Summus, 1990.

FORTES, Waldyr. **Pesquisa Institucional: Diagnóstico Organizacional para Relações Públicas**. São Paulo: Loyola, 1990.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. et alii. **A imprensa faz e desfaz um presidente** – o papel da imprensa na ascensão e queda do “fenômeno” Collor. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.

LOCATELLI, C. ; WEBER, Maria Helena . A comunicação estratégica entre a cidadania e a construção de barragens no Brasil. In: MORIGI,V;GIRARDI,I;ALMEIDA,C.. (Org.). **Comunicação, Informação e Cidadania** - refletindo práticas e contextos. 01 ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011, v. 01, p. 133-160.

MAIA, R.; CASTRO, M. C. S. **Mídia, Esfera Pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: UFMG, 2006

MAQUIAVEL, Nicolau. **O Príncipe**: Escritos Políticos. São Paulo: Abril Cultural, 1979.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e comunicação organizacional** – um olhar estratégico sobre a organização. Belo Horizonte: Difusão, 2006.

MARTIN-BARBERO, J. **De los Medios a las Mediaciones** (Comunicación, Cultura y Hegemonia). Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

MIGUEL, L.F.; BIROLI, F.(org.) **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Hucitec, 2010.

PANKE, Luciana. **Lula, do sindicalismo à reeleição** – um caso de comunicação, política e discurso. São Paulo: Horizonte, 2010

PINHO, J.B. **Propaganda Institucional: Usos e Funções da Propaganda em Relações Públicas**. São Paulo: Summus,

REES, Laurence. **Vende-se Política**. Rio de Janeiro: Revan, 1995.

# **PLANOS DE ENSINO**

## **ETAPA 8**



**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**  
Curso de Relações Públicas

<b>Dados de Identificação</b> Disciplina: Trabalho de Conclusão de Curso Código:                                      Créditos: 10                                      Carga Horária: 150h Natureza: Obrigatória Semestre: 08 Pré-requisitos: BIB02026 Metodologias de pesquisa em comunicação
<b>Súmula:</b> Trabalho monográfico individual versando sobre tema específico de Relações Públicas ou estudos do Campo das Ciências da Comunicação, acompanhado de fundamentação e reflexão teórica, e intervenção documentada, orientado por docente do curso e avaliado por banca.
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Proporcionar ao aluno uma atividade de iniciação à pesquisa científica no âmbito das Relações Públicas.</li><li>• Estimular que o aluno demonstre a sua capacidade de elaboração e produção intelectual na área de Relações Públicas.</li><li>• Oferecer as condições para que o aluno produza uma monografia relacionada ao projeto de pesquisa elaborado na disciplina de Metodologias de Pesquisa em Comunicação.</li></ul>
<b>Conteúdo programático:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Pesquisa científica nas Ciências Sociais Aplicadas.</li><li>• Pesquisa para as Ciências da Comunicação.</li><li>• Métodos e técnicas de pesquisa científica.</li><li>• Desenvolvimento da monografia.</li></ul>
<b>Bibliografia básica essencial:</b> BAUER, Martin W.; GASKELL, George (editores). <b>Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som</b> : um manual prático. São Paulo: Summus, 2002. DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). <b>Métodos e técnicas de pesquisa e comunicação</b> . São Paulo: Atlas, 2005. LOPES, Maria Immacolata de Vassalo de. <b>Pesquisa em comunicação</b> : formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 1994.
<b>Bibliografia básica:</b> BARICHELLO, Eugênia M. da R.; RUBLESKI, Anelise (orgs.). <b>Pesquisa em comunicação</b> : olhares e abordagens. Santa Maria: Facos – UFSM, 2014. DENCKER, Ada de F. M; VIÁ, Sarah C. da. <b>Pesquisa empírica em ciências humanas</b> (com ênfase em comunicação). São Paulo: Futura, 2001.
<b>Bibliografia complementar:</b> MINAYO, Maria Cecília (org.). <b>Pesquisa social</b> . Petrópolis: Vozes, 2013



## 12 ANEXOS

ANEXO I – Resolução Nº 2, de 27 de setembro de 2013 (Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Relações Públicas) e Parecer Homologado

ANEXO II – Lei Nº 1.254, de 04 de dezembro de 1950

ANEXO III – Resolução 02/84 e Resolução Nº 06/85

ANEXO IV – Decisão Nº 43/2010, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão – CEPE

ANEXO V – Resolução Nº 11/2013, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão – CEPE

ANEXO VI – Estatuto e Regimento Geral da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

ANEXO VII – Resolução Nº 04/2009 da COMGRAD/COM

ANEXO VIII – Resolução Nº 04/2010 da COMGRAD/COM

ANEXO IX – Resolução Nº 24/2006, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão – CEPE

ANEXO X – Resolução Nº 2, de 18 de junho de 2007

ANEXO XI – Resolução de Nº 32/98, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão – CEPE

ANEXO XII – Resolução Nº 01/2014, da COMGRAD/COM

ANEXO XIII – Resolução Nº 46/2009, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão – CEPE

ANEXO XIV – Decisão Nº 518/2013, do Conselho Universitário – CONSUN

ANEXO XV – Portaria Nº 144, de 24 de maio de 2012

ANEXO XVI – Resolução 11/2013 do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão – CEPE

ANEXO XVII - Nº 13/2016, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão – CEPE

ANEXO XVIII – Resolução Nº 14/2008, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão – CEPE

ANEXO XIX – Decisão Nº 268/2012, do Conselho Universitário – CONSUN

ANEXO XX – Decisão Nº 429/2012 do Conselho Universitário – CONSUN

ANEXO XXI – 406/2013 do Conselho Universitário – CONSUN



ANEXO XXII – 245/2014, do Conselho Universitário – CONSUN

ANEXO XXIII – 251/2014 do Conselho Universitário – CONSUN

ANEXO XXIV – Resolução Nº 22/2012, Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão – CEPE

ANEXO XXV – Lei Nº 10.861, de 14 de abril de 2004

ANEXO XXVI – Resolução Nº 19/2011, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão – CEPE

ANEXO XXVII – Plano de Gestão 2012-2016, da Universidade do Rio Grande do Sul – UFRGS

ANEXO XXVIII – Portaria Nº 473 de 22 de novembro de 2011

ANEXOXXIX – Aceites da oferta de disciplinas de outros Departamentos

**ANEXO I – Resolução Nº 2, de 27 de setembro de 2013 (Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Relações Públicas) e Parecer Homologado**

## **ANEXO II – Lei Nº 1.254, de 04 de dezembro de 1950**

## **ANEXO III – Resolução 02/84 e Resolução Nº 06/85**

**ANEXO IV – Decisão Nº 43/2010, do Conselho de Ensino, Pesquisa e  
Extensão – CEPE**

**ANEXO V – Resolução Nº 11/2013, do Conselho de Ensino, Pesquisa e  
Extensão – CEPE**

## **ANEXO VI – Estatuto e Regimento Geral da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS**

## **ANEXO VII – Resolução Nº 04/2009 da COMGRAD/COM**



## **ANEXO VIII – Resolução Nº 04/2010 da COMGRAD/COM**

**ANEXO IX – Resolução Nº 24/2006, do Conselho de Ensino, Pesquisa e  
Extensão – CEPE**

## **ANEXO X – Resolução Nº 2, de 18 de junho de 2007**

**ANEXO XI – Resolução de Nº 32/98, do Conselho de Ensino, Pesquisa e  
Extensão – CEPE**

## **ANEXO XII – Resolução Nº 01/2014, da COMGRAD/COM**

**ANEXO XIII – Resolução Nº 46/2009, do Conselho de Ensino, Pesquisa e  
Extensão – CEPE**

**ANEXO XIV – Decisão Nº 518/2013, do Conselho Universitário – CONSUN**

**ANEXO XV – Portaria Nº 144, de 24 de maio de 2012**



**ANEXO XVI – Resolução 11/2013 do Conselho de Ensino, Pesquisa e  
Extensão – CEPE**

**ANEXO XVII - Nº 13/2016, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão –  
CEPE**

**ANEXO XVIII – Resolução Nº 14/2008, do Conselho de Ensino, Pesquisa e  
Extensão – CEPE**

**ANEXO XIX – Decisão Nº 268/2012, do Conselho Universitário – CONSUN**

**ANEXO XX – Decisão Nº 429/2012 do Conselho Universitário – CONSUN**

## **ANEXO XXI – 406/2013 do Conselho Universitário – CONSUN**

**ANEXO XXII – 245/2014, do Conselho Universitário – CONSUN**

**ANEXO XXIII – 251/2014 do Conselho Universitário – CONSUN**



**ANEXO XXIV – Resolução Nº 22/2012, Conselho de Ensino, Pesquisa e  
Extensão – CEPE**

**ANEXO XXV – Lei Nº 10.861, de 14 de abril de 2004**

**ANEXO XXVI – Resolução Nº 19/2011, do Conselho de Ensino, Pesquisa e  
Extensão – CEPE**

**ANEXO XXVII – Plano de Gestão 2012-2016, da Universidade do Rio Grande do Sul – UFRGS**

**ANEXO XXVIII – Portaria Nº 473 de 22 de novembro de 2011**

## **ANEXOXXIX – Aceites da oferta de disciplinas de outros Departamentos**