

Ementas - 1ª série

ATIVIDADES COMPLEMENTARES I (125 h/a)

As atividades complementares, constituídas por atividades de ensino, pesquisa e extensão, têm como objetivo geral ensinar aos alunos aprofundamento temático e interdisciplinar, aprimoramento profissional e interação com a comunidade e com o mercado. Para fins de integralização da carga horária do Currículo Pleno, são atividades complementares: atividades de pesquisa e de iniciação científica; oficinas laboratoriais; atividades de ensino e aprendizagem; serviços e/ou atividades da área de comunicação prestados à comunidade e/ou empresas; seminários, cursos de extensão e de atualização; disciplinas extracurriculares; participação em eventos diversos.

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL (GESTÃO EMPRESARIAL, SOCIAL E AMBIENTAL) (68 h/a)

Introdução à administração geral. Organização formal e informal. Estrutura Organizacional. Funções administrativas. Atividades de fim, meio e assessoramento. RRPP como atividade de assessoria à política em geral da organização (social, financeira, administrativa, econômica, etc.) Organização e métodos. Relações industriais. Relações humanas no trabalho. Administração orçamentária. Orçamento. Administração mercadológica. Conceito de MKT. Estudos das grandes funções mercadológicas.

ESTÉTICA E HISTÓRIA DA ARTE (68 h/a)

Tendências da arte contemporânea. Fenômenos estéticos e cultura de massa. Interpretação sociológica da arte. Interpretações estéticas da indústria cultural. Arte como expressão social no momento histórico. Perspectiva da arte brasileira. Perspectivas da arte contemporânea mundial. Globalização e arte. Arte digital.

FOTOGRAFIA (68 h/a)

Conceitos de fotografia. A fotografia como argumentação. História da fotografia no mundo e no Brasil. Composição. Câmeras fotográficas. Objetivas. Filme fotográfico - cor e P&B. Luz. Filtros. Enquadramento. Revelação. Ampliação. Equipamentos. Novas tecnologias

LÍNGUA PORTUGUESA I (136 h/a)

Estratégias de leitura: operações metacognitivas regulares para abordar o texto. Habilidades lingüísticas características do bom leitor. Produção de textos a partir de gêneros específicos com metacognição. Confecção de textos com objetivos e público-alvo definidos. Revisão gramatical.

METODOLOGIA DA PESQUISA APLICADA À COMUNICAÇÃO (68 h/a)

Estudo do conhecimento científico e sua evolução histórica. Noções e conceito de pesquisa. Formas de transmissão do conhecimento adquirido. Natureza dos métodos científicos. Roteiro metodológico da pesquisa bibliográfica. Normas de referência. Técnicas especiais de pesquisa aplicada à comunicação social. Elaboração de projeto de iniciação científica.

PRODUÇÃO E ARTES GRÁFICAS (68 h/a)

Papel. Tipologia e sua aplicabilidade. O vocabulário da produção gráfica. Cor nas artes gráficas. Construção de marcas (branding) - estudo e análise. Sistemas de impressão. Produtos de RR.PP. - jornal empresarial, informativos, produtos gráficos. O estudo da produção gráfica com a utilização da informática como ferramenta da linguagem do desenho e da editoração.

PSICOLOGIA APLICADA À COMUNICAÇÃO (68 h/a)

Teorias psicológicas. Elementos e conceitos de Psicologia suscetíveis de aplicação no campo da Comunicação. A psicologia do senso comum e a psicologia científica. Linguagem, Pensamento, Representações Sociais, Consciência, Inconsciente, Atividade e Identidade (processo de individuação) são categorias analíticas e críticas dos processos psicossociais, construídos por construtores do sistema social vigente.

SOCIOLOGIA GERAL E DA COMUNICAÇÃO (68 h/a)

Emergência da sociologia, autores clássicos fundamentais, principais correntes teóricas. Elementos para análise científica da sociedade: estrutura social, classes sociais, instituições e mudança social. Fato social, solidariedade, ação social. As relações de trabalho: dominação e racionalidade. Cultura, ideologia e comunicação de massa na sociedade contemporânea.

TEORIA DA COMUNICAÇÃO I (68 h/a)

Comunicação e Linguagem: Conceitos, modalidades, particularidades e função. Signo e Código: conceitos, tipologias e particularidades. Comunicação: conceitos, natureza e diversidade de enfoques, comunicação: abordagem behaviorista. A indústria cultural e cultura popular.

TEORIA E TÉCNICAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS (68 h/a)

Definição operacional de Relações Públicas, abordagem das conceituações de Relações Públicas a caminho do interesse público. Acordo do México. Introdução ao universo das Relações Públicas, Funções básicas e específicas da profissão. A integração com outras áreas. Processo de Relações Públicas. Introdução à Comunicação integrada. Agrupamentos espontâneos. Rumor e fenômeno do aparecimento do boato.

Ementas - 2ª série

ATIVIDADES COMPLEMENTARES II (125 h/a)

As atividades complementares, constituídas por atividades de ensino, pesquisa e extensão, têm como objetivo geral ensinar aos alunos aprofundamento temático e interdisciplinar, aprimoramento profissional e interação com a comunidade e com o mercado. Para fins de integralização da carga horária do Currículo Pleno, são atividades complementares: atividades de pesquisa e de iniciação científica; oficinas laboratoriais; atividades de ensino e aprendizagem; serviços e/ou atividades da área de comunicação prestados à comunidade e/ou empresas; seminários, cursos de extensão e de atualização; disciplinas extracurriculares; participação em eventos diversos.

ASSESSORIA E ADMINISTRAÇÃO DE RELAÇÕES PÚBLICAS (68 h/a)

Reconhecimento dos grandes campos de organização e administração das empresas. Origens da administração científica e das empresas de comunicação. As grandes áreas das empresas de comunicação: finanças, produção, recursos humanos e marketing. Vinculações com o mercado publicitário. Novos métodos de administração: reengenharia, franchising, terceirização, quarteirização. Gestão da Qualidade Total, padrões internacionais de qualidade, certificação ISO, método Kaizen, just in time. Conceitos de empregabilidade. Trabalho e as atividades de uma assessoria de comunicação. Relações com o público interno e externo (mídia). Produtos e serviços. Contato com jornalistas. Divulgação de eventos. Empresas de assessoria e terceirização. Organização estatal e as R.P.Gs. Organização Constitucional e Administrativa do Estado.

COMUNICAÇÃO DIRIGIDA (68 h/a)

Comunicação dirigida oral, escrita, auxiliar e aproximativa. Recursos audiovisuais. Produção de audiovisual para fins institucionais. Comunicação Dirigida: definições, tipos e técnicas. Adequação dos diversos tipos de comunicação a cada um dos públicos de interesse da organização. Comunicação dirigida como fator de integração. Comunicação dirigida alternativa.

CULTURA E REALIDADE REGIONAL (68 h/a)

Teorias antropológicas: contribuições teóricas das diferentes escolas. Análise crítica das diversas abordagens da comunicação e da cultura. Estudos dos sistemas culturais como comunicação: sistemas de representações e sistemas simbólicos da realidade brasileira. Aspectos culturais regionais. Influência Cultural na realidade regional.

FILOSOFIA E PENSAMENTO CONTEMPORÂNEO (68 h/a)

Introdução geral à Filosofia. Os grandes sistemas de idéias. O pensamento filosófico contemporâneo e sua relação com o processo de comunicação. Caracterização da Modernidade e

da Pós-Modernidade. Fundamentos teórico-filosóficos referentes à ética e à história de sua constituição no mundo ocidental. Aspectos éticos da comunicação.

LÍNGUA PORTUGUESA II (68 h/a)

O parágrafo - estrutura, organização, tipologia e formas de desenvolvimento, o processo sintático da frase: caracterização, implicações didáticas e discursivas. O texto jornalístico e o texto publicitário. A coesão e a coerência textual. Linguagem figurada. Atividade de comunicação. Revisão gramatical.

LINGUAGENS MIDIÁTICAS (68 h/a)

Análise dos diversos processos sociais de comunicação, visando compreender as características específicas das diversas mídias. Estudo das linguagens específicas, produção e circulação das informações e seu relacionamento com os públicos. Estudo das políticas determinantes do processo de informação e suas diversas formas de controle.

PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA (68 h/a)

Formação Histórica da Opinião Pública. Espaço Público e Privado. Esfera Pública, Privada e Terceiro Setor. Público e Opinião pública. Opinião Pública e Imprensa. Opinião Pública e Mercado. Opinião Pública e política. Diferença entre pesquisa de opinião pública e pesquisa social. Grupos de pressão e lobby. Etapas de um projeto de pesquisa de Opinião Pública quantitativa. Técnica do questionário estruturado. Estatística aplicada às Relações Públicas: Conceitos preliminares. Ferramentas necessárias ao cálculo estatístico. Séries estatísticas e distribuição de frequências. Representação gráfica. Medidas descritivas de uma população. Distribuição normal. Teoria da amostragem. Estimativa paramétrica. Teste de hipótese e significância. Técnica de pesquisa de Opinião Pública quantitativa: observação estruturada e entrevista estruturada. Pesquisa qualitativa. Níveis de pesquisa exploratória, descritiva e explicativa. Técnicas de Pesquisa qualitativa: pesquisa bibliográfica e documental, estudo de caso, história de vida. Entrevista, observação participante, pesquisa (auditoria de opinião). Ação. Projeto de Pesquisa.

PROCESSOS CONTEMPORÂNEOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS (68 h/a)

Comunicação institucional contemporânea: novos paradigmas. Organização empresarial nos aspectos sociais e políticos. Responsabilidade social e relações com públicos críticos. Resgate histórico e funções estratégicas de relações públicas em face de contexto de mudanças. Organização virtual: impactos do tele trabalho nas organizações. A organização multicultural. Relações públicas como legitimador das ações organizacionais de interesse público. Comunicação estruturada como minimizadora de conflitos. Relações Públicas como administrador de conflitos. Elaboração de plano integrado de comunicação empresarial (PICE). Relações Públicas e as megatendências mundiais.

PRODUÇÃO IMPRESSA PARA RELAÇÕES PÚBLICAS (68 h/a)

Redação da notícia. Estilos de entrevistas. Responsabilidades junto às fontes. Informação e pesquisa documental. Concepção de veículos impressos. Noções básicas de mercado, distribuição e comercialização. Conceito de Jornalismo Impresso. Introdução à prática de produção de matérias informativas para a elaboração de um jornal mural. Preparação e revisão de originais e provas. Planejamento editorial de um jornal informativo. Discussão de pautas. Acompanhamento dos textos. Publicações de informação geral, especializada, house organs, revistas de informação geral, ilustradas, especializadas e técnicas. Produção de texto para revista, pesquisa e contextualização dos fatos. Elaboração de texto, legenda e titulação para revista. Redação opinativa. Técnicas de redação.

TEORIA DA COMUNICAÇÃO II (68 h/a)

Trajetória do pensamento científico. Contribuições interdisciplinares para a constituição de uma Teoria da Comunicação. As diversas correntes teóricas. Teorias voltadas para a análise de mensagens, inclusive semiologia. Transformações históricas no Processo da Comunicação. Novas tecnologias da Comunicação, sociedade moderna e comunicação.

Ementas - 3ª série

ATIVIDADES COMPLEMENTARES III (125 h/a)

As atividades complementares, constituídas por atividades de ensino, pesquisa e extensão, têm como objetivo geral ensinar aos alunos aprofundamento temático e interdisciplinar, aprimoramento profissional e interação com a comunidade e com o mercado. Para fins de integralização da carga horária do Currículo Pleno, são atividades complementares: atividades de pesquisa e de iniciação científica; oficinas laboratoriais; atividades de ensino e aprendizagem; serviços e/ou atividades da área de comunicação prestados à comunidade e/ou empresas; seminários, cursos de extensão e de atualização; disciplinas extracurriculares; participação em eventos diversos.

ORGANIZAÇÃO E EXECUÇÃO DE EVENTOS (68 h/a)

Organização e execução de eventos. Conceito de Cerimonial, protocolo e etiqueta. Aplicação dos conceitos na área de Relações Públicas. Constituição de mesas diretivas. Competência para presidir cerimônias. Ordem de pronunciamentos. Conceito de evento. Tipos de reuniões (congresso, seminário, simpósio, jornada, etc.). Formas de apresentação das reuniões (palestras, mesa redonda, etc.). Providências básicas para a organização de um evento. Convites e cartões de visita, apresentação e pêsames. Símbolos Nacionais e a utilização. Leis que regulamentam o uso. Precedência de bandeiras, hinos, etc. Linguagem não verbal. Utilização de cores, formas e sons. Trajes. Aparência Pessoal (maquiagem, postura, etc.). Etiqueta. Considerações Gerais. Convívio Social. Organização de Recepção em Geral. Comportamento no trabalho: relações interpessoais, uso do telefone.

MARKETING E RELAÇÕES PÚBLICAS (68 h/a)

Conceitos de administração de mercadologia. Estratégia mercadológica. Mercado de bens de consumo. Mercado produtor, revendedor e governamental. Estratégia de produtos e marcas. Organização da estrutura mercadológica. Conceito de Marketing e Mercado. Relações Públicas em apoio ao Marketing. Relações Públicas e o mercado. Marketing Político. Marketing de relacionamento. Marketing Social. Marketing Cultural. Sistema de Informação de Marketing.

PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS (68 h/a)

Planejamento em RR.PP. Planos. Tipos de Planejamento: tático, estratégico e sustentação. Etapas do planejamento tático. Métodos de Controle: CPM-PERT, GANT, roteiro e programa. Planejamento estratégico: Pesquisa institucional (Briefing e levantamento de opinião). Diagnóstico, Prognóstico e ações estratégicas. Planejamento de sustentação: implantação de serviço de RR.PP. numa organização. Projeto de planejamento.

COMUNICAÇÃO INTEGRADA (68 h/a)

Delimitação e conjugação das áreas de atuação específica dos profissionais de Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. Harmonização de objetivos para atender organizações públicas e privadas, pessoas físicas e jurídicas de caráter público e privado, entidades de classe, instituições do terceiro setor, e seus diferentes públicos. Conceitos de comunicação mercadológica, organizacional, institucional, empresarial e negocial. Processo de mediação na comunicação comunitária: projetos de comunicação integrada de cunho social. Hierarquia e organograma funcional em assessorias, atribuições e trabalho em equipe. Integração de tarefas, fluxo de atividades, normas de conduta, responsabilidade e profissionalismo. Planejamento: delimitação de atividades, divisão do trabalho, cronograma de desenvolvimento e viabilidade técnica e financeira de projetos de comunicação integrada. Execução, acompanhamento e avaliação crítica das atividades desenvolvidas.

LÍNGUA PORTUGUESA III (68 h/a)

As vozes no texto. O texto e os meios. Tipologias e modalidades textuais: características lingüísticas, estilísticas e funcionais. Correspondência oficial. Comunicação oficial. Comunicação empresarial. Relatório técnico. Tópicos normativos. Atividades de comunicação.

PROJETOS EM COMUNICAÇÃO (68 h/a)

Planejamento, execução e avaliação de pesquisas bibliográficas e de campo sobre temas de comunicação e cultura a partir do referencial teórico e metodológico Pesquisa, planejamento e execução de ações visando o aprofundamento de natureza monográfica ou profissional para elaboração do Projeto de Conclusão de Curso. Estruturação do projeto; Estratégia de ação do projeto. Preparação do material de trabalho. Identificação, Objetivos e Justificativa do projeto. Estruturação orçamentária e cronograma físico-financeiro do projeto.

LEGISLAÇÃO APLICADA À COMUNICAÇÃO (68 h/a)

Direito da Comunicação: Normas e princípios Constitucionais. Direito Penal e os Meios de Comunicação: conceitos e espécies de crimes. Lei da Informação. Dispositivos legais e órgãos institucionais (públicos e privados) de Defesa do Consumidor. As entidades de classe. Leis e normas que disciplinam a profissão e a conduta profissional.

TEORIA POLÍTICA E HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA (68 h/a)

Reflexão sobre o processo histórico e suas abordagens. O Estado moderno e a política. As ideologias dos séculos XIX e XX, Liberalismo, Capitalismo, Democracia, Socialismo, Neoliberalismo e Globalização. Formação política brasileira: as constituições e os direitos civis, o papel do Legislativo, do Executivo e do Judiciário. A dinâmica da política e as campanhas eleitorais.

PRODUÇÃO DE RÁDIO E TV PARA RELAÇÕES PÚBLICAS (68 h/a)

Linguagem específica de rádio e tv. Linguagem técnica de utilização de equipamentos específicos de rádio e tv. Redação e edição de rádio e tv. Produção de roteiros e scripts. Técnicas básicas de produção de rádio e tv. Equipamentos de artes e definição. Técnicas de gravação e mixagem. Operações em estúdio. Produção de peças para Relações Públicas (Jingle, spot, vinheta, texto institucional, vídeo institucional e trilha sonora). Competências estéticas e técnicas para avaliação de peças e contratação de serviços de fornecedores e produtores especializados.

Ementas - 4ª série

ATIVIDADES COMPLEMENTARES IV (125 h/a)

As atividades complementares, constituídas por atividades de ensino, pesquisa e extensão, têm como objetivo geral ensinar aos alunos aprofundamento temático e interdisciplinar, aprimoramento profissional e interação com a comunidade e com o mercado. Para fins de integralização da carga horária do Currículo Pleno, são atividades complementares: atividades de pesquisa e de iniciação científica; oficinas laboratoriais; atividades de ensino e aprendizagem; serviços e/ou atividades da área de comunicação prestados à comunidade e/ou empresas; seminários, cursos de extensão e de atualização; disciplinas extracurriculares; participação em eventos diversos.

GEOPOLÍTICA E FORMAÇÃO ECONÔMICA DO BRASIL (68h/a)

Estudo da causalidade espacial dos fenômenos políticos, considerando as realidades geográficas, as razões políticas, os interesses econômicos e militares. Formação dos blocos econômicos regionais, com ênfase no Mercosul e na posição do Brasil. Formação econômica do Brasil a partir do Estado Novo, abordando o processo de substituição de importações e a inserção do país no processo de globalização.

LÍNGUA PORTUGUESA IV (68 h/a)

Argumentação: mecanismos, estratégias, consistência e defeitos. Eficácia e falácias da comunicação. Tematização e figurativização textual: caracterização, formas de encadeamento e de combinação. Tópicos normativos. Atividades de comunicação.

PROJETOS EXPERIMENTAIS (270 h/a)

Produção de projetos de caráter profissional vinculados às habilitação, com estudo aprofundado e aplicação do conhecimento adquirido durante o curso. O Projeto Experimental pode também possuir caráter monográfico, consistindo em pesquisa científica sobre determinado tema de interesse, vinculada à área de Comunicação Social.

RELAÇÕES PÚBLICAS GOVERNAMENTAIS E INTERNACIONAIS (68 h/a)

Conceitos de Direito e Direito na sociedade. Conceitos de administração privada e administração pública. Relações Públicas no governo federal, estadual e municipal. Estrutura administrativa dos órgãos públicos. Cerimonial nos órgãos públicos. As Relações Públicas a serviço do Poder Público. Aspectos históricos. Fundamentos. Procedimentos da Administração Pública. Público Governamental. Quadro Geral da ação política. Atividades de um programa. Políticas de atividades. Estrutura e Funcionamento de um órgão de Relações Públicas no Governo Federal, Estadual, Municipal, nas Forças Armadas, na Administração Indireta. Como falar em Público. Noções básicas de lobby. Realização do Marketing Político. Relações da Empresa com o Governo. Comunicação e Relações Públicas no contexto da globalização. Fenômenos que provocam as transformações mundiais.

RELAÇÕES PÚBLICAS COMUNITÁRIAS (68 h/a)

Comunicação com a Comunidade. Desenvolvimento e operacionalização de projetos de comunicação com a comunidade. A empresa cidadã e responsabilidade social. Os meios e a questão do desenvolvimento e cidadania Indústria cultural x necessidades específicas das pequenas comunidades. A comunicação nos movimentos populares, sindicatos e ONGs. A linguagem da comunicação popular. A aplicação das relações públicas nas entidades comunitárias e populares. Técnicas de elaboração de jornais de bairro e análise de veículos da imprensa comunitária. Técnicas de elaboração de jornais murais. As rádios e TVs Comunitárias no Brasil. Veículos Comunitários. Relações Públicas com o público comunitário. Empresa e Comunidade.