

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - CAMPUS SÃO BORJA**

**PROJETO POLÍTICO PEDAGÓGICO DO CURSO DE RELAÇÕES  
PÚBLICAS - ÊNFASE EM PRODUÇÃO CULTURAL**

Ano de implementação do curso: 2010-2

São Borja-RS, maio de 2014.

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA  
UNIPAMPA CAMPUS DE SÃO BORJA**

**Reitora:** Ulrika Arns

**Vice-Reitor:** Almir Barros da Silva Santos Neto

**Pró-Reitora de Graduação:** Elena Maria Billig Mello

**Diretor do Campus São Borja:** Ronaldo Cólvero

**Coordenador Acadêmico do Campus de São Borja:** Elisângela Maia Pessôa

**Coordenador Administrativo do Campus São Borja:** Luis André Antunes  
Padilha

**Equipe de elaboração deste documento:**

- Prof<sup>a</sup>. Ma. Carmen Regina A. Gonçalves
- Prof. Dr. Cristóvão Domingos de Almeida
- Prof. Dr. Joel Felipe Guindani
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Marcela Guimarães e Silva
- Prof. Dr. Valmor Rhoden
- Prof. Me. Tiago da Costa Martins
- Tiane Alves Biterncourt - Técnica em Assuntos Educacionais
- Bruna Karina Gonçalves Pereira – Bolsista BPDA
- Bruna Camargo – representante discente

## **Comissão do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas com ênfase em Produção Cultural**

- Prof. Ma. Carmen Regina A. Gonçalves
- Prof. Dr. Cristóvão Domingos de Almeida
- Prof. Ma. Elisa Lubeck Terra (afastamento)
- Prof. Dr. Joel Felipe Guindani
- Prof. Dr<sup>a</sup>. Joseline Pippi
- Prof. Grad. Keli Krause
- Prof. Dr<sup>a</sup>. Marcela Guimarães e Silva
- prof. Me. Muriel Pinto ( em afastamento)
- Prof. Dr<sup>a</sup> Priscila Rodrigues
- Prof. Dr. Valmor Rhoden
- Prof. Dr. Wesley Grijó ( prof. substituto)
- Prof. Me. Tiago da Costa Martins
- Prof. Dr. Geder Parzianello
- Prof. Dr<sup>a</sup>. Sara Alves Feitosa
- Renata Pereira - Técnica em Assuntos Educacionais
- Bruna Camargo – Representante Discente

## Sumário

<b>1 CONTEXTUALIZAÇÃO</b> .....	6
1.1. UNIPAMPA.....	6
1.1.1. Histórico de Criação da Unipampa .....	6
1.1.2 Concepção de universidade .....	8
1.1.3 A estrutura da UNIPAMPA .....	9
1.2 Realidade Regional .....	13
1.3 JUSTIFICATIVA .....	14
1.1.4 Legislação .....	16
<b>2 ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA</b> .....	18
2.1 CONCEPÇÃO DO CURSO .....	18
2.1.1 Contextualização/ Perfil do Curso .....	18
2.1.2 Objetivos .....	19
2.1.2.2 Objetivos Específicos .....	20
2.1.3 Perfil do egresso .....	21
2.1.3.1 Perfil comum .....	21
2.1.3.2 Perfil do egresso em Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural .....	21
2.1.3.3 Competências e Habilidades do egresso em Relações Públicas – ênfase em Produção Cultural.....	22
2.2 DADOS DO CURSO.....	23
2.2.1 Administração acadêmica .....	23
2.2.2 Funcionamento .....	27
2.2.3 Formas de Ingresso .....	28
2.3 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR.....	31
2.3.2 Plano de integralização da carga horária .....	32
2.3.2 Metodologias de ensino-aprendizagem e avaliação .....	35
2.3.3 Matriz curricular.....	39
2.3.4 Ementário.....	41
2.3.5 Flexibilização curricular .....	83
2.3.5.1 Atividades complementares de graduação.....	83
2.3.5.2 Trabalhos de conclusão de curso.....	83
2.3.5.3 Estágios .....	89
2.3.5.4- A Pesquisa e Extensão .....	90
2.3.5.5 A Agência Experimental.....	91
<b>3 RECURSOS</b> .....	94
3.1 CORPO DOCENTE .....	94
3.2 CORPO DISCENTE.....	95
3.2.2 Meio ambiente e educação ambiental.....	100
3.2.3 Cultura Afro-Brasileira e Indígena .....	101
3.3 INFRAESTRUTURA .....	101
3.3.1 Laboratório de criação e produção gráfica .....	102
3.3.2 Laboratório de informática.....	102
3.3.3 Laboratório de redação .....	103
3.3.4 Estúdio de Rádio.....	103
3.3.5 Laboratório de vídeo .....	107
3.3.6 Estúdio de TV.....	108

3.3.8 Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública e Social.....	110
<b>3.3.9 Agência Experimental de Relações Públicas e Produção Cultural.....</b>	<b>110</b>
3.4 BIBLIOTECA.....	111
<b>4 AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL .....</b>	<b>118</b>
4.1 AUTOAVALIAÇÃO DO CURSO .....	119
4.2 ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS .....	120
<b>REFERÊNCIAS BÁSICAS.....</b>	<b>121</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>122</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>159</b>

## 1 CONTEXTUALIZAÇÃO

### 1.1. UNIPAMPA

#### 1.1.1. Histórico de Criação da Unipampa

A UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA é o resultado da reivindicação da comunidade regional. Esta demanda encontrou guarida na política, promovida pelo governo federal, de expansão e renovação das instituições federais de educação superior. A UNIPAMPA foi construída já marcada pela responsabilidade de contribuir com a região em que se encontra, caracterizada como um extenso território eivado por críticos problemas de desenvolvimento sócio-econômico, inclusive o de acesso à educação básica e à educação superior. A implantação da Universidade, portanto, buscou contribuir para a integração e o desenvolvimento da região de fronteira do Brasil com o Uruguai e a Argentina.

O reconhecimento das condições regionais e a necessidade de ampliar a oferta de ensino superior gratuito e de qualidade na mencionada região motivaram os dirigentes dos municípios da área de abrangência da UNIPAMPA a pleitear, junto ao Ministério da Educação, uma nova instituição federal de ensino superior para a região. O atendimento a esse pleito foi anunciado no dia vinte e sete de julho de dois mil e cinco, em ato público realizado na cidade de Bagé, com a presença do então Presidente Luís Inácio Lula da Silva.

Nesta mesma ocasião, foi anunciado o Consórcio Universitário da Metade Sul, responsável, no primeiro momento, pela implantação da nova universidade. Em 22 de novembro de 2005, o consórcio foi firmado mediante a assinatura de um Acordo de Cooperação Técnica entre o Ministério da Educação, a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e a Universidade Federal de Pelotas (UFPel), prevendo a ampliação da educação superior no Estado. Coube à UFSM implantar os *campi* localizados em São Borja, Itaqui, Alegrete, Uruguaiana e São Gabriel; à UFPel, coube a implantação dos *campi* de Jaguarão, Bagé, Dom Pedrito, Capaçava do Sul e Santana do Livramento.

As instituições tutoras foram responsáveis pela criação dos primeiros cursos da instituição, a saber: no *Campus* Alegrete, Ciência da Computação, Engenharia

Civil, Engenharia Elétrica; no *Campus* Bagé, Engenharia de Produção, Engenharia de Alimentos, Engenharia Química, Engenharia da Computação, Engenharia de Energias Renováveis e de Ambiente, Licenciatura em Física, Licenciatura em Química, Licenciatura em Letras (Português e Espanhol), Licenciatura em Letras (Português e Inglês), Licenciatura em Matemática; no *Campus* Caçapava do Sul, Geofísica; no *Campus* Dom Pedrito, Zootecnia; no *Campus* Itaqui, Agronomia; no *Campus* Jaguarão, Licenciatura em Letras (Português e Espanhol) e Pedagogia; no *Campus* Santana do Livramento, Administração; no *Campus* São Borja, Comunicação Social Habilitação em Jornalismo, Comunicação Social Habilitação em Publicidade e Propaganda e Serviço Social; no *Campus* São Gabriel, Ciências Biológicas, Engenharia Florestal e Gestão Ambiental; e no *Campus* Uruguaiana, Enfermagem, Farmácia e Fisioterapia.

Em setembro de 2006, as atividades acadêmicas tiveram início nos *campi* vinculados à UFPel e, em outubro do mesmo ano, nos *campi* vinculados à UFSM. Para dar suporte às atividades acadêmicas, as instituições tutoras realizaram concursos públicos para docentes e servidores técnico-administrativos em educação, além de desenvolverem e iniciarem a execução dos projetos dos prédios de todos os *campi*. Ainda em 2006, entrou em pauta no Congresso Nacional o Projeto de Lei número 7.204/06, que propunha a criação da UNIPAMPA.

Em 16 de março de 2007, foi criada a Comissão de Implantação da UNIPAMPA, que teve seus esforços direcionados para constituir os primeiros passos da identidade dessa nova universidade. Para tanto, promoveram-se as seguintes atividades: planejamento da estrutura e funcionamento unificados; desenvolvimento profissional de docentes e servidores técnico-administrativos; estudos para o projeto acadêmico; fóruns curriculares por áreas de conhecimento; reuniões e audiências públicas com dirigentes municipais, estaduais e federais e com lideranças comunitárias regionais sobre o projeto de desenvolvimento institucional da futura UNIPAMPA.

Em 11 de janeiro de 2008, a Lei 11.640 criou a UNIPAMPA – Fundação Universidade Federal do Pampa, que fixa em seu artigo segundo:

A UNIPAMPA terá por objetivos ministrar ensino superior, desenvolver pesquisa nas diversas áreas do conhecimento e promover a extensão universitária, caracterizando sua inserção regional, mediante atuação *multicampi* na mesorregião Metade Sul do

Rio Grande do Sul.

A partir de então, a UNIPAMPA passa a existir de forma autônoma em relação às Instituições de Ensino Superior consorciadas para sua implantação. Em janeiro de 2008, foi dada posse ao primeiro reitorado, que, na condição *pro tempore*, teve como principal responsabilidade integrar os *campi* criados pelas instituições tutoras, constituindo e consolidando-os como a Universidade Federal do Pampa.

### 1.1.2 Concepção de universidade

A UNIPAMPA, por ser uma universidade pública, garante abertura aos mais amplos setores da vida social, assumindo pautar suas ações de forma democrática, em favor de uma sociedade justa e solidária. A Universidade coloca-se como espaço de diálogo com as diferenças, respeita as especificidades das diversas áreas do conhecimento, ao mesmo tempo em que acredita na possibilidade de inter-relações colocando o conhecimento a serviço do conjunto da sociedade.

Na concepção de universidade da UNIPAMPA, fazer educação terá sentido quando essas premissas puderem ser concretizadas nas práticas de ensino, de pesquisa, de extensão e de gestão. Nessa direção, a Universidade não pode ser um espaço meramente reprodutor do saber acumulado pela humanidade, nem tampouco o educando pode ser tomado como um receptor passivo desse saber. Dessa forma, a Universidade precisa ter presente uma concepção contemporânea sobre o conhecimento, como se dá sua construção e como se renovam as capacidades cognitivas dos sujeitos envolvidos em seus processos de ensino e aprendizagem.

A UNIPAMPA, no desafio de ser essa universidade, entende o conhecimento como um devir e não como um processo controlável, cujo escopo pareça ser o domínio de conteúdos. Concebe que o conhecimento se faz possível por meio de um complexo de relações e práticas emancipatórias de uma educação pautada na liberdade e na autonomia dos sujeitos, na construção de sua identidade e na percepção de habilidades reflexivas que sejam efetivamente transformadoras, intervenientes e fundamentadas.

Tomada como instituição social, a Universidade deve reconhecer em tudo que



realiza os seus compromissos éticos. A concepção curricular – que deve refletir escolhas e intencionalidades – traduz-se em seus projetos de ensino, suas propostas de extensão e seus temas de pesquisa, balizados por esses compromissos. Deve ser capaz de respeitar a pluralidade de seus discursos e práticas pedagógicas, a partir de amplos diálogos; adotar entendimentos comuns, como o da noção de disciplinaridade pelo paradigma da interdisciplinaridade, através do qual se reconhece que o conhecimento de um campo do saber nunca é suficiente para compreender a realidade em toda a sua complexidade.

A concepção de universidade aqui anunciada exige uma prática pedagógica que dê materialidade aos princípios balizadores do Projeto Institucional. O conhecimento passa a ser compreendido como processo e não como produto. Na sua construção, a ação pedagógica do professor passa a ser mediadora da aprendizagem, estimulando a reflexão crítica e o livre pensar como elementos constituintes da autonomia intelectual dos educandos. Assim, o discente compreendido como sujeito que vive na e pela comunidade, percebido na sua singularidade e cidadania e reconhecido em sua potencialidade transformadora.

### 1.1.3 A estrutura da UNIPAMPA

A Universidade, com organização *multicampi*, tem sede em Bagé e está consolidada em dez municípios, cujos *campi* atuam de forma descentralizada: Alegrete, Bagé, Caçapava do Sul, Dom Pedrito, Itaqui, Jaguarão, Santana do Livramento, São Borja, São Gabriel e Uruguaiana.

Até 2009, a UNIPAMPA teve como órgão máximo de deliberação um Conselho Provisório, formado pelos dirigentes da reitoria e das unidades acadêmicas. Por meio desse órgão foram tomadas as principais decisões relativas à implantação e ao desenvolvimento da Universidade. Em cada *campus* foram constituídos, como órgãos máximos de deliberação nesse nível, os Conselhos de Campus. Com a aprovação do Estatuto, e a implantação dos seguintes órgãos colegiados: Conselho Universitário, Conselho Curador, Comissões Superiores de Ensino, Pesquisa e Extensão e Conselhos de Campus.

Em 2014, a UNIPAMPA possui 10.183 alunos de graduação, 724 professores e 604 servidores técnico-administrativos. Os dez *campi* da Instituição, em 2010, ofereceram 2600 novas vagas, preenchidas segundo classificação pela nota do

ENEM. Os dez *campi* da UNIPAMPA, em 2014 ofereceram 3.120 vagas pelo Sisu, distribuídas em 64 cursos de graduação, na seguinte distribuição: Estas estão divididas, conforme listagem a seguir:

### **Cursos de Graduação<sup>1</sup>**

#### Alegrete

- Ciência da Computação
- Engenharia Agrícola
- Engenharia Civil
- Engenharia Elétrica
- Engenharia Mecânica
- Engenharia de Software
- Engenharia de Telecomunicações

#### Bagé

- Engenharia de Produção
- Engenharia de Alimentos
- Engenharia Química
- Engenharia de Computação
- Engenharia de Energias Renováveis e Ambientais
- Licenciatura em Física
- Licenciatura em Química
- Licenciatura em Matemática
- Licenciatura em Letras – Português/Espanhol
- Licenciatura em Letras – Português/inglês
- Licenciatura em Música

#### Caçapava do Sul

- Engenharia Sanitária e Ambiental
- Geofísica
- Geologia
- Licenciatura em Ciências Exatas
- Curso Superior em Tecnologia em Mineração

#### Dom Pedrito

- Licenciatura em Ciências da Natureza
- Bacharelado em Enologia
- Zootecnia
- Curso Superior de Tecnologia em Agronegócios

#### Itaqui

---

<sup>1</sup> Base destes dados: ano 2014.

- Agronomia
- Ciência e Tecnologia Alimentar
- Bacharelado Interdisciplinar em Ciências e Tecnologia
- Nutrição
- Licenciatura em Matemática
- Engenharia de Agrimensura

#### Jaguarão

- Licenciatura em Pedagogia
- Licenciatura em Letras - Português/Espanhol
- Licenciatura em História
- Curso Superior de tecnologia em Gestão de Turismo
- Produção e política cultural

#### Santana do Livramento

- Administração
- Ciências Econômicas
- Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública
- Relações Internacionais

#### São Borja

- Ciências Políticas
- Jornalismo
- Publicidade e Propaganda
- Relações Públicas com ênfase em Produção Cultural
- Serviço Social
- Licenciatura em Ciências Humanas

#### São Gabriel

- Biotecnologia
- Ciências Biológicas – Bacharelado
- Ciências Biológicas - Licenciatura
- Engenharia Florestal
- Gestão Ambiental

#### Uruguaiana

- Educação Física
- Enfermagem
- Farmácia
- Fisioterapia
- Medicina Veterinária
- Curso Superior de Tecnologia em Aquicultura
- Licenciatura em Ciências da Natureza

Além dos cursos de graduação, a Universidade tem, em andamento os seguintes cursos de Especialização.

#### Campus de Alegrete

- Especialização em Tecnologia no Ensino de Matemática
- Especialização em Tecnologia no Ensino de Matemática – ENCERRADO
- Especialização em Engenharia Econômica – NOVO
- Especialização de Práticas em Ensino de Física (prevista para 2013)

#### Campus de Bagé

- Especialização em Letras e Linguagens
- Mestrado de Ensino de Ciências

#### Campus de Dom Pedrito

- Especialização em Produção Animal

#### Campus de Jaguarão

- Especialização em Culturas, Cidades e Fronteiras

#### Campus de Itaqui

- Especialização Interdisciplinar a Distância em Ciências Agrárias e de Alimentos (EICAA) com ênfase em: Produção Integrada Agroalimentar: Interação Alimento-Ambiente-Sociedade (PIA)

#### Campus de Santana do Livramento

- Especialização em Desenvolvimento de Regiões de Fronteira

#### Campus de São Borja

- Especialização em Políticas e Intervenção em Violência Intra-familiar
- Especialização em Políticas e Intervenção em Violência Intrafamiliar – 2ª Edição
- Especialização em Imagem, História e Memória das Missões: Educação para o Patrimônio

#### Campus de São Gabriel

- Especialização em Educação: Interdisciplinaridade e Transversalidade

#### Campus de Uruguaiana

- Especialização em Gestão do Trabalho e da Educação na Saúde
- Programa de Pós-graduação em Bioquímica
- Programa de Pós-graduação em Ciência Animal
- Curso de Especialização em Ciências da Saúde
- Curso de Especialização em Educação em Ciências
- Programa de Pós-Graduação em Ciências Farmacêuticas

Na Pós-Graduação a UNIPAMPA tem 20 cursos– com 404 acadêmicos:  
Mestrado: 10 cursos – 146 acadêmicos.  
Doutorado: 01 curso – 17 acadêmicos.

## 1.2 Realidade Regional

O município de São Borja está localizado no Oeste do Rio Grande do Sul, com uma população de 61.662 habitantes, de acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, censo 2010, distribuídos em uma área de 3.616 Km<sup>2</sup> e densidade populacional de 19,22 hab/Km<sup>2</sup>. A População urbana é de 55.139 habitantes e a rural é de 6.523 habitantes.

Limita-se ao Norte com as cidades de Garruchos e Santo Antônio das Missões (Brasil), ao Sul, faz fronteira com as cidades de Maçambará e Itaqui; à Leste com as cidades de Itacurubi e Unistalda e, a Oeste, com a cidade de Santo Tomé na Argentina (divisa demarcada pelo Rio Uruguai).

É servida de acessos pelas BRs 472; 287 e 285, estando distante 595 km da capital do Estado (Porto Alegre). Os primeiros habitantes deste território foram os indígenas, que deixaram um legado na cultura e na formação étnica. São Borja foi o primeiro dos chamados Sete Povos na segunda fase das Missões Orientais do Rio Uruguai, historicamente pertence à região das Missões, porém geograficamente tem elementos que a identificam com outros municípios da Fronteira-Oeste.

Um levantamento estimativo revela a grande participação do setor primário na cadeia produtiva de São Borja. Destaca-se o beneficiamento de grãos de arroz, trigo e soja e, a produção de bovinos de corte.

Atividades turísticas que atualmente estão sendo desenvolvidas no município: turismo cultural; desportivo; náutico; pesca amadora; rural e ecoturismo. Já no Comércio e Porto Internacional, São Borja dispõe do primeiro Centro Unificado de Fronteira da América do Sul, tido como modelo para passos de fronteira no MERCOSUL e na Comunidade Andina das Nações. Dispõe, portanto, de toda a estrutura privada e governamental para agilizar todo e qualquer processo de

importação e exportação.

Em âmbito regional, essa realidade sócio-político-cultural se vê agravada por uma realidade econômica comum a toda uma região chamada de “Metade Sul do Estado”, que, em termos econômicos, acaba significando “a metade mais pobre” do Rio Grande do Sul. Nessa região, por exemplo, o desemprego atinge 13,50% da população, a renda per capita é de U\$ 4.872,78 num contexto em que 10% da população detêm 90% da renda bruta; o analfabetismo corresponde a 12.64%, e a oportunidade de trabalho se abre para apenas 30% da população, que sofre ainda com a alta taxa de mortalidade infantil, que gira em torno de 24,81 por mil nascidos (IBGE, 2010).

A criação da Universidade Federal do Pampa significa um importante complemento no espaço educacional da metade sul do Rio Grande do Sul que vem se fortalecendo como um projeto audacioso, no sentido de estimular o desenvolvimento da região, contribuindo, assim, para a capacitação profissional, produção de conhecimento e para o desenvolvimento de uma esfera pública capaz de mediar, articular, potencializar os interesses e necessidades locais e regionais.

### **1.3 JUSTIFICATIVA**

As condições regionais e a necessidade de ampliar a oferta de ensino superior gratuito e de qualidade nesta região motivaram a proposição de criação da Unipampa, abrindo um momento de retomada da discussão a respeito do futuro da região, onde as perspectivas de desenvolvimento e o papel da Universidade podem ocupar um espaço importante no cenário de debates.

De acordo com o Projeto Institucional (UNIPAMPA, 2009, p.8)

As atividades da UNIPAMPA devem estar igualmente apoiadas na perspectiva do desenvolvimento sustentável, que leva em conta a viabilidade das ações econômicas, com justiça social e prudência quanto à questão ambiental. Essa será a forma empregada para que, a partir da apreensão da realidade e das suas potencialidades, contribua-se para o enfrentamento dos desafios, com vistas à promoção do desenvolvimento regional.

Portanto, os diversos problemas: sociais, econômicos, culturais, ambientais, entre outros específicos da metade sul do estado gaúcho, justificam o planejamento, bem como a construção da matriz curricular do Curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural, que se apresenta como um espaço de discussão e de ressonância sensível às urgências da realidade regional, aliadas numa perspectiva nova de atuação profissional que assim pode auxiliar no desenvolvimento regional.

Neste contexto organizacional, um Curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural torna-se necessário de modo a estabelecer uma melhor e maior interação entre sociedade e organizações privadas e públicas, propiciando trocas de informações entre estas instituições e seus públicos (interno e externo).

A expansão da área cultural como atividade econômica organizada vem se consolidando, na atualidade, num ritmo constante, um aumento na participação em organizações privadas, públicas e do terceiro setor na criação do bem público cultural. Cada vez mais ocorrem ações e investimentos, criam-se ONGs, fundações e institutos, empreendem-se recursos humanos no setor, o que implica positivamente em um aumento da geração de emprego e renda.

A existência de um profissional da área da comunicação habilitado a promover os processos entre as organizações e os seus públicos através da cultura, com uma formação sensível à realidade da região, com suas demandas e características específicas, representa um importante diferencial para o impulso no desenvolvimento regional. Vale ressaltar também, que as competências do profissional de Relações Públicas – RP - estimulam toda uma cadeia de processos e relações intra e interinstitucionais propiciando maior interação da instituição/organização-cliente, ampliando as parcerias e projetos com a sociedade e com a esfera pública e privada por meio da cultura.

Assim, torna-se justificado o surgimento de novos Cursos que venham a dar corpo ao Campus, fortalecendo os Cursos já existentes com o acréscimo de professores e técnico administrativos que entrem na defesa da interiorização do ensino superior. Entende-se que o Curso deva contribuir para o cumprimento do compromisso público da Universidade vinculado ao interesse coletivo, em constante diálogo com a sociedade e contato com o mundo do trabalho, alavancando o desenvolvimento econômico, social e cultural da região.

#### 1.1.4 Legislação

O Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas com ênfase em Produção Cultural orienta-se pela premissa de indissociabilidade entre Ensino, Pesquisa e Extensão para a formação de seus discentes, bem como pelas legislações que regulamentam o funcionamento de cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial. No que se refere à legislação específica foram respeitadas as seguintes leis, resoluções, e pareceres:

- Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, Lei Nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional.
- Lei Nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, Dispõe sobre o estágio de estudantes; altera a redação do art. 428 da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943, e a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996; revoga as Leis nºs 6.494, de 7 de dezembro de 1977, e 8.859, de 23 de março de 1994, o parágrafo único do art. 82 da Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, e o art. 6º da Medida Provisória nº 2.164-41, de 24 de agosto de 2001; e dá outras providências.
- Parecer CNE/CES Nº 492/2001; Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia.
- Parecer CNE/CES Nº 1363/2001; Retificação do Parecer CNE/CES 492/2001, que trata da aprovação das Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia.
- Resolução nº 16 de 13/03/2002 – DOU 9/04/2002. Estabelece as Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas habilitações, integrantes dos Pareceres CNE/CES 492/2001 e 1.363/2001, deverão orientar a formulação do projeto pedagógico do referido curso.
- Resolução nº 2 de 18/06/2007 – DOU 13/06/2007. Dispõe sobre carga horária



mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial.

- Decreto Nº 63.283/1968. Profissão que o curso habilita a exercer
- Resolução Normativa nº 43 do CONFERP, de 24 de agosto de 2002 - Define as funções e atividades privativas dos Profissionais de Relações Públicas.
- Projeto Institucional da Universidade Federal do Pampa, documento criado em 2009, balizador das ações institucionais, que contempla o Projeto Pedagógico Institucional (PPI) e o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI).
- Resolução nº 20, de 26 de novembro de 2010, que dispõe sobre a realização dos Estágios destinados a estudantes regularmente matriculados na Universidade Federal do Pampa e sobre os Estágios realizados no âmbito desta Instituição.
- Resolução Normativa 29/2011, da Universidade Federal do Pampa, que aborda todas as questões relativas aos trâmites administrativos da vida do aluno dentro da Instituição, tais como formas e condições para ingresso na Instituição, matrícula, mobilidade acadêmica, mensuração do desempenho acadêmico, concessão da láurea acadêmica, diplomação e colação de grau, licenças e afastamentos.
- Plano Nacional de Cultural<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> LEI Nº 12.343, DE 2 DE DEZEMBRO DE 2010. Disponível em: <[http://pnc.culturadigital.br/wp-content/uploads/2011/12/Plano\\_Nacional\\_de\\_Cultura\\_Lei12.343.pdf](http://pnc.culturadigital.br/wp-content/uploads/2011/12/Plano_Nacional_de_Cultura_Lei12.343.pdf)>. Acesso em: 08 jun. 2012.

## 2 ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

### 2.1 CONCEPÇÃO DO CURSO

#### 2.1.1 Contextualização/ Perfil do Curso

O Curso de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas com ênfase em Produção Cultural, foi criado com o objetivo de reforçar a área de Comunicação Social do campus de São Borja e atender às questões sociais e culturais da região<sup>3</sup>. A sugestão de criação do curso se deu em reunião do Conselho de Campus no dia 03 de novembro de 2008 e a ata de homologação da comissão para criação do PPC foi em 16 de setembro de 2009. A criação do curso deu-se pela Portaria autorização no Conselho Universitário - Portaria Nº 1776, de 07 de dezembro de 2011, tendo por base as decisões tomadas pelo Conselho Universitário no ano de 2009.

**Resumo:**

**Denominação:** Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas – ênfase em Produção Cultural.

**Modalidade:** Bacharelado.

**Titulação Conferida:**

- Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas – ênfase em Produção Cultural.

**Duração Mínima do Curso:** 8 semestres.

**Carga Horária Total do Curso:** 2.700 horas.

**Turno:** Noturno.

**Número de Vagas Oferecidas:** 50.

**Regime Acadêmico:** Anual.

**Coordenador do curso:** Prof. Dr. Valmor Rhoden

**Tempo de exercício na IES:** 3,5 anos

---

<sup>3</sup> Vídeo institucional (Anexo 04), produzido em 2011 pelo curso, com o intuito de divulgar à comunidade externa as especificidades da atuação profissional do Relações Públicas com ênfase em produção cultural.

**Tempo de exercício na função de coordenador do curso:** 2 anos e meio (desde janeiro de 2012).

O curso de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas com ênfase em Produção Cultural, funciona no endereço: Rua Ver. Alberto Benevenuto, 3200. Sala 204 A. São Borja (RS). CEP: 97670-000.

O curso propiciará ao egresso conhecimento teórico e metodológico da comunicação, relacionando-os com as especificidades teóricas e práticas das Relações Públicas, em especial, as próprias da Produção Cultural. Para isso, o currículo do curso oferecerá componentes curriculares que capacitem o discente a desenvolver projetos de valorização da diversidade sociocultural, capazes de atuar no campo cultural de modo consciente, compreendendo a Cultura como uma construção coletiva.

A área de atuação do profissional de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas com ênfase em Produção Cultural é muito ampla. Em linhas gerais este profissional, a partir do desenvolvimento de habilidades e competências e de uma capacitação crítica, se encaminhará para a criação e gestão de projetos e produtos artístico-culturais, trabalhando com todas as etapas implicadas, tendo um olhar comunicacional do processo.

O Profissional de Relações Públicas com ênfase em Produção Cultural cria e organiza projetos artísticos e culturais, faz o planejamento, a elaboração e a execução, considerando critérios técnicos, artísticos, sociais, políticos e econômicos.

Os tempos mínimo e máximo para a integralização do curso são de: mínimo 8 semestres e máximo 12 semestres.

## 2.1.2 Objetivos

### 2.1.2.1 Objetivo Geral

Estimular o desenvolvimento de competências comunicacionais próprias das Relações Públicas, associando-as a projetos e práticas no âmbito da produção cultural.

### 2.1.2.2 Objetivos Específicos

Proporcionar o envolvimento do aluno em práticas de ensino, pesquisa e extensão que possibilitem:

- preparar o profissional de Relações Públicas para realizar suas atividades de pesquisa, o planejamento, o assessoramento e a execução de atividades e de programas, projetos e planos de avaliação, com o fim de gerenciar e facilitar o processo de comunicação organizacional, estabelecendo a compreensão mútua e promovendo a integração entre as organizações e seus públicos;
- capacitar o profissional para a análise, planejamento, implementação e controle de estratégias na alocação de recursos públicos e privados para a produção e gestão de ações e bens culturais;
- compreender a natureza das linguagens e dos fenômenos culturais envolvidos nos sistemas contemporâneos de comunicação e, em particular, no processo de comunicação das instituições com seus públicos;
- entender o papel dos sistemas e processos de comunicação na contemporaneidade, bem como da evolução histórica destes e suas relações com a cultura, a política e a economia;
- fomentar a produção cultural como alternativa de desenvolvimento social e econômico no âmbito local, regional e nacional;
- proporcionar iniciação à pesquisa científica, contribuindo para a formação de profissionais críticos e atualizados sobre suas práticas;
- estimular o contato com a realidade social e profissional local e regional, com vistas a formar profissionais adequados às necessidades do mundo do trabalho no qual serão inseridos;

### 2.1.3 Perfil do egresso

#### 2.1.3.1 Perfil comum

O perfil do egresso do curso caracteriza-se, em consonância e acordo com as diretrizes curriculares que o MEC estabelece para a área pela:

- sua capacidade de criação, produção, distribuição, recepção e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e suas inserções culturais, políticas e econômicas;
- sua habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo;
- sua visão integradora e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem;
- utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo, portanto, competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder da comunicação, consciente dos possíveis constrangimentos a que a comunicação pode ser submetida, sobre as repercussões sociais que enseja e, ainda, sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social.

#### 2.1.3.2 Perfil do egresso em Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural

O perfil do egresso em Relações Públicas, Ênfase em Produção Cultural se caracteriza:

- pela gestão da relação comunicacional das organizações com seus diversos públicos, tanto externos como internos: pela elaboração de diagnósticos,

prognósticos, estratégias e políticas voltadas para o aperfeiçoamento das relações entre instituições, grupos humanos organizados, setores de atividades públicas ou privadas, e a sociedade em geral;

- pelo cumprimento de atividades que objetivem a visibilidade e à legitimidade dos assessorados perante a opinião pública, tais como o estabelecimento de relações com a mídia e o gerenciamento de crises de imagem;

- pelo exercício de atividades que visem a construção da imagem pública de seus assessorados, incluindo as instâncias de planejamento, execução e circulação e sua recepção pelos públicos;

- pelo exercício de interlocução entre as funções de relações públicas e as demais funções profissionais ou empresariais existentes na área da comunicação, e ainda com outras áreas sociais, culturais e econômicas com as quais as relações públicas exerçam interface;

- por uma atuação marcada pela postura ética e o compromisso com a cidadania;

- profissionais capazes de ter iniciativas e desenvolver projetos que valorizem a diversidade sociocultural;

- criação e organização de projetos artísticos e culturais, cuidando desde a captação de recursos à realização final, realizando orçamento do projeto, definindo cronogramas e buscando recursos para a montagem da obra;

- produtores conscientes de sua importância e com uma nova visão da cultura, valorizando-a em seu potencial transformador, associando-a à educação, visando construir uma sociedade melhor;

#### 2.1.3.3 Competências e Habilidades do egresso em Relações Públicas – ênfase em Produção Cultural

- orientar instituições das esferas pública, privada e do terceiro setor na formulação de políticas de relações públicas voltadas à comunicação por intermédio da cultura;

- planejar, implementar e avaliar projetos artísticos e culturais criados como instrumento das Relações Públicas para a comunicação com os públicos

institucionais;

- desenvolver pesquisas, auditorias e diagnósticos de opinião e imagem;
- elaborar planejamentos estratégicos de comunicação institucional;
- estabelecer programas de comunicação estratégica para criação e manutenção do relacionamento das instituições com seus públicos de interesse;
- coordenar o desenvolvimento de materiais de comunicação, em diferentes meios e suportes, incluindo os digitais, voltados para a realização dos objetivos estratégicos do exercício da função de Relações Públicas;
- dominar as linguagens verbais e audiovisuais para seu uso efetivo a serviço dos programas de comunicação integrada (digital) que desenvolve;
- identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;
- assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes às estratégias e processos de Relações Públicas.

## **2.2 DADOS DO CURSO**

### **2.2.1 Administração acadêmica**

Atualmente o curso é coordenado pelo professor Dr. Valmor Rhoden, bacharel em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas e mestrado em Extensão Rural pela UFSM e Doutorado em Comunicação pela PUCRS, suas atribuições como coordenador do curso foram criadas a partir do Regimento Geral da Unipampa<sup>4</sup>, mais especificamente na Subseção II – dos artigos 102 a 105.

#### **Subseção II – Do Coordenador de Curso**

**Art. 102.** O Coordenador de Curso e seu substituto serão eleitos para um mandato

---

<sup>4</sup> Conforme RESOLUÇÃO Nº 5, DE 17 DE JUNHO DE 2010, CONSIDERANDO o estabelecido na Sessão Extraordinária realizada dia 17 de junho de 2010.

de 2 (dois) anos.

§1º. O processo eleitoral será disciplinado por edital específico, elaborado de acordo com as diretrizes da Universidade.

§2º. O Coordenador substituto representará o Coordenador em caso de afastamentos temporários e impedimentos eventuais.

**Art. 103.** O Coordenador de Curso deverá ter disponibilidade de tempo compatível com as atividades específicas da Coordenação.

§1º. A disponibilidade de tempo exigido no *caput* será definida pelo Conselho do Campus.

§2º. Nos cursos em fase de projeto ou de início de atividades haverá um Coordenador *pro tempore* definido pelo Conselho do Campus a partir de sugestão da Direção, para competente designação.

**Art. 104.** No caso de vacância ou impedimento definitivo do Coordenador e de seu substituto, haverá eleição para o provimento da função, no período restante, se este for maior do que 1 (um) ano.

Parágrafo único. A Comissão de Curso indicará um Coordenador interino ao Conselho de Campus no caso do mandato ser menor do que 1 (um) ano.

**Art. 105.** Compete ao Coordenador de Curso executar as atividades necessárias à consecução das finalidades e objetivos do Curso que coordena, dentre elas:

- I. presidir a Comissão de Curso;
- II. promover a implantação da proposta de Curso, em todas suas modalidades e/ou habilitações e uma contínua avaliação da qualidade do Curso, conjuntamente com o corpo docente e discente;
- III. encaminhar aos órgãos competentes, por meio do Coordenador Acadêmico, as propostas de alteração curricular aprovadas pela Comissão de Curso;
- IV. formular diagnósticos sobre os problemas existentes no Curso e promover ações visando à sua superação;
- V. elaborar e submeter anualmente à aprovação da Comissão de Ensino o planejamento do Curso, especificando os objetivos, sistemática e calendário de atividades previstas, visando ao aprimoramento do ensino no Curso;
- VI. apresentar, anualmente, à Coordenação Acadêmica relatório dos resultados gerais de suas atividades, os planos previstos para o aprimoramento do processo avaliativo do Curso e as consequências desta avaliação no seu desenvolvimento;
- VII. servir como primeira instância de decisão em relação aos problemas



administrativos e acadêmicos do Curso que coordena amparado pela Comissão de Curso, quando necessário;

VIII. convocar reuniões e garantir a execução das atividades previstas no calendário aprovado pela Comissão de Ensino;

IX. cumprir ou promover a efetivação das decisões da Comissão de Curso;

X. assumir e implementar as atribuições a ele designadas pelo Conselho do Campus, pela Direção e pela Comissão de Ensino;

XI. representar o Curso que coordena na Comissão de Ensino e em órgãos superiores da UNIPAMPA, quando couber;

XII. relatar ao Coordenador Acadêmico as questões relativas a problemas disciplinares relacionados aos servidores e discentes que estão relacionados ao Curso que coordena;

XIII. atender às demandas das avaliações institucionais e comissões de verificação “in loco”;

XIV. providenciar, de acordo com as orientações da Comissão de Ensino, os planos de todas as disciplinas do Curso, contendo ementa, programa, objetivos, metodologia e critérios de avaliação do aprendizado, promovendo sua divulgação entre os docentes para permitir a integração de disciplinas e para possibilitar à Coordenação Acadêmica mantê-los em condições de serem consultados pelos alunos, especialmente no momento da matrícula;

XV. contribuir com a Coordenação Acadêmica para o controle e registro da vida acadêmica do Curso nas suas diversas formas;

XVI. orientar os alunos do Curso na matrícula e na organização e seleção de suas atividades curriculares;

XVII. autorizar e encaminhar à Coordenação Acadêmica:

a) a matrícula em disciplinas eletivas;

b) a matrícula em disciplinas extracurriculares;

c) a inscrição de estudantes especiais em disciplinas isoladas;

d) a retificação de médias finais e de frequências de disciplinas, ouvido o professor responsável;

e) a mobilidade discente.

XVIII. propor à Coordenação Acadêmica, ouvidas as instâncias competentes da Unidade responsável pelo Curso:

a) os limites máximo e mínimo de créditos dos alunos no Curso, para efeito de

matrícula;

- b) o número de vagas por turma de disciplinas, podendo remanejar alunos entre as turmas existentes;
- c) o oferecimento de disciplinas nos períodos regular, de férias ou fora do período de oferecimento obrigatório;
- d) prorrogações ou antecipações do horário do Curso;
- e) avaliação de matrículas fora de prazo.

XIX. providenciar:

- a) o julgamento dos pedidos de revisão na avaliação de componentes curriculares do curso em consonância com as normas acadêmicas da UNIPAMPA;
- b) a realização de teste de proficiência em línguas estrangeiras, quando previsto na estrutura curricular;
- c) a avaliação de notório saber conforme norma estabelecida;
- d) os atendimentos domiciliares, quando pertinentes;
- e) a confecção do horário das disciplinas em consonância com a Comissão de Ensino;
- f) o encaminhamento à Coordenação Acadêmica, nos prazos determinados, de todos os componentes curriculares do Curso.

XX. emitir parecer sobre pedidos de equivalência de disciplinas, ouvido o responsável pela disciplina, podendo exigir provas de avaliação;

XXI. promover a adaptação curricular para os alunos ingressantes com transferência, aproveitamento de disciplinas, trancamentos e nos demais casos previstos na legislação;

XXII. atender às demandas da Coordenação Acadêmica em todo o processo de colação de grau de seu curso.

Como instâncias decisórias, o curso conta com a sua Comissão de Curso, do qual participam seu corpo docente, e com o Conselho de Campus. O curso possui também o **Núcleo Docente Estruturante (NDE)**, composto por sete professores do curso. São eles: Prof<sup>a</sup>. Ma. Carmen Regina A. Gonçalves; Prof. Dr. Cristóvão Domingos de Almeida; Prof<sup>a</sup>. Ma. Elisa Lubeck Terra; Prof. Dr. Joel Felipe Guindani; Prof. Dr<sup>a</sup> Marcela Guimarães e Silva; Prof. Dr. Valmor Rhoden; Prof. Me. Tiago da Costa Martins, todos com regime de 40 horas – Dedicção Exclusiva - DE. Este núcleo pensa o curso, através de reuniões regulares: a grade curricular, os

componentes, a agência experimental, entre outros aspectos norteadores são foco de discussão e encaminhamento do NDE do curso. O Núcleo Docente Estruturante (NDE) é o responsável pela concepção e implementação do projeto pedagógico do curso e também do desenvolvimento permanente.

Podemos destacar algumas das contribuições do NDE: consolidar o perfil profissional pretendido do egresso do curso; zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino constantes no currículo; indicar formas de incentivo ao desenvolvimento de linhas de pesquisa e extensão oriundas das necessidades da graduação, do mercado de trabalho e afinadas com as políticas públicas na área de conhecimento do curso, e zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de graduação.

Além disto, o curso dispõe do suporte da secretaria acadêmica da instituição, dos laboratórios de comunicação e de informática, além dos conselhos no campus, com destaque para: (comissão de pesquisa, comissão de ensino e comissão de extensão).

### 2.2.2 Funcionamento

O egresso do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas ênfase em Produção Cultural da *Unipampa* recebe o título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas - Ênfase em Produção Cultural. O Curso oferece, no primeiro semestre de cada ano, 50 vagas. O regime de matrícula ocorrerá de acordo com a Resolução Nº 29, de 28 de abril de 2011.

A matrícula ocorre semestralmente e em três fases, estabelecidas no calendário acadêmico: um período de solicitação, um período de ajuste *on-line* e um período de ajuste presencial. Na matrícula por disciplina, deve ser observado o cumprimento de pré-requisitos (quando existir) e a compatibilidade de horários. O aluno deverá, no momento do ingresso na Universidade, se matricular no mínimo em 120 horas. O período de realização do curso é noturno, sendo que o sábado também poderá ser utilizado para atividades didáticas, de pesquisa e extensão, quando houver a necessidade.

O Calendário Acadêmico da Universidade, conforme as Normas Básicas da Graduação da UNIPAMPA (Resolução Nº 29, de 28 de abril de 2011), prevê dois períodos letivos regulares, com duração mínima de 100 dias letivos cada um. Em semanas, são 15 semanas letivas em cada semestre letivo. Este documento está disponível para consulta no site da instituição. Entre dois períodos letivos regulares, há um período letivo especial, com duração de no mínimo duas e no máximo oito semanas. Em cada ano acadêmico, é reservada uma semana letiva, denominada *Semana Acadêmica Unipampa*, destinada à apresentação das atividades universitárias de ensino, pesquisa e extensão, visando à integração dos corpos docente, discente e técnico administrativo da universidade e a divulgação para a comunidade externa.

O curso está dividido em **oito semestres** e sua carga horária total é de **2.700 horas**: 2.040 horas destinadas aos componentes curriculares obrigatórios, 360 horas destinadas aos componentes curriculares complementares (CCC) de graduação e 300 horas para as atividades complementares de graduação. Visando obter a formação pretendida, os conteúdos são agrupados em três eixos: Eixo de Estruturação, Eixo de Formação e Eixo Complementar. O desdobramento dos conteúdos das diretrizes curriculares será feito através de núcleos temáticos a serem cumpridos pelo aluno no decorrer do Curso.

### 2.2.3 Formas de Ingresso

O preenchimento das vagas ofertadas pelo Curso também é determinado pela Resolução Nº. 29 de 28 de abril de 2010 do Conselho Universitário (CONSUNI) da Universidade, conforme segue:

- Processo Seletivo UNIPAMPA;
- Reopção;
- Ingresso Extravestibular (Reingresso, Transferência Voluntária e Portador de Diploma);
- Transferência Compulsória (*Ex-Officio*);
- Regime Especial;

- Programa Estudante Convênio;
- Programa de Mobilidade Acadêmica Interinstitucional;
- Mobilidade Acadêmica Intrainstitucional;
- Matrícula Institucional de Cortesia.

A partir de 2010, o processo seletivo que antes se dava por exame vestibular passou a utilizar os resultados do Enem – Exame Nacional do Ensino Médio. A decisão de aderir a esse novo sistema de ingresso às universidades federais, proposto pelo Ministério da Educação, foi aprovada pelos membros do conselho de dirigentes e o novo modelo passou a ser aplicado para todos os 53 cursos de graduação da UNIPAMPA. A seleção dos candidatos se dá por meio do Sistema de Seleção Unificada (SISU), proposto pelo MEC, utilizando-se as notas obtidas pelos estudantes no Enem.

A UNIPAMPA concebe o acesso à educação superior como um direito ampliado em comparação à clássica maneira de ingresso por vestibular, que tende a privilegiar a aferição do capital cultural e econômico dos postulantes. Assim, adota-se como proposta a reflexão, em sala de aula, sobre os termos e condições em que sua política de ingresso serve para afirmar seu posicionamento dentro da sociedade abrangente em relação à democratização do ensino superior. Ao mesmo tempo, tem-se por objetivo problematizar a equação diferença – desigualdade que tem tradicionalmente caracterizado a sociedade brasileira.

Deste modo, a seleção dos graduandos em Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas, dá-se através do **ENEM** – Exame Nacional do Ensino Médio, forma padrão de ingresso aos cursos da UNIPAMPA. O futuro aluno se inscreve no Sistema de Seleção Unificada (SISU) e depois disto está disputando a sua vaga no curso oferecido.

Há outras formas de integrar-se ao curso, conforme anteriormente citado.

A **Reopção** é regulamentada pela própria UNIPAMPA e está sujeita a disponibilidade de vagas nos cursos, e é a reopção de curso pelo discente, que deve estar devidamente matriculado em curso de graduação da UNIPAMPA. A reopção pode ser feita até duas vezes pelo discente, que arca com as matrículas e disciplinas cursadas.

O **Reingresso** é a forma de ingresso de ex-discentes da UNIPAMPA em situação de abandono ou cancelamento de curso há menos de 2 (dois) anos. Para tal, o discente ingressante por esta modalidade deve integralizar o currículo no tempo máximo de duração previsto para o curso, totalizando-se os semestres com matrícula regular.

A **Transferência Voluntária** é a forma de ingresso de discentes regularmente matriculados ou com matrícula trancada em curso de graduação de outra Instituição de Ensino Superior (IES), pública ou privada, reconhecida conforme legislação, e que desejam transferir-se para essa Universidade, dispondo-se a cumprir as regras do edital proposto pela Instituição. Esta modalidade ocorre conforme as regras específicas presente no edital do Processo Seletivo Complementar.

O **Ingresso de Portador de Diploma** é a forma de ingresso na UNIPAMPA para diplomados por Instituição de Ensino Superior do País, conforme legislação, ou que tenham obtido diploma no exterior, desde que revalidado na forma da lei. Para discentes que cursaram em outras IES pode ser concedido o aproveitamento de até 60% do curso pretendido na UNIPAMPA. Para diplomados pela UNIPAMPA toda carga horária cursada pode ser aproveitada pelo discente no curso pretendido.

A **Transferência Compulsória** é a forma de ingresso concedida a servidor público federal, civil ou militar, ou ao seu dependente discente, em razão de comprovada remoção ou transferência de ofício que acarrete mudança de domicílio para a cidade do Campus pretendido ou município próximo, na forma da lei.

Em atendimento ao disposto na Lei nº 12.711, de 29 de agosto de 2012, regulamentada pelo Decreto 7.824, de 11 de outubro de 2012, e a Portaria nº 18, de 11 de outubro de 2012, a UNIPAMPA oferta 50% de suas vagas para ações afirmativas. Desse total, 44% (quarenta e quatro por cento) das vagas são destinadas aos estudantes que tenham cursado integralmente o Ensino médio escolas públicas. Essas vagas serão preenchidas segundo a ordem de classificação, de acordo com as notas obtidas pelos estudantes, dentro de cada um dos seguintes grupos de inscritos:

I - estudantes egressos de escola pública, com renda familiar bruta igual ou inferior a

1,5 (um vírgula cinco) salário-mínimo per capita: a) que se autodeclararam pretos, pardos e indígenas; b) que não se autodeclararam pretos, pardos e indígenas.

II - estudantes egressos de escolas públicas, com renda familiar bruta superior a 1,5 (um vírgula cinco) salário mínimo per capita: a) que se autodeclararam pretos, pardos e indígenas; b) que não se autodeclararam pretos, pardos e indígenas.

III - demais estudantes.

Além disso, 6% (seis por cento) das vagas são destinadas aos estudantes com necessidades especiais de educação.

## 2.3 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

### 2.3.1 Integralização curricular

#### 2.3.1. INTEGRALIZAÇÃO CURRICULAR

A área de Relações Públicas faz parte do Exame Nacional de Desempenho de Estudantes - ENADE, que é componente curricular obrigatório a todos os cursos de graduação, segundo a Lei nº 10.861/04, porém na edição de 2012 o exame foi obrigatório apenas para os cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, da Comunicação Social.

**Carga horária se divide em:**

Componentes Curriculares Obrigatórios	2.040
Componentes Curriculares Complementares de Graduação	360
Atividades Complementares de Graduação	300
<b>Carga horária total mínima a ser vencida</b>	<b>2.700</b>

**PRAZO PARA A INTEGRALIZAÇÃO CURRICULAR EM SEMESTRES:**

Mínimo	7
Médio (estabelecido pela Sequência Aconselhada do Curso)	8
Máximo (estabelecido pela Seq. Aconselhada + 50%)	12

**LIMITES DE CARGA HORÁRIA REQUERÍVEL POR SEMESTRE:**

Mínimo	120
--------	-----

**NÚMERO DE TRANCAMENTOS POSSÍVEIS:**

Por componente curricular (Parcial)	1
Todas os componentes curriculares no semestre (Total)	4

**NÚMERO DE DISCIPLINAS: 34**

\*O número de disciplinas poderá variar em função da oferta de CCCGs Componentes Curriculares Complementares de Graduação.

**2.3.2 Plano de integralização da carga horária**

O desdobramento dos conteúdos das diretrizes curriculares será feito através de núcleos temáticos a serem cumpridos pelo aluno no decorrer do curso. Os conteúdos serão desenvolvidos através de três Eixos Temáticos: Eixo de Estruturação, Eixo de Formação e Eixo Complementar, conforme abaixo:

**Núcleo de Estruturação:**

É constituído por conteúdos básicos e essenciais para a formação dos profissionais da área de Comunicação, tendo como objetivo alcançar o perfil determinado pelas diretrizes curriculares da área, tendo como contribuição de formação a comunicação integrada, unindo teorias e práticas do Jornalismo e da Publicidade e Propaganda aos conhecimentos acerca de Relações Públicas.

Os componentes curriculares compartilhados com outros cursos do Campus poderão ser aproveitados sem gerar novas ofertas.



<b>N</b>	<b>Código</b>	<b>Nome do Componente Curricular 1º semestre</b>	<b>N/E*</b>	<b>Tipo*</b>	<b>(T-P)</b>	<b>CHS**</b>
01		Redação e Expressão Oral I	E	OBR	(4-0)	60
02		Sociologia da Comunicação	E	OBR	(4-0)	60
03		Teorias da Comunicação	E	OBR	(4-0)	60
05		Comunicação e Cultura	E	OBR	(4-0)	60

<b>N</b>	<b>Código</b>	<b>2º semestre</b>	<b>N/E*</b>	<b>Tipo*</b>	<b>(T-P)</b>	<b>CHS**</b>
06		Redação e Expressão Oral II	E	OBR	(4-0)	60
07		Semiótica da Comunicação	E	OBR	(4-0)	60
08		Comunicação e Arte	N	OBR	(4-0)	60
09		Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação	N	OBR	(4-0)	60

<b>N</b>	<b>Código</b>	<b>3º semestre</b>	<b>N/E*</b>	<b>Tipo*</b>	<b>(T-P)</b>	<b>CHS**</b>
10			E	OBR	(3-1)	60
11		Criação e Produção Gráfica	N	OBR	(3-1)	60

<b>N</b>	<b>Código</b>	<b>4º semestre</b>	<b>N/E*</b>	<b>Tipo*</b>	<b>(T-P)</b>	<b>CHS**</b>
16		Comunicação e Política	N	OBR	(4-0)	60
18		Produção Institucional em Mídia Eletrônica	N	OBR	(2-2)	60

<b>N</b>	<b>Código</b>	<b>6º semestre</b>	<b>N/E*</b>	<b>Tipo*</b>	<b>(T-P)</b>	<b>CHS**</b>
24		Comunicação Pública, Cidadania e Democracia	N	OBR	(4-0)	60

### **Núcleo de Formação:**

É formado pelos componentes curriculares fundamentais para a formação profissional em Relações Públicas ênfase em Produção Cultural, tendo como objetivo alcançar um perfil profissional que contemple o Projeto Pedagógico de Curso de Comunicação Social/ Habilitação em Relações Públicas, o Projeto Institucional da Unipampa (PI) e as Diretrizes Curriculares do Conselho Nacional de Educação/Ministério da Educação.

Destaca-se também a importância do pré-requisito em algumas disciplinas, considerando a necessidade de conteúdo para a realização das mesmas pelos discentes.

<b>N</b>	<b>Código</b>	<b>Nome do Componente curricular 1º semestre</b>	<b>N/E*</b>	<b>Tipo*</b>	<b>(T-P)</b>	<b>CHS**</b>
04		Fundamentos de Relações Públicas e de Produção Cultural	N	OBR	(4-0)	60

<b>N</b>	<b>Código</b>	<b>2º semestre</b>	<b>N/E*</b>	<b>Tipo*</b>	<b>(T-P)</b>	<b>CHS**</b>
----------	---------------	--------------------	-------------	--------------	--------------	--------------

07		Marketing Cultural	N	OBR	(2-2)	60
----	--	--------------------	---	-----	-------	----

N	Código	3º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
11		Teoria e Técnica de Relações Públicas	N	OBR	(4-0)	60
12		Pesquisa de Opinião Pública	N	OBR	(4-0)	60
14		Planejamento Estratégico da Comunicação	N	OBR	(4-0)	60
15		Fotografia Aplicada às Relações Públicas	N	OBR	(2-2)	60

N	Código	4º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
17		Assessoria de Comunicação I	E	OBR	(1-3)	90
19		Política da Cultura	N	OBR	(4-0)	30

N	Código	5º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
21		Economia da Cultura	N	OBR	(4-0)	30
22		Produção Cultural I	N	OBR	(1-3)	90
23		Assessoria de Comunicação II	N	OBR	(1-3)	90

N	Código	6º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
24		Produção Cultural II	N	OBR	(1-3)	90

N	Código	7º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
25		Trabalho de Conclusão de Curso I	E	OBR	(4-4)	120
26		Ética e Legislação em Relações Públicas	N	OBR	(4-0)	60

N	Código	8º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
27		Trabalho de Conclusão de Curso II	E	OBR	(5-15)	300

### Núcleo Complementar:

É formado por conteúdos interdisciplinares da área de comunicação e das ciências humanas, sociais e aplicadas, propiciando a complementação da formação profissional através da conexão entre diferentes disciplinas e áreas de conhecimento. Seus conteúdos são provenientes dos Componentes Curriculares Complementares de Graduação (CCCGs) ou Atividades Complementares de Graduação (ACGs)<sup>5</sup>.

Os Componentes Curriculares Complementares de Graduação (CCCGs) incluem um espaço avançado de estudos que permitem aprimorar a formação profissional aprofundando-se em conteúdos específicos, bem como iniciar o processo de convivência e integração entre a graduação e pós-graduação. Nas Atividades Complementares (ACGs) são incluídas nessa modalidade as atividades

<sup>5</sup> A nomenclatura atual é CCCG (componente curricular complementar de graduação). Resolução sobre ACG, conforme Apêndice 08.

de iniciação à pesquisa, monitorias, projetos de extensão; estágios extracurriculares<sup>6</sup>; participação com apresentação (oral e/ou pôster) em eventos e publicações ou outras atividades de acordo com a resolução do curso.

### 2.3.2 Metodologias de ensino-aprendizagem e avaliação

A interdisciplinaridade é um dos elementos integradores do processo de ensino-aprendizagem. Sendo assim, a avaliação, constitui-se como instrumento integrador das potencialidades inerentes de cada disciplina da matriz curricular. A prática da interdisciplinaridade no ensino-aprendizagem e avaliação é efetivada com o desenvolvimento conjunto de disciplinas, projetos de extensão e de pesquisa. Como exemplo, disciplinas com potencialidades para a produção técnica poderão se integrar às disciplinas teóricas através do ensino-aprendizagem e processo avaliativo, que potencializa novas práticas de produção de conhecimento relacional, dinâmico e transformador.

O trabalho integrado busca melhorias na qualidade do ensino, na medida em que passa a ser instrumento capaz de articular a aprendizagem e o processo avaliativo num espaço interdisciplinar. A relação interdisciplinar fomenta práticas pedagógicas teórico-práticas capazes de absorver os diversos conhecimentos e demais aspectos do contexto do discente, bem como garantir o cumprimento dos objetivos e metas a serem atingidos pela disciplina em desenvolvimento. Nessa perspectiva, o instrumento avaliativo se dá na processualidade da disciplina, desde a intervenção reflexiva do estudante, passando pelos exercícios proposto pelo docente, prova dissertativa até a produção de artigo científico que alie as reflexões teóricas com os procedimentos empíricos. Sendo assim, essa prática avaliativa produz –desenvolvimento gradual do estudante numa metodologia de ensino que centra na aprendizagem do estudante. Vale ressaltar também, que o colegiado do curso acompanha tanto o rendimento das disciplinas ministradas pelos professores quanto a aprendizagem dos estudantes, a partir de instrumentos avaliativos

---

<sup>6</sup> O curso possui uma comissão de estágio que no início de 2012 criou as Normas Complementares de Estágio Extracurricular Supervisionado, conforme Apêndice 13.

específicos, por exemplo, questionário aplicado aos estudantes, sendo que esse material é sistematizado e divulgado para a comunidade acadêmica.

Esse método visa melhorar as condições avaliativas nas disciplinas ministradas pelos docentes do curso de Relações Públicas, Ênfase em Produção Cultural, pois o acompanhamento avaliativo periódico, orientado por uma metodologia de ensino-aprendizagem e de avaliação voltadas para a interdisciplinaridade, busca contextualizar as experiências do educador numa constante relação entre a teórica e a prática. Por esse caminho, o desenvolvimento do espírito crítico e científico do discente é orientado por práticas pedagógicas que estimulem a leitura, a escrita; induzindo-os a produzir conhecimento a partir dessa relação entre teoria e prática.

Visando a formação crítica aliada a profissional do egresso, o processo de ensino-aprendizagem e avaliação enaltece a prática reflexiva sobre as experiências individuais de cada discente, juntamente com abordagens teóricas que possam conduzi-lo a práticas colaborativas e dialógicas entre professor, comunidade acadêmica e sociedade local e regional, sem perder a noção do todo.

Dessa forma, consideramos que - I - listas de exercícios, II - estudos de caso, III - grupos de estudos, IV - seminários, V - atendimentos pessoais, VI - oficinas de aprendizagem, VII - atividades de monitorias, VIII – provas; - são instrumentos metodológicos de ensino-aprendizagem e avaliação indispensáveis para a concretização da qualidade da educação profissional e esses instrumentos avaliativos também requer uma postura cidadã, uma vez preza pela troca de saberes entre discentes e o corpo docente do curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural.

A concepção de avaliação promovida pelo curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural é de processo, por isso, as aulas expositivas é acompanhada pela prática de seminários, os quais são previamente organizados, a partir de pesquisas bibliográficas e demais conteúdos pedagógicos. Os debates e discussões também compõem o instrumental metodológico, que é acionado no intuito de facilitar a participação crítica e criativa de todos os discentes. Durante as aulas expositivas, a redação textual, através de gêneros diversos, é um elemento indispensável a ser praticado, tendo em vista as habilidades requeridas pelo

profissional de Relações Públicas - Ênfase em produção cultural. Compõe esse cenário a leitura individual ou coletiva que, além de estimular a reflexão individual, também é ação metodológica essencial para o despertar da opinião pública, da crítica e da colaboração dialógica entre os envolvidos no processo de ensino-aprendizagem e avaliação.

A leitura bibliográfica - previamente requerida pelos respectivos planos de aula – é um instrumento metodológico essencial para avançar no processo avaliativo. Pois, a leitura de conteúdos escritos, como artigos, capítulos de livro, revistas, jornais, livros entre outros, é fundamental para o estímulo da criatividade comunicacional do discente, tanto no que diz respeito às habilidades interpessoais, como o contato com outros suportes especialmente com as mídias digitais. Essas leituras são avaliadas a partir das intervenções dos estudantes em sala de aula, momento em que relacionam o conteúdo estudado com as experiências vivenciadas no cotidiano, isto é, quando conseguem estabelecer relações com outras situações. Outro modo de avaliar essas diversas leituras é promover atividades que alie textos científicos aplicados na prática cotidiana.

O estímulo a um posicionamento crítico do discente é operacionalizado através da interrelação teoria e prática, sobretudo, a partir da utilização de instrumentos metodológicos que possibilitem a aproximação da literatura visitada com o cotidiano presente. A problematização de casos/problemas relativos à temática da disciplina em questão é efetivada quando o discente identifica a relação entre o teórico e o prático. Isto é possível na medida em que o discente transpõe para a prática a utilização meramente instrumental ou figurativa da metodologia empregada. Nesse sentido, também é motivo de avaliação os seminários apresentados pelos alunos. Essa prática de ler, pesquisar e expor o conteúdo aos demais colegas possibilita três dimensões: verificar a compreensão dos argumentos dos teóricos; ter capacidade de síntese e ser capaz de transmitir o conteúdo de modo claro e convincente.

Outra prática de ensino-aprendizagem e avaliação é a elaboração de resenhas críticas a partir da bibliografia da temática em questão. A resenha é um espaço para a exposição crítica do discente, que poderá emitir juízo, posicionar-se sobre teorias, autores e, posteriormente, reutilizar o respectivo conteúdo para

avaliações posteriores. A escrita de artigos científicos é outro recurso pedagógico viável para o ensino-aprendizagem e avaliação. Esta prática pedagógica é um importante instrumento para a produção de conteúdo acadêmico, que possibilitará a participação do discente em eventos, seminários e demais espaços de discussão científica. A prática da escrita de artigos permite a revisão de teorias, bem como a operacionalização de conceitos e a articulação de autores.

A aplicação de provas ou de avaliação escrita é outro possível instrumento de ensino-aprendizagem e avaliação. No entanto, não é aconselhado o uso exclusivo desse instrumento, ou seja, dissociado de outras formas de avaliação no decorrer da disciplina. Trata-se, portanto, de uma forma de ensino-aprendizagem e avaliação complementar aos demais recursos possíveis. Nas disciplinas práticas, que envolvem o manuseio de tecnologias e ferramentas, a metodologia de ensino-aprendizagem e avaliação é efetivada com a elaboração de campanhas, eventos, projetos e outros suportes de comunicação e cultura. A formação de bancas por docentes e discentes também é um instrumento de ensino-aprendizagem e avaliação utilizado durante a elaboração desses produtos. As bancas podem ocorrer durante e ao final dos projetos e atendem aos quesitos avaliativos previamente definidos pelos integrantes.

As atividades de ensino-aprendizagem e avaliação serão desenvolvidas no Curso de Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural - de acordo com os Planos de Ensino elaborados pelo docente responsável.

De modo geral, quanto ao desempenho acadêmico, a aprovação nas atividades de ensino dependerá do resultado das avaliações efetuadas ao longo de seu período de realização, na forma prevista no Plano de Ensino, sendo o resultado global expresso em nota, conforme estabelecido pelo Regimento Geral da Universidade, ou seja: o discente que alcançar a nota final mínima de 6 (seis) nas atividades de ensino, incluídas as atividades de recuperação de ensino, além de frequência mínima de 75% da carga horária da disciplina, será considerado aprovado.

A recuperação das atividades de ensino-aprendizagem é realizada em uma perspectiva de avaliação continuada e diagnóstica. Essas atividades devem ser oferecidas ao longo do semestre, conforme o respectivo plano de ensino. Reserva-

se ao professor o direito de definir quais as atividades de recuperação que serão adotadas, bem como o tempo previsto para a execução das mesmas.

Serão consideradas atividades de recuperação de ensino, conforme as Normas Básicas da Graduação (UNIPAMPA, 2009), lembrando que a relação que segue também compõe o processo avaliativo durante cada semestre letivo, isto é, fazem parte dos instrumentos de avaliação das disciplinas ministradas no curso:

- I - listas de exercícios,
- II - estudos de caso,
- III - grupos de estudos,
- IV - seminários,
- V - atendimentos pessoais,
- VI - oficinas de aprendizagem,
- VII - atividades de monitorias,
- VIII – provas.

### 2.3.3 Matriz curricular

Tabela organizada por semestres, contendo nome das disciplinas, códigos das disciplinas e carga horária.

<b>N</b>	<b>Código</b>	<b>Nome do Componente curricular</b>	<b>N/E*</b>	<b>Tipo*</b>	<b>(T-P)</b>	<b>CHS**</b>
<b>1º semestre</b>						
01		Redação e Expressão Oral I	E	OBR	(4-0)	60
02		Sociologia da Comunicação	E	OBR	(4-0)	60
03		Teorias da Comunicação	E	OBR	(4-0)	60
04		Fundamentos de Relações Públicas e de Produção Cultural	N	OBR	(4-0)	60
05		Comunicação e Cultura	E	OBR	(4-0)	60
						300h

<b>N</b>	<b>Código</b>	<b>2º semestre</b>	<b>N/E*</b>	<b>Tipo*</b>	<b>(T-P)</b>	<b>CHS**</b>
06		Redação e Expressão Oral II	E	OBR	(2-2)	60
07		Marketing Cultural	N	OBR	(2-2)	60
08		Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação	N	OBR	(3-1)	60
09		Semiótica da Comunicação	E	OBR	(4-0)	60
10		Comunicação e Arte	N	OBR	(4-0)	60
						300h

<b>N</b>	<b>Código</b>	<b>3º semestre</b>	<b>N/E*</b>	<b>Tipo*</b>	<b>(T-P)</b>	<b>CHS**</b>
----------	---------------	--------------------	-------------	--------------	--------------	--------------

11		Teoria e Técnica de Relações Públicas	N	OBR	(4-0)	60
12		Pesquisa de Opinião Pública	E	OBR	(2-2)	60
13		Criação e Produção Gráfica	N	OBR	(3-1)	60
14		Planejamento Estratégico da Comunicação	N	OBR	(4-0)	60
15		Fotografia Aplicada às Relações Públicas	N	OBR	(2-2)	60
						300h

N	Código	4º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
16		Comunicação e Política	N	OBR	(4-0)	60
17		Assessoria de Comunicação I	E	OBR	(1-3)	120
18		Produção Institucional em Mídia Eletrônica	N	OBR	(2-2)	60
19		Política da Cultura	N	OBR	(4-0)	30
X	CCCG	Disciplina Complementar de Graduação	- x -	CCCG	- x -	30
						300h

N	Código	5º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
20		Economia da Cultura	N	OBR	(4-0)	30
21		Produção Cultural I	N	OBR	(1-3)	90
22		Assessoria de Comunicação II	N	OBR	(1-3)	120
X	CCCG	Disciplina Complementar de Graduação	- x -	CCCG	- x -	30
						300h

N	Código	6º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
23		Produção Cultural II	N	OBR	(1-3)	90
24		Comunicação Pública e Cidadania		OBR		60
X	CCCG	Disciplina Complementar de Graduação	-x-	CCCG	-x-	60
	CCCG	Disciplina Complementar de Graduação		CCCG		30
	CCCG	Disciplina Complementar de Graduação	-x-	CCCG	-x-	60
						300h

N	Código	7º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
25		Trabalho de Conclusão de Curso I	E	OBR	(4-4)	120
26		Ética e Legislação em Relações Públicas	N	OBR	(4-0)	60
X	CCCG	Disciplina Complementar de Graduação	- x -	CCG	- x -	60
X	CCCG	Disciplina Complementar de Graduação	- x -	CCG	- x -	60
						300h

N	Código	8º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
27		Trabalho de Conclusão de Curso II	E	OBR	(5-15)	300
						300h

\*Tipo: OBR (Obrigatórias) e CCCGs (Componentes Curriculares Complementares de Graduação)

N/E: N= Nova e E= Existente

\*\*A carga horária poderá variar em função da oferta de CCCGs (Componentes Curriculares Complementares de Graduação)

Tabela com Componentes Curriculares Complementares de Graduação<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Outras disciplinas ainda podem ser criadas já que as demandas são atualizadas constantemente e também podem ser flexionadas em função do perfil e necessidades de determinadas turmas.



Comunicação Pública e Desenvolvimento Regional	30h
Planejamento e Organização de Eventos	30h
Assessoria de Imprensa	30h
Tópicos Especiais em Relações Públicas	
Comunicação Pública e Desenvolvimento Regional	60h
Planejamento e Organização de Eventos	60h
Comunicação Dirigida	60h
Fundamentos da Responsabilidade Social e do Desenvolvimento	60h
Comunicação Integrada	30h
Fundamentos para Assessoria de Comunicação	60h
Relações Humanas e Comunicação – ênfase no desenvolvimento	30h
Metodologia em Comunicação: procedimentos em pesquisa aplicada	30h

### 2.3.4 Ementário

<b>Componente Curricular: Redação e Expressão Oral I</b>
<b>Ementa:</b>  Análise e pesquisa dos fundamentos da comunicação social e modelos comunicacionais correntes. Análise dos fenômenos da comunicação social. Relação da teoria da comunicação social com os aspectos vivenciais práticos da comunicação humana. Estuda os elementos redacionais e os usos dos recursos gramaticais da Língua Portuguesa, visando à compreensão e o processo de produção da escrita. Aborda as estruturas e conteúdos de textos com enfoque da área de Relações Públicas. Exercício de redação e de oralidade.
<b>Objetivos:</b>  Compreender os elementos estruturais dos recursos gramáticas para o uso nas produções Textuais;  Estudar os fundamentos dos recursos gramaticais para as produções textuais; Promover exercícios de produção da escrita e de oralidade;
<b>Referências Básicas:</b> FARACO, Carlos Alberto. <b>Prática de texto:</b> para estudantes universitários. 20. ed., São Paulo: Vozes, 2011. FIORIN, José Luiz. <b>Para entender o texto: literatura e redação.</b> SP: Ática, 2006. MEURER, Jose Luiz; MOTTA-ROTH, Desiree (orgs.). <b>Gêneros textuais e práticas discursivas:</b> subsídios para o ensino da linguagem. Bauru: EDUSC, 2002. MOISÉS, Massaud. <b>A criação literária.</b> São Paulo: Cultrix, s.d. RUIZ, Eliana Donaio. <b>Como corrigir redações na escola:</b> uma proposta textual-interativa. São Paulo: Contexto, 2010.
<b>Referências Complementares:</b> BAZERMAN, Charles. <b>Gêneros textuais, tipificação e interação.</b> 3. ed. São Paulo: Cortez, 2009. CHALUB, Samira. <b>Funções da linguagem.</b> São Paulo: Ática, 1993. GOLD, Miriam. <b>Redação empresarial:</b> escrevendo com sucesso na era da globalização. 3. ed., Sao Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. KLEIMAN, Angela. <b>Oficina de leitura:</b> teoria e prática. 12. ed., Campinas: Pontes, 2008.

LIMA, A. Oliveira. **Manual de redação oficial**: teoria, modelos e exercícios. 2. ed., Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MACHADO, Anna Rachel; LOUSADA, Eliane; ABREU-TARDELLI, Lilia Santos (Orgs.). **Resumo**. 7. ed., São Paulo: Parábola, 2008.

MARTINS, Dileta Silveira. **Português Instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT**. SP: Atlas, 2009.

VAL, Maria da Graça Costa. **Redação e textualidade**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

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

MUSBURGER, Robert B. **Roteiro para mídia eletrônica**: tv, rádio, animação e treinamento corporativo. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

SQUARISI, Dad. **A arte de escrever bem**: um guia para jornalistas e profissionais do texto. 7.

GARCIA, Othon M. **Comunicação em prosa moderna**: aprenda a escrever, aprendendo a pensar. 26ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

### Componente Curricular: Sociologia da Comunicação

#### Ementa:

Análise e pesquisa dos fundamentos da comunicação social e modelos comunicacionais correntes. Análise dos fenômenos da comunicação social. Relação da teoria da comunicação social com os aspectos vivenciais práticos da comunicação humana. As percepções sociológicas e suas implicações na comunicação. A compreensão de sociedade e de comunidade e a presença da cultura midiática no campo social, compreendendo a complexidade das tecnologias de comunicação e seus impactos sobre as formas de sociabilidade.

#### Objetivos:

Desenvolver capacidade reflexiva sobre os processos sociais e a relação com a comunicação; Compreender as transformações da vida social operadas pelas tecnologias de comunicação; Entender a vida social e as práticas organizacionais.

#### Referências Básicas:

COSTA, Cristina. **Sociologia**: introdução à ciência da sociedade. São Paulo: Moderna, 2005.

BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

PICCININI, Valmiria Carolina et al (org.) **Sociologia e administração**: relações sociais nas organizações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 8ª ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

#### Referências Complementares:

BERGER, Peter L. & LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2005.

BRETON, Philippe & PROULX, Serge. **Sociologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2002.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2007.

MORAES, Dênis (org.) **Sociedade Mídia**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

<p><b>Componente Curricular: Teorias da Comunicação</b></p>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>Análise e pesquisa dos fundamentos da comunicação social e modelos comunicacionais correntes. Análise dos fenômenos da comunicação social. Relação da teoria da comunicação social com os aspectos vivenciais práticos da comunicação humana.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Preparar profissionais com senso crítico e reflexivo, capaz de desenvolver pesquisas científicas a partir dos pressupostos teóricos da comunicação.</p> <p>Entender as abordagens das teorias da comunicação a partir da construção histórica;</p> <p>Compreender as interfaces e diferenças entre as teorias da comunicação;</p> <p>Discutir a aplicabilidade das teorias da comunicação na atualidade;</p> <p>Identificar as linhas teóricas norteadoras dos estudos da comunicação;</p> <p>Despertar o interesse para dos acadêmicos para a pesquisa em comunicação.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aloísio R. <b>Teorias da Comunicação</b>. Rio de Janeiro: São Paulo: Edicon, 2003.</p> <p>THOMPSON, John B. <b>A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia</b>. 8ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.</p> <p>WOLF, Mauro. <b>Teorias das comunicações de massa</b>. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>CASTELLS, Manuel. <b>A sociedade em rede</b>. São Paulo: Paz e Terra, 1999.</p> <p>HOHFELDT, Antônio, MARTINO, Luiz C. e FRANÇA, Vera V. (orgs). <b>Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências</b>. Petrópolis: Vozes, 2001.</p> <p>MATTELART, Armand e MATTELART, Michèle. <b>História das Teorias da Comunicação</b>. São Paulo: Loyola, 1999.</p> <p>THOMPSON, John B. <b>Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa</b>. 8.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.</p> <p>SODRÉ, Muniz. <b>Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede</b>. 4 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.</p>

<b>Componente Curricular: Fundamentos de Relações Públicas e de Produção Cultural</b>
<p><b>Ementa:</b> O processo histórico das Relações Públicas, formação e função atual dos profissionais. Correlação das atividades de Relações Públicas com as atividades afins em comunicação social. Contextualização das atividades profissionais no âmbito das organizações. Estudos acerca dos conceitos de cultura, público e mercado para a implementação de projetos e ações culturais.</p>
<p><b>Objetivos:</b> Proporcionar ao discente a compreender o surgimento das Relações Públicas e da produção cultural, associando princípios e técnicas da prática profissional a referenciais teóricos do pensamento moderno e contemporâneo.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b> CESCA, Cleuza Gimenes. <b>Relações Públicas e suas interfaces</b>. São Paulo: Summus, 2006.</p> <p>FORTES, Waldyr Gutierrez. <b>Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias</b>. 3 ed. São Paulo: Summus, 2003.</p> <p>PERUZZO, Cicilia K. Peruzzo. <b>Relações Públicas no Modo de Produção Capitalista</b>. 2ed. São Paulo: Summus, 1986.</p> <p>SIMOES, Roberto Porto. <b>Relações Públicas: Função Política</b>. 3 ed. São Paulo: Summus, 1995.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b> FREITAS, Ricardo F. e LUCAS, Luciane. <b>Desafios contemporâneos em comunicação: perspectivas de relações públicas</b>. São Paulo: Summus, 2002.</p> <p>KUNSCH, Margarida (org.). <b>Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas</b>. São Paulo: Saraiva, 2009.</p> <p>KRAMER, Sonia &amp; LEITE, M. Isabel. (orgs) <b>Infância e produção cultural</b>. Campinas, papyrus, 1998.</p> <p>NEVES, Roberto de Castro. <b>Comunicação Empresarial Integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica e crises empresariais</b>. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.</p> <p>PINHO, J. B. <b>Comunicação nas Organizações</b>. Viçosa. Ed: UFV, 2006.</p>

<b>Componente Curricular: Comunicação e Cultura</b>
<p><b>Ementa:</b> A influência exercida pelos meios de comunicação sobre a sociedade e as culturas modernas. A comunicação como cultura e a cultura como forma de comunicação. As práticas, condutas e comportamentos sociais e as mediações nos processos comunicacionais. A globalização cultural, cultura regional e cultura organizacional.</p>

**Objetivos:**

- Propiciar ao aluno visão de conjunto sobre a comunicação e a cultura, enfatizando os fundamentos teóricos, bem como as suas aplicabilidades nas práticas comunicacionais e culturais.
- Apresentar os pressupostos teóricos da comunicação e da cultura e os contextos dessas produções.
- Identificar as suas características e estabelecer conexões com os processos comunicacionais e culturais.
- Desenvolver raciocínio crítico em relação aos fatos, acontecimentos e a produção científica que engloba os processos de comunicação e da cultura.
- Aprender sobre a construção da identidade, cultura popular, cultura das minorias e dos povos historicamente silenciados.

**Referências Básicas:**

- GRUSZYNSKI, Ana Claudia (org.). **Comunicação e práticas culturais**. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2004.
- JACKS, Nilda. **Mídia nativa: indústria cultural e cultura regional**. 3. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2003.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.
- MOTTA, Fernando C. & CALDAS, Miguel P. **Cultura organizacional e cultura brasileira**. São Paulo: editora Atlas, 1997.
- ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural**. 5ªed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

**Referências Complementares:**

- BAITELLO JUNIOR, Norval. **A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura**. São Paulo: Hacker, 2005.
- CUCHE, Denys de. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.
- GUARESCHI, Pedrinho A. **Comunicação e poder: a presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina**. 13. ed. Petrópolis, RJ : Vozes, 2001.
- JACKS, Nilda. Querência. **Cultura Regional como Mediação Simbólica: um estudo de recepção**. Porto Alegre: Ed. Universidade/ UFRGS, 1999.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 4ªed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- MORAES, Denis. (org.). **Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder**. São Paulo: Record, 2003.
- NEIVA, Eduardo. **Jogos da comunicação: em busca dos fundamentos da cultura**. São Paulo: Ática, 2009.
- OLIVEN, Ruben George. **A Parte e o Todo**. A diversidade cultural no Brasil-nação. Petrópolis: Vozes, 2006.
- ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- PAIVA, Raquel e BARBALHO, Alexandre (orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Vozes, 2009.
- SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias a cibercultura**. 4. ed. São Paulo: Paulus, 2010.
- WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura**. Bauru: EDUSC, 2000.

<p><b>Componente Curricular: Redação e Expressão Oral II</b></p>
--

<p><b>Ementa:</b></p>
-----------------------

<p>Estudo da textualidade como recurso para leitura e produção de textos narrativos e dissertativo-argumentativos de língua portuguesa. Argumentação e produção da linguagem escrita e oral com ênfase na área de Relações Públicas. Prática textual e de expressão oral.</p>
---

<p><b>Objetivos:</b></p>
--------------------------

<p>Estudar os fundamentos teóricos e práticos do processo de escrita e da oralidade;          Estudar sobre os estilos da linguagem;          Aprender as técnicas para redigir textos narrativos, dissertativos e descritivos;          Aprofundar a técnica argumentativa para fins de construção de artigo científico;          Aprender técnica de locução a partir de exercícios aplicados a área de Relações Públicas;</p>
--

<p><b>Referências Básicas:</b></p>
------------------------------------

<p>FARACO, Carlos Alberto. <b>Prática de texto:</b> para estudantes universitários. 20. ed., São Paulo: Vozes, 2011.          FIORIN, José Luiz. <b>Para entender o texto: literatura e redação.</b> SP: Ática, 2006.          MEURER, Jose Luiz; MOTTA-ROTH, Desiree (orgs.). <b>Gêneros textuais e práticas discursivas:</b> subsídios para o ensino da linguagem. Bauru: EDUSC, 2002.          MOISÉS, Massaud. <b>A criação literária.</b> São Paulo: Cultrix, s.d.          VALENÇA, Ana; CARDOSO, Denise Porto; VIANA, Antonio Carlos e MACHADO, Sonia Maria. <b>Roteiro de redação:</b> lendo e argumentando. São Paulo: Scipione, 2010.</p>
---

<p><b>Referências Complementares:</b></p>
---

<p>CHALUB, Samira. <b>Funções da linguagem.</b> São Paulo: Ática, 1993.          DISCINI, Norma. <b>A comunicação nos textos.</b> 2. ed., São Paulo: Contexto, 2010.          GOLD, Miriam. <b>Redação empresarial:</b> escrevendo com sucesso na era da globalização. 3. ed., Sao Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.          MACHADO, Anna Rachel; LOUSADA, Eliane; ABREU-TARDELLI, Lilia Santos (Orgs.). <b>Resumo.</b> 7. ed., São Paulo: Parábola, 2008.          MARTINS, Dileta Silveira. <b>Português Instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT.</b> SP: Atlas, 2009.          MOURA, Leonardo. <b>Como escrever na rede:</b> manual de conteúdo e redação para internet. Rio de Janeiro: Record, 2002.          MUSBURGER, Robert B. <b>Roteiro para mídia eletrônica:</b> tv, rádio, animação e treinamento corporativo. Rio de Janeiro: Campus, 2008.          NADOLSKIS, Hendricas. <b>Normas de comunicação em língua portuguesa.</b> 25. ed., São Paulo: Saraiva, 2009.</p>
---

**Componente Curricular: Marketing Cultural****Ementa:**

A importância do marketing cultural como estratégia de comunicação. O marketing cultural como diferencial competitivo às organizações. A atuação das Relações Públicas no mercado cultural. Elaboração de planos de marketing cultural.

**Objetivos:**

Proporcionar ao acadêmico o conhecimento sobre o marketing e marketing cultural, inserido no contexto na produção cultural.

**Referências Básicas:**

COBRA, Marcos. **Marketing básico: uma abordagem brasileira**. São Paulo: Atlas, 1997.

GRANDE, Ildelfonso. **Marketing Cross-Cultural**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing Cultural e financiamento da cultura**. Editora Cengage Learning, São Paulo, 2009

**Referências Complementares:**

COBRA, Marcos. **Estratégias de marketing de serviços**. São Paulo: Editora Marcos Cobra, 2001.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**. São Paulo: Futura, 2006.

MALAGODI, Maria Eugênia e CESNIK, Fábio. **Projetos Culturais**. São Paulo: Fazendo Arte, 1998.

MINTZERG, Henry et al. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

RUBIM, Albino. **Dos Sentidos do Marketing Cultural**. In: Revista Textos. Salvador: VAZ, G. N. **Marketing Institucional**. São Paulo: Pioneira, 1997.

RUBIM, Albino. **Dos Sentidos do Marketing Cultural**. In: Revista Textos. Salvador: VAZ, G. N. **Marketing Institucional**. São Paulo: Pioneira, 1997.

<b>Componente Curricular: Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação</b>
<p><b>Ementa:</b> O campo epistemológico da pesquisa em comunicação. Diferentes tradições metodológicas da pesquisa na área da comunicação. Os principais conceitos e suportes metodológicos utilizados em pesquisa: pesquisa de opinião pública, pesquisa institucional, auditorias, entrevista em profundidade, dentre outras. Elaboração, aplicação e análise de projetos de pesquisa.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Estudar os principais métodos, técnicas e instrumentos de pesquisa científica adotados nos estudos do campo da comunicação.</p> <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar os métodos, técnicas e instrumentos de pesquisa científica considerando o objeto a ser estudado;</li> <li>- Elaborar projeto de pesquisa científica em comunicação;</li> <li>- Desenvolver a capacidade reflexiva sobre os métodos e pesquisa em comunicação.</li> </ul>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>GIL, Antônio Carlos. <b>Como elaborar projetos de pesquisa</b>. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>LAKATOS, Eva Maria &amp; MARCONI, Marina de Andrade. <b>Metodologia do trabalho científico</b>. 7º ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>SEVERINO, Antônio Joaquim. <b>Metodologia do trabalho científico</b>. 23ª ed. São Paulo: Cortez Editora, 2007.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>BAUER, M. W.; GASKELL, G. <b>Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático</b>. Petrópolis: Vozes, 2011.</p> <p>DUARTE, Jorge &amp; BARROS, Antônio. <b>Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação</b>. São Paulo: Atlas, 2008.</p> <p>ECO, Umberto. <b>Como elaborar uma tese</b>. Perspectiva: São Paulo, 2006.</p> <p>LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. <b>Pesquisa em Comunicação</b>. São Paulo: Loyola, 2005.</p> <p>ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas – Disponível em: <a href="http://www.abnt.org.br">http://www.abnt.org.br</a>  NBR 6022 – Artigo em publicação periódica científica impressa  NBR 6023 – Referências - Elaboração  NBR 6024 – Numeração progressiva das seções de um documento escrito  NBR 6027 – Sumário  NBR 6028 – Resumos  NBR 10520 – Citações em documentos  NBR 14724 – Trabalhos Acadêmicos</p>

<b>Componente Curricular: Semiótica da Comunicação</b>
<p><b>Ementa:</b> Análise e pesquisa dos fundamentos do exercício das linguagens oral, escrita e icônica. Análise e elaboração das linguagens oral, escrita e icônica sob o aspecto semiótico. Relação dos fundamentos semióticos com as práticas comunicacionais midiáticas.</p>



**Objetivos:**

Estudar sobre os fundamentos teóricos da semiótica, bem como as suas aplicabilidades no campo da comunicação;  
 Apresentar os fundamentos teóricos de Pierce, Saussure, Barthes, Eco e Greimas;  
 Aprofundar nos exercícios das linguagens oral, escrita e icônica;  
 A partir dos fundamentos semióticos, estabelecer conexões com os processos Comunicacionais;  
 Aprender a ler os signos e fazer relações com o campo da comunicação;

**Referências Básicas:**

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 1997.  
 BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. São Paulo: Cultrix, 1975.  
 ECO, Umberto. **Tratado geral de semiótica**. 3. ed., São Paulo Perspectiva, 2005.  
 KOCH, Ingedore. **A inter-ação pela linguagem**. São Paulo: Contexto, 1995.  
 SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

**Referências Complementares:**

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Ucitec, 1981.  
 BARTHES, Roland. **S/Z**. Lisboa: Edições 70, s/d.  
 COELHO NETTO, J. Teixeira. **Semiótica, informação e comunicação**: diagrama da teoria do signo. 6. ed., São Paulo: Perspectiva, 2003.  
 ECO, Umberto. **Os limites da interpretação**. São Paulo: Perspectiva, 1995.  
 ECO, Umberto. **Tratado geral de semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1980.  
 Fontanille, Jacques. **Semiótica do discurso**. São Paulo: Contexto, 2003.  
 GREIMAS, Algirdas Julien. **Dicionário de semiótica**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011.  
 MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes/EDUSC, 1989.  
 PERUZZOLO, Adair Caetano. **Elementos de semiótica da comunicação**: quando aprender e fazer. Bauru: EDUSC, 2004.  
 PIETROFORTE, Antonio Vicente Seraphim. **Semiótica visual**: os percursos do olhar. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.  
 NÖTH, Winfried. **Panorama da semiótica**. São Paulo: Annablume, 1995.  
 NÖTH, Winfried. **A semiótica no século XX**. São Paulo: Annablume, 1996.

**Componente Curricular: Comunicação e Arte****Ementa:**

Compreensão dos diferentes movimentos e estilos artísticos. Análise dos principais sistemas de ideias estéticas e artísticas aplicadas à comunicação. Entendimento das formas de expressão artísticas que utilizam a mídia e a indústria do entretenimento, a fim de propor alternativas qualitativas. Reflexão sobre a arte no cenário da produção cultural e sua influência na geração de novas convenções estéticas, gostos e estilos. Análise dos componentes artísticos e estéticos de uma dada obra. Compreensão sobre os sentidos da moda numa abordagem multidisciplinar, no contexto político, social, sociológico, econômico e estético. Entendimento da arte midiática como expressão da criação artística e criativa. Abordagem sobre as transformações tecnológicas e sociais e suas implicações na arte e influências no estilo do artista;

**Objetivos:**

Identificar e compreender a arte enquanto reflexo da cultura vigente na sociedade e sua relação com a comunicação;

Entender a função da criatividade X interatividade;

Compreender a arte no contexto dos avanços sociais, culturais e mundiais;

Analisar de que maneira podem se combinar, se contaminar e se distinguir arte e mídia;

Examinar o papel dos meios e das áreas da comunicação na propagação da arte;

Examinar a invasão da moda nas camadas sociais e no contexto social, político, econômico e estético;

Entender a relação entre arte, ciência e tecnologia;

Examinar a convergência dos meios e sua relação com a arte;

Conhecer as concepções sobre a natureza da arte;

Identificar os locais de manifestações artístico-culturais;

Descrever os instrumentos de divulgação da arte;

Avaliar a influência da mídia na cultura de consumo e estética da arte;

Analisar o corpo como suporte da Arte.

**Referências Básicas:**

COLI, Jorge. **O que é arte**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

GALARD, Jean. **A beleza do gesto. uma estética das condutas**. São Paulo: USP, 2009

JANSON, H. W. **História geral da arte: o mundo moderno**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

\_\_\_\_\_. **Iniciação à história da arte**. São Paulo, 2009.

HEGEL, G.W.F. **Curso de estética. O sistema das artes**. São Paulo: Edusp, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo Eterno. Da idade do Sagrado aos tempos das Marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

PROENÇA, Graça. **História da arte**. São Paulo: Ática, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo**. São Paulo: Paulus, 2008.

**Referências Complementares:**

BAUMGART, Fritz. **Breve história da arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

ARANTES, Priscila. **@arte e Mídia: perspectivas da estética digital**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

ECO, Umberto. **História da Beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

GIANNOTTI, José Arthur. **O jogo do belo e do feio**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MACHADO, Arlindo. **Arte e Mídia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Sociedade Pós-Moralista: o crepúsculo do dever e a ética indolor dos novos tempos democráticos**. São Paulo: Manole, 2005.

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

SCHMIDT, Cristina (Org). **Folkcomunicação na Arena Global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006.

#### Componente Curricular: Teoria e técnica de Relações Públicas

##### Ementa:

A relação entre história, sociologia e as teorias das Relações Públicas. As concepções teóricas e práticas nas diferentes escolas de pensamento. Abrangência e delimitações das Relações Públicas na comunicação. Os públicos, as estratégias e as técnicas de RP no contexto contemporâneo.

##### Objetivos:

Desenvolver capacidade reflexiva da teorização e da compreensão das Relações Públicas como área específica das ciências sociais aplicadas;

Compreender as estratégias aplicadas nas Relações Públicas;

Entender os públicos e os relacionamentos entre estes e as organizações.

##### Referências Básicas:

FARIAS, Luiz Alberto (org.) **Relações Públicas estratégicas**. Técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo: Summus editorial, 2011.

PERUZZO, Círcia Krohling. **Relações Públicas no modo de produção capitalista**. 4ª ed. São Paulo: Summus, 1986.

KUNSCH, Margarida Maria K. **Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

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

##### Referências Complementares:

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

FRANÇA, Fábio. **Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica**. São Caetano do Sul: Yendis Editora, 2008.

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

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

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

#### Componente Curricular: Pesquisa de Opinião Pública

**Ementa:**

Os principais conceitos e suportes metodológicos utilizados em pesquisa de opinião pública. Elaboração, aplicação e análise de projetos de pesquisa de opinião pública.

**Objetivos:**

Proporcionar ao acadêmico a teoria, a técnica e a prática da realização de pesquisas de opinião pública, clima organizacional e de mercado, bem como análises de clipping e auditorias de comunicação.

**Referências Básicas:**

CORRÊA, Tupã Gomes. **Contato imediato com opinião pública: os bastidores da ação política**. São Paulo: Global, 1998.

FORTES, Waldyr G. **Pesquisa institucional: diagnóstico organizacional para Relações Públicas**. São Paulo: Loyola, 1990.

Rosa, Maria Virginia de Figueiredo Pereira do Couto, A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismo para validação dos resultados. Belo Horizonte, MG: Autêntica, 2006.

**Referências Complementares:**

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Tradução e prefácio Jacques Wianberg. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

RUTTER, Marina e ABREU, Sertório. **Pesquisa de mercado**. São Paulo: Ática, 1988.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo, 2010.

TARDE, Gabriel. **A opinião das massas**. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

**Componente Curricular: Criação e Produção Gráfica****Ementa:**

A criatividade como habilidade para resolver problemas; a importância do processo criativo; recursos verbais e não-verbais no desenvolvimento de ideias pertinentes ao campo da comunicação. As aproximações e afastamentos do design gráfico com a arte. Produção gráfica. Teoria da cor. Técnicas dos processos gráficos. Tipologia. Acabamento.

**Objetivos:**

Facilitar ao acadêmico a compreensão das noções que fundamentam o processo criativo em produção gráfica. Elaborar estratégias de produção gráfica desde as exigências do campo de atuação do profissional de Relações Públicas.

**Referências Básicas:**

BAER, Lorenzo. **Produção gráfica**. 6ª ed. São Paulo: SENAC, 2006.

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. 8 ed. São Paulo: Futura, 2006.

DONDIS, D. **Sintaxe da linguagem visual**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em Comunicação**. 5 ed. São Paulo: Edgar Blusher, 2006.

FERNANDES, Amaury. **Fundamentos de produção gráfica para quem não é produtor gráfico**. 5ª ed. São Paulo: Rubio, 2003.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. São Paulo: Mosaico, 2002.

MENNA BARRETO, Roberto. **Criatividade em propaganda**. 13ª ed. Rio de Janeiro: Editora Documentário, 2004.

#### **Referências Complementares:**

OLIVEIRA, Ana Cláudia. **Semiótica Plástica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

PREDEBON, José. **Criatividade hoje: como se pratica e ensina**. SP: Atlas, 2003.

\_\_\_\_\_. **Criatividade: abrindo o lado inovador da mente**. SP: Atlas, 2006.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira, 1989.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**. 2ª ed. São Paulo: Callis, 2006.

<b>Componente Curricular: Planejamento Estratégico da Comunicação</b>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>Conhecer as bases do planejamento estratégico, desenvolvendo competências que lhes permitam conquistar melhores resultados operacionais e competitividade nas organizações através da comunicação.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Compreender os conceitos e definições do planejamento estratégico;  Conhecer a metodologia para elaboração e implementação do planejamento estratégico;  Elaborar planos, programas e projetos de relações públicas.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>CORREA, Roberto. <b>Comunicação Integrada de Marketing: uma visão global</b>. São Paulo: Saraiva, 2006.</p> <p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling. <b>Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada</b>. São Paulo: Summus, 2003</p> <p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). <b>Obtendo Resultados com Relações Públicas</b>. 2ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.</p> <p>NEVES, Roberto de Castro. <b>Comunicação Empresarial integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais</b>. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>CHIAVENATO, Idalberto. <b>Administração: teoria, processo e prática</b>. 4ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.</p> <p>FERREIRA, Ademir Antonio. <b>Gestão Empresarial: de Taylor aos nossos dias: evolução e tendências da moderna administração de empresas</b>. São Paulo: Thompson Learning, 2006.</p> <p>GANDIN, Danilo. <b>Planejamento como prática educativa</b>. 15 ed. São Paulo: Loyola, 2005.</p> <p>LERNER, Walter. <b>Como Planejar e organizar negócios competitivos</b>. São Paulo: IOB: Pioneira Thompson Learning, 2002.</p> <p>LUPETTI, Marcélia. <b>Planejamento de Comunicação</b>. São Paulo: Futura, 2000.</p> <p>PORTER, Michael E. <b>Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência</b>. 2ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.</p>

<b>Componente Curricular: Fotografia aplicada às Relações Públicas</b>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>“Olhar” para “ver”; fotografia, câmera e a construção da imagem; fotografia como meio de informação; a fotografia na formação da imagem corporativa; fotografia, registro e memória.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Proporcionar ao acadêmico o conhecimento sobre análise e produção fotográfica direcionada às Relações Públicas, tendo a produção cultural como foco de prática e aplicação do produto fotográfico.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>ADAMS, Ansel. <b>A câmera</b>. São Paulo: Editora SENAC, 2006.</p> <p>AUMONT, JACQUES. <b>A imagem</b>. 11<sup>o</sup> ed. Campinas: Papyrus, 2006</p> <p>BRESLIN, Jan Roberts. <b>Produção de imagem e som</b>. 2<sup>a</sup> Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009</p> <p>DUBOIS, Philippe. <b>O ato fotográfico e outros ensaios</b>. 9<sup>a</sup> ed. Campinas: Papyrus, 2006.</p> <p>MANGUEL, Alberto. <b>Lendo Imagens</b>. São Paulo, Companhia das Letras, 2001.</p> <p>SONTAG, Susan. <b>Sobre fotografia</b>. São Paulo: Companhia das Letras, 2010</p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>BUSSELLE, Michael. <b>Tudo sobre fotografia</b>. São Paulo: Pioneira, 1979</p> <p>KOSSOY, Boris. <b>Realidades e ficções na trama fotográfica</b>. São Paulo: Ateliê editorial, 2002.</p> <p>TRIGO JUNIOR, Thales. <b>Equipamento fotográfico: teoria e prática</b>. São Paulo: Ed. SENAC, 1998.</p> <p>RAMALHO, José A. <b>A escola de fotografia</b>, 4 ed. São Paulo: Futura, 2006.</p> <p>_____. <b>Fotografia digital</b>. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004</p>

<b>Componente Curricular: Comunicação e Política</b>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>compreensão da relação entre os profissionais da comunicação social, em especial Relações Públicas, e os processos políticos e eleitorais contemporâneos. Entendimento sobre o discurso político e as relações entre linguagem, ação, poder e verdade. Compreensão do espaço midiático e o dispositivo político. Análise das estratégias do discurso político. Identificação das transformações do poder político na era da comunicação eletrônica. Compreensão das formas de atuação da comunicação na política. Abordagem da comunicação e das relações públicas nas práticas governamentais. Compreensão do programa de Relações Públicas com o governo. Análise da importância e o alcance das Relações Públicas governamentais.</p>

**Objetivos:**

- Estimular o debate crítico sobre comunicação e política na sociedade contemporânea;
- Identificar o papel da opinião pública enquanto instrumento legítimo de ação política;
- Conhecer a moldura histórica da comunicação no ambiente político;
- Analisar os efeitos políticos na era da Internet;
- Discutir a crescente profissionalização das campanhas políticas e a utilização de estratégias de comunicação e marketing;
- Examinar a imagem do poder público e sua relação com a atividade de Relações Públicas;
- Apresentar subsídios para a elaboração de um planejamento de comunicação estratégica para área governamental/política;
- Entender a estrutura de comunicação na administração pública;
- Analisar o panorama brasileiro da comunicação governamental;
- Examinar a prática de Relações Públicas nas relações com o governo.

**Referências Básicas:**

- AVELAR, Lucia & CINTRA, Antonio. **O sistema político brasileiro: uma introdução**. 2ª Ed. São Paulo: UNESP, 2007.
- BOBBIO, Norberto. **Estado, governo e sociedade. Para uma teoria geral da política**. 8ª ed. Trad. Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- DALLARI, Dalmo de Abreu. **O que é participação política**. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- RUBIM, Antonio Albino. **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. São Paulo: EDUNESP, 2004.
- TORQUATO DO REGO, Francisco Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

**Referências Complementares:**

- BEZZON, Lara Crivelaro. **Comunicação, política e sociedade**. São Paulo: Alinea, 2005.
- BRANDÃO, Elizabeth. **Conceito de comunicação pública**. IN: DUARTE, Jorge (org). **Comunicação Pública: estado, sociedade e interesse público**: São Paulo: Atlas, 2007, p. 1-33.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2011.
- DORNELLES, Souvenir M.G. **O espaço das relações públicas no cenário da comunicação política**. In: **Anais do Intercom**, Salvador, 2002.
- LATTIMORE, Dan. **Relações Públicas: profissão e prática**. Porto Alegre: AMGH, 2012.



<b>Componente Curricular: Assessoria de Comunicação I</b>
<b>Ementa:</b> Elaborar planos de relações públicas e campanhas institucionais. Estudar e analisar as estratégias de comunicação utilizadas para construir a imagem corporativa, dos produtos e serviços e das formas de atuação na assessoria.
<b>Objetivos:</b> Elaborar planos de relações públicas e campanhas institucionais; Estudar e analisar as estratégias de comunicação utilizadas para construir a imagem corporativa, dos produtos e serviços e das formas de atuação na assessoria.
<b>Referências Básicas:</b> ARGENTI, Paul A. <b>Comunicação empresarial: A construção da identidade, imagem e reputação</b> . Tradução Adriana Ceshin Rieche. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. BAPTISTA, Myrian Veras. <b>Planejamento social: intencionalidade e instrumentação</b> . São Paulo: Veras Editora, 2000. KUNSCH, Margarida Maria Krohling. <b>Planejamento de relações públicas na comunicação integrada</b> . São Paulo: Summus, 2003.
<b>Referências Complementares:</b> ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza. <b>Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos</b> . São Paulo: Atlas, 1994. DUARTE, Jorge (org.) <b>Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia</b> . São Paulo: Atlas, 2002. NEVES, Roberto de Castro. <b>Comunicação empresarial integrada</b> . Rio de Janeiro: Mauad, 2004  LIMA, Gerson Moreira. <b>Releasmania: uma contribuição para o estudo do press-release no Brasil</b> . 4ª ed. São Paulo: Summus, 1985.

<b>Componente Curricular: Produção Institucional em Mídia Eletrônica</b>
<p><b>Ementa:</b> Teoria do rádio. Técnicas de redação e produção para rádio. Podcast, Jingles e spots. Teoria do audiovisual. Técnicas de redação e produção para televisão e vídeo. Distribuição e veiculação multimídia.</p>
<p><b>Objetivos:</b> Possibilitar ao acadêmico, desde as especificidades das Relações Públicas, conhecimentos dos diferentes processos da produção audiovisual, desde a história, a teoria, a prática e a veiculação de conteúdos.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>BRESLIN, Jan Roberts. <b>Produção de imagem e som</b>. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.</p> <p>EISENSTEIN, Sergei. <b>A forma do filme</b>. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.</p> <p>GRACIOSO, Francisco. <b>Propaganda institucional: nova arma estratégica da empresa</b>. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>MCLEISH, Robert. <b>Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica</b>. [Trad. Mauro Silva. São Paulo: Summus, 2001.</p> <p>MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). <b>Teorias do rádio: textos e contextos</b>. Florianópolis: Insular, 2008.</p> <p>PINHO, J. B. <b>Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas</b>. São Paulo: Summus, 1990.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>MARTIN-BARBERO, Jesus. <b>Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva</b>. São Paulo, SP: Editora SENAC, 2004.</p> <p>COMPARATO, Doc. <b>Da criação ao roteiro</b>. Rio de Janeiro: Artemídia Rocco, 1195.</p> <p>DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (orgs.). <b>Comunicação audiovisual: gêneros e formatos</b>. Porto Alegre: Sulina, 2007.</p> <p>PRADO, Magaly. <b>Produção de rádio: um manual prático</b>. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.</p> <p>WATTS, Harris. <b>Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema</b>. São Paulo: Summus Editorial, 1999.</p> <p>_____. <b>On câmera</b>. São Paulo: Summus Editorial, 1990.</p>

### Componente Curricular: Política da Cultura

#### Ementa:

Compreensão das políticas públicas e privadas na área da cultura. Reflexão sobre a temática das políticas culturais e políticas culturais no Brasil. Análise das estratégias de políticas culturais globais; mapeamento do investimento em políticas culturais. Compreensão do papel do estado e do mercado no campo da cultura. Identificação das Políticas de cultura: história e situação contemporânea. Entendimento da produção e recepção de políticas públicas e financiamento da cultura. Análise de experiências e da legislação em políticas de cultura, especialmente no Brasil e no Rio Grande do Sul. Reflexão das políticas culturais em países desenvolvidos. Análise das fontes de financiamento para a cultura no âmbito federal, estadual e municipal. Abordagem sobre o fomento à cultura brasileira e a implementação de Projetos Culturais. Conhecimento e identificação dos públicos em programações culturais.

#### Objetivos:

Mapear, estudar e compreender o campo das políticas culturais, principalmente no Brasil e no Rio Grande do Sul;

Discorrer e entender as dimensões da cultura, políticas públicas e políticas culturais;

Entender o papel dos atores sociais no mercado cultural: Produtor, artista, patrocinador, diretor e demais consentâneos;

Mapear os públicos prioritários nas políticas culturais;

Identificar o papel da mídia como segmento da indústria de cultura;

Investigar e discutir as políticas culturais no Brasil;

Analisar às Leis de Incentivo às atividades Culturais, implementadas durante os Governos Federais;

Discutir sobre as políticas públicas e culturais na esfera federal, estadual e municipal;

Identificar as relações entre políticas culturais e políticas educacionais;

Analisar a articulação e sinergia entre as atividades de Relações Públicas, Marketing Cultural e Produtor Cultural;

Identificar o produto cultural na esfera global;

Compreender o campo de atuação do Produtor Cultural no Brasil.

#### Referências Básicas:

CESNIK, Fabio de Sá. **Guia de incentivo à cultura**. 2ª ed. Manole, 2007.

CALABRE, Lia. **Políticas Culturais: Teoria e Práxis**. São Paulo: Itáu Cultural, Rio de Janeiro: Fundação Casa Rui Barbosa, 2011.

MAGALHÃES, Aloísio. **E Triunfo? A questão dos bens culturais no Brasil**. Rio de Janeiro / Brasília, Nova Fronteira / Fundação Nacional Pró-Memória, 1985.

#### Referências Complementares:

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. **Lei de Incentivo à cultura – LIC-RS**. Secretaria Estadual da Cultura, 2012. Disponível em:  
<http://www.al.rs.gov.br/legiscomp/arquivo.asp?Rotulo=Lei%20n%BA%2013490&idNorma=1064&tipo=pdf>

MATTELART, Armand. **Diversidade Cultural e Mundialização**. São Paulo, Parábola, 2005.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Programa cultural para o desenvolvimento do Brasil**. Brasília, Ministério da Cultura, 2006. Disponível em:  
[http://www2.cultura.gov.br/upload/programa%20cultural%20para%20desenvolvimento%20do%20brasil\\_1174326644.pdf](http://www2.cultura.gov.br/upload/programa%20cultural%20para%20desenvolvimento%20do%20brasil_1174326644.pdf)

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Lei Rouanet**. Brasília, Ministério da Cultura, 2010. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8313cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8313cons.htm)

OLIVIERI, Cristiane Garcia. **Cultura neoliberal. Leis de incentivo como política pública de cultura**. São Paulo, Escrituras / Instituto Pensarte, 2004.

SCHWARTZMAN, Simon; BOMERY, Helena Maria Bousquet e COSTA, Vanda Maria Ribeiro (orgs.). **Tempos de Capanema**. Rio de Janeiro / São Paulo, Paz e Terra / EDUSP, 1984.

<p><b>Componente Curricular: Economia da Cultura</b></p>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>A dinâmica da cultura na economia e a economia da cultura. As ações culturais e seus efeitos geradores de emprego e da ampliação do bem-estar econômico e social. A produção mercantil e distribuição dos bens culturais dentro da análise econômica do mercado cultural. A economia da cultura, as indústrias criativas e o desenvolvimento territorial, sustentável, endógeno, etc.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Compreender a dinâmica da cultura na economia, bem como a economia da cultura;</p> <p>Refletir sobre a realidade contemporânea das indústrias criativas na economia da cultura;</p> <p>Entender a relação entre economia, cultura e o desenvolvimento.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>BENHAMOU, Françoise. <b>A economia da cultura</b>. Cotia: Ateliê, 2007.</p> <p>BOURDIEU, Pierre. <b>A economia das trocas simbólicas</b>. São Paulo: Perspectiva, 2011.</p> <p>MINISTÉRIO DA CULTURA. <b>Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações - 2011 – 2014</b>. Brasília, Ministério da Cultura, 2011. Disponível em: <a href="http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/04/livro-portuguesweb.pdf">http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/04/livro-portuguesweb.pdf</a></p> <p>REIS, Ana Carla Fonseca. <b>Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura</b>. Barueri: Editora Manole, 2007.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>BERTINI, Alfredo. <b>Economia da cultura</b>. Porto Alegre: Saraiva, 2008.</p> <p>CASTRO, Antonio Barros de. <b>Introdução à economia: uma abordagem estruturalista</b>. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.</p> <p>ROSSETTI, Jose Paschoal. <b>Introdução à economia</b>. São Paulo: Atlas, 2003.</p> <p>THOMPSON, John B. <b>Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa</b>. Petrópolis: Vozes, 2002.</p> <p>REIS, Ana Carla Fonseca &amp; MARCO, Kátia de. <b>Economia da Cultura – Ideias e Vivências</b>. São Paulo: e-livre, 2009. Disponível em: <a href="http://www.gestaocultural.org.br/livros-online-economia-da-cultura.asp">http://www.gestaocultural.org.br/livros-online-economia-da-cultura.asp</a>.</p>

<b>Componente Curricular: Produção Cultural I</b>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>Fundamentos para a organização e a produção cultural como momentos vitais à cultura. Produção cultural como organização da cultura. A atividade de produção cultural. Os diferentes tipos de produção cultural. Panorama e peculiaridade da atividade de produção cultural nos diferentes ramos da cultura e da comunicação (mostra e exposição).</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Capacitar o discente para a realização de projetos culturais observando a produção e o consumo dos bens culturais, desenvolvendo ações e projetos nos diversos seguimentos do mercado cultural tais como: música, dança, artes visuais, artes cênicas, cinema, literatura, patrimônio, entre outros.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>CESNIK, Fabio de Sá. <b>Guia de incentivo à cultura</b>. Manole, 2012.</p> <p>LÉVY, Pierre. <b>Cibercultura</b>. São Paulo: Ed. 34, 1999.</p> <p>LIMA, Luiz Carlos Costa. <b>Teoria da Cultura de massa</b>. São Paulo: Paz e Terra, 2000.</p> <p>RUBIM, Linda (org.). <b>Organização e produção da cultura</b>. Salvador: Edufba, 2005. Disponível em: <a href="https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/146/1/Organizacao%20e%20producao%20da%20cultura.PDF">https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/146/1/Organizacao%20e%20producao%20da%20cultura.PDF</a></p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>CALABRE, Lia. <b>Políticas culturais no Brasil: dos anos 1930 ao século XXI</b>. Rio de Janeiro: FGV, 2009.</p> <p>MAGALHÃES, Aloísio. <b>E Triunfo? A questão dos bens culturais no Brasil</b>. Rio de Janeiro / Brasília, Nova Fronteira / Fundação Nacional Pró-Memória, 1985.</p> <p>NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. <b>O mercado da cultura em tempos (pós) modernos</b>. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2000.</p> <p>OLIVIERI, Cristiane. <b>Cultura neoliberal: leis de incentivo como política pública de cultura</b>. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.</p> <p>CASTELLS, Manuel. <b>A Sociedade em Rede</b>. 9ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.</p> <p>MORAES, Denis de (org.). <b>Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder</b>. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004.</p> <p>THIRY, Hermano Roberto. <b>Projetos culturais: técnicas de modelagem</b>. 2ª ed. FGV.</p>

<b>Componente Curricular: Assessoria de Comunicação II</b>
<b>Ementa:</b> Elaborar planos de relações públicas e campanhas institucionais. Estudar e analisar as estratégias de comunicação utilizadas para construir a imagem corporativa, dos produtos e serviços e das formas de atuação na assessoria.
<b>Objetivos:</b>  Elaborar planos de relações públicas e campanhas institucionais; Estudar e analisar as estratégias de comunicação utilizadas para construir a imagem corporativa, dos produtos e serviços e das formas de atuação na assessoria.
<b>Referências Básicas:</b>  ARGENTI, Paul A. <b>Comunicação empresarial: A construção da identidade, imagem e reputação</b> . Tradução Adriana Ceshin Rieche. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.  LATTIMORE, Dan. <b>Relações Públicas: profissão e prática</b> . Porto Alegre: AMGH, 2012.  KUNSCH, Margarida Maria Krohling. <b>Planejamento de relações públicas na comunicação integrada</b> . São Paulo: Summus, 2003.
<b>Referências Complementares:</b>  ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza. <b>Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos</b> . São Paulo: Atlas, 1994.  CROSS, Rob. <b>Redes Sociais: como empresários e executivos de vanguarda as utilizam para obtenção de resultados</b> . Tradução: Carlos Szlak – São Paulo: Editora Gente, 2009.  DUARTE, Jorge (org.) <b>Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia</b> . São Paulo: Atlas, 2002.  FRANÇA, Fábio. <b>Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica</b> . São Caetano do Sul: Yendis Editora, 2008.  NEVES, Roberto de Castro. <b>Comunicação empresarial integrada</b> . Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

<b>Componente Curricular: Produção Cultural II</b>
<p><b>Ementa:</b> O desenvolvimento a concepção e a operacionalização de projetos e de eventos culturais. A compreensão dos significados e funções dos espaços culturais. A inserção dos eventos em circuitos culturais. Ações culturais voltadas para o incremento das manifestações de grupos sociais. Modelos e práticas de gestão cultural: pública, privada e comunitária. Interrelações dos diferentes atores sociais na consolidação da gestão cultural. Desenvolvimento de projeto operacional de produção cultural de evento, dança e shows.</p>
<p><b>Objetivo:</b> Discutir a crescente profissionalização do mercado cultural. Habilitar o discente de Relações Públicas para a prática de projetos culturais. Apresentar as alternativas que o mercado de trabalho oferece ao produtor cultural, bem como as aptidões necessárias para o bom desempenho da atividade.</p>
<p><b>Bibliografia Básica:</b></p> <p>LÉVY, Pierre. <b>Cibercultura</b>. São Paulo: Ed. 34, 1999.</p> <p>LIMA, Luiz Carlos Costa. <b>Teoria da Cultura de massa</b>. São Paulo: Paz e Terra, 2000.</p> <p>OLIVIERI, Cristiane Garcia. <i>Cultura neoliberal. Leis de incentivo como política pública de cultura</i>. São Paulo, Escrituras / Instituto Pensarte, 2004.</p>
<p><b>Bibliografia Complementar:</b></p> <p>FUNARI, Pedro Paulo Abreu, PELEGRINI, Sandra de Cassia Araújo. Patrimônio Histórico e Cultural. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.</p> <p>GANDIN, Danilo. A prática do planejamento participativo: na educação e em outras instituições, grupos e movimentos dos campos cultural, social, político, religioso e governamental. Petrópolis, Vozes, 2007.</p> <p>NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. O mercado da cultura em tempos (pós) modernos. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2000.</p> <p>OLIVIEN, Rubem George. A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-nação. Petrópolis: Vozes, 2006.</p> <p>THIRY, Hermano Roberto. Projetos culturais: técnicas de modelagem. 2 ed. FGV.</p>

<b>Componente Curricular: Comunicação Pública, Cidadania e Democracia</b>
<p><b>Ementa:</b> Indivíduo, sociedade e construção da noção de cidadania na modernidade. O papel da comunicação no contexto social atual e na construção da cidadania. O conceito de democracia. Cidadania e democracia no Brasil. O conceito de comunicação pública. Espaço público contemporâneo e as</p>



diretrizes da comunicação pública. Democratização da comunicação.

**Objetivos:**

Contribuir para o desenvolvimento da capacidade crítica do aluno no processo de estudo dos conceitos de comunicação pública, cidadania e democracia;  
Desenvolver conteúdos que propiciem aos acadêmicos acesso a informações, bibliografia e procedimentos necessários a compreensão do papel do profissional da comunicação em uma sociedade democrática.

**Referências Básicas:**

ARENDDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

BOBBIO, Norberto. **Estado, governo e sociedade. Para uma teoria geral da política**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

MATOS, Heloiza. **Capital Social e Comunicação: Interfaces e Articulações**. Summus Editorial: São Paulo, 2009.

MATOS, Heloiza, **Comunicação pública, esfera pública e capital social**. In: DUARTE, Jorge (org) Comunicação Pública. Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo, Atlas, 2008.

**Referências Complementares:**

BOURDIEU, Pierre. **O Poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

DUARTE, Jorge Antônio Menna. **Comunicação pública**. Disponível em <<http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComPúblicaJDuartevf.pdf>>.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley.C.M. **Comunicação e Democracia: Problemas e Perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.

MAINIERI, Tiago; ROSA, Elisa Costa Ferreira. **Comunicação pública, cidadania e democracia: algumas reflexões**. Revista Comunicação Midiática, v.7, n.1, p.192-206, jan./abr. 2012. Disponível em: <http://www.mundodigital.unesp.br/revista/index.php/comunicacaomidiatica/article/viewFile/151/109>

MARQUES, Angela Cristina Salgueiro. **Comunicação, mídia e processos de democracia local: estratégias de aproximação entre governo e cidadão**. In: Revista Opinião Pública volume 15 número 1 Campinas, junho de 2009 p.107-132.- Disponível em: [www.unicamp.br/cesop/revista](http://www.unicamp.br/cesop/revista)

MATOS, Heloiza. **Capital Social, internet e TV. Controvérsias**. In: Revista Organicom. Ano 5. número 8, primeiro semestre p. 23-35. Disponível em [www.eca.usp.br/organicom](http://www.eca.usp.br/organicom).

MORAES, Denis de. (org). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

VASCONCELLOS, Coutinho, Marcelo James. **Administração pública voltada para o cidadão: quadro teórico conceitual**. In: Revista do Serviço público. ano 51, n. 3 jul-set. 2000. p. 40-72. Disponível em: [www.enap.gov.br](http://www.enap.gov.br)

<b>Componente Curricular: Trabalho de Conclusão I</b>
<p><b>Ementa:</b> Análise, problematização e discussão de temática de interesse do/a acadêmico/a com formação em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas – ênfase em Produção Cultural. Elaboração do Projeto de TCC.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Orientar o processo de escolha e definição do objeto de pesquisa; dos métodos e técnicas de pesquisa; Acompanhar a elaboração do projeto de pesquisa na área da Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas – ênfase em Produção Cultural.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>BAUER, M. W.; GASKELL, G. <b>Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático</b>. Petrópolis: Vozes, 2011.</p> <p>DUARTE, Jorge &amp; BARROS, Antônio. <b>Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação</b>. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>GIL, Antônio Carlos. <b>Como elaborar projetos de pesquisa</b>. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>GIL, Antônio Carlos. <b>Métodos e técnicas de pesquisa social</b>. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>LAKATOS, Eva Maria &amp; MARCONI, Marina de Andrade. <b>Fundamentos de metodologia científica</b> 6º ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>_____. <b>Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatoria, publicação e trabalhos científicos</b>. 7º ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>_____. <b>Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados</b>. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.) <b>Pesquisa Social: teoria, método e criatividade</b>. 25 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.</p>

<b>Componente Curricular: Ética e Legislação em Relações Públicas</b>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>O conceito de Ética. Comunicação, ética, informação e responsabilidade social. Código de Ética dos profissionais de Relações Públicas. Estudo de casos de comportamento ético. A legislação da comunicação, especialmente envolvendo as relações éticas nas organizações. Legislação e ética em Relações Públicas.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Oferecer conhecimentos básicos sobre ética e moral aplicadas às atividades do profissional de Relações Públicas;  Estimular o debate crítico sobre temas relativos à ética profissional;  Oportunizar o conhecimento da legislação que rege a área de Relações Públicas.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>BARROS FILHO, Clóvis de (org.). <b>Ética e comunicação organizacional</b>. São Paulo: Paulus, 2007.</p> <p>BARROS FILHO, Clóvis. <b>Ética na comunicação</b>. São Paulo: Summus, 2008.</p> <p>VEIRA, Stalimir. <b>Marca: o que o coração não sente os olhos não vêem</b>. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2008.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>FREITAS, Ricardo Ferreira e SANTOS, Luciane Lucas. <b>Desafios Contemporâneos em Comunicação</b>. São Paulo: Summus, 2002.</p> <p>GOMES, W. <b>Opinião Política na internet: uma abordagem ética das questões relativas à censura e liberdade de expressão na comunicação</b>.  <a href="http://www.facom.ufba.br/etica/txts/opiniaopolitica.pdf">http://www.facom.ufba.br/etica/txts/opiniaopolitica.pdf</a></p> <p>RIOS, Terezinha Azerêdo. A presença da filosofia e da ética no contexto profissional. Disponível em: <a href="http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re_vista8/78a88.pdf">http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re_vista8/78a88.pdf</a></p> <p>DUPAS, Gilberto. <i>Ética e corporações: tensões entre interesse público e privado</i>. Disponível em: <a href="http://www.revistaorganicom.org.br">www.revistaorganicom.org.br</a></p> <p>FREITAS, L.; WHITAKER, M.; SACCHI, M. <b>Ética e internet: uma contribuição para as empresas</b>. São Paulo: DVS Editora, 2001.</p> <p>PERUZZO, Círcia M.K. e KUNSCH, Margarida .K. <b>Transformação da comunicação: ética e técnicas</b>. Victoria. UFes/Intercom, 1995.</p> <p>SROUR, Robert Henry. <b>Por que empresas eticamente orientadas?</b> Disponível em: <a href="http://www.revistaorganicom.org.br">www.revistaorganicom.org.br</a></p> <p><b>Outras referências:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Constituição do Brasil (1988)</li> <li>2. Legislação específica e Códigos de Ética da área de Relações Públicas: <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1.1. Conselho Federal de Relações Públicas: <a href="http://www.conferp.org.br">http://www.conferp.org.br</a></li> <li>2.1.2. Conselho Regional de Relações Públicas: <a href="http://www.conrerprssc.org.br">http://www.conrerprssc.org.br</a></li> <li>2.1.3. Associação Brasileira de Relações Públicas: <a href="http://www.abrpnacional.com.br">http://www.abrpnacional.com.br</a></li> <li>2.1.4. Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas: <a href="http://www.abrapcorp.org.br">http://www.abrapcorp.org.br</a></li> </ol> </li> </ol>

<b>Componente Curricular: Trabalho de Conclusão II</b>
<p><b>Ementa:</b> Análise, problematização e discussão de temática de interesse do/a acadêmico/a com formação em Comunicação Social, habilitação em Relações públicas – ênfase em Produção Cultural. Elaboração do TCC final.</p>
<p><b>Objetivos:</b> Desenvolver, a partir do projeto de pesquisa, o trabalho conclusão de curso em uma área específica das Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural - ou nas suas interfaces com a área da Comunicação e elaboração do respectivo trabalho final.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b>  DUARTE, Jorge &amp; BARROS, Antônio. <b>Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação</b>. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010. GIL, Antônio Carlos. <b>Métodos e técnicas de pesquisa social</b>. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2007.  MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.) <b>Pesquisa Social: teoria, método e criatividade</b>. 25 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b> BAUER, M. W.; GASKELL, G. <b>Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático</b>. Petrópolis: Vozes, 2011.  BRANDÃO, Carlos Rodrigues (org.). <b>Pesquisa participante</b>. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.  LAKATOS, Eva Maria &amp; MARCONI, Marina de Andrade. <b>Fundamentos de metodologia científica</b> 6º ed. São Paulo: Atlas, 2007. _____. <b>Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatoria, publicação e trabalhos científicos</b>. 7º ed. São Paulo: Atlas, 2007. _____. <b>Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados</b>. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2006.</p>

<b>Componente Curricular: Libras</b>
<b>Ementa:</b> Fundamentos linguísticos e culturais da Língua Brasileira de Sinais. Desenvolvimento de habilidades básicas expressivas e receptivas em Libras para promover comunicação entre seus usuários. Introdução aos Estudos Surdos.
<b>Referências Básicas:</b> FELIPE, Tanya; MONTEIRO, Myrna. LIBRAS em contexto: curso básico: livro do aluno. 5. ed. Rio de Janeiro: LIBRAS Editora Gráfica, 2007. GESSER, Audrei. LIBRAS: Que língua é essa? São Paulo: Parábola, 2009. QUADROS, Ronice; KARNOPP, Lodenir. Língua de sinais brasileira: estudos linguísticos. Porto Alegre: Artmed, 2004.
<b>Referências Complementares:</b> CAPOVILLA, Fernando César; RAPHAEL, Walkiria Duarte; MAURICIO, Aline Cristina L. Novo DEIT-LIBRAS: Dicionário Enciclopédico Ilustrado Trilíngue da Língua de Sinais Brasileira. 2. ed. São Paulo: Editora EDUSP, 2012. v. 1 e 2. FLAVIA, Brandão. Dicionário Ilustrado de LIBRAS - Língua Brasileira de Sinais. São Paulo: Global Editora, 2011. MOURA, Maria Cecília de. O surdo, caminhos para uma nova identidade. Rio de Janeiro: Ed. Revinter, 2000. STROBEL, Karin. As imagens do outro sobre a cultura surda. Florianópolis: Editora UFSC, 2008. _____. História da educação dos surdos. Licenciatura em Letras/LIBRAS na Modalidade a Distância, Universidade Federal de Santa Catarina/UFSC, 2009. BARRETO, Madson; BARRETO, Raquel. Escrita de Sinais sem mistérios. Belo Horizonte: Ed. Libras Escrita, 2012. QUADROS, Ronice Muller de; PIMENTA, Nelson. Curso de Libras 1 (iniciante). Rio de Janeiro: LSB Vídeo, 2007. QUADROS, Ronice Muller de; PIMENTA, Nelson. Curso de Libras 2 (básico). Rio de Janeiro: LSB Vídeo, 2009.

<b>Componente Curricular: Comunicação Integrada</b>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>Compreensão dos objetivos da comunicação integrada. Análise do composto da comunicação. Contextualização do composto da comunicação com as demais áreas da comunicação. Estudos sobre o planejamento da comunicação integrada de marketing.</p>
<p><b>Objetivo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar e compreender estratégias de comunicação integrada;</li> <li>- Conhecer as ferramentas da comunicação</li> <li>- Identificar formas, ações e objetivos da comunicação</li> <li>- Compreender os conceitos e princípios da comunicação integrada de marketing</li> <li>- Descrever as atividades que integram o composto da comunicação integrada</li> <li>- Planejar estratégias de comunicação integrada</li> <li>- Avaliar o impacto e o efeito da comunicação</li> </ul>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>CORRÊA, Roberto. <b>Comunicação Integrada de Marketing</b>. São Paulo: Saraiva, 2006.</p> <p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling. <b>Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada</b>. São Paulo: Summus, 2003.</p> <p>NEVES, Roberto de Castro. <b>Comunicação empresarial integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação, crises empresariais</b>. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.</p> <p>OGDEN, James. <b>Comunicação Integrada de Marketing: conceitos, técnicas e práticas</b>. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.</p> <p>SHIMP, Terence A. <b>Comunicação Integrada de Marketing: propaganda e promoção</b>. Porto Alegre: Bookman, 2009.</p> <p>YANAZE, Mitsuro Higuchi. <b>Gestão de Marketing: avanços e aplicações</b>. São Paulo: Saraiva, 2007.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>PEREZ, Clotilde e BAIRON, Sérgio. <b>Comunicação &amp; Marketing: Teorias da Comunicação e Novas Mídias, um estudo prático</b>. São Paulo: Futura, 2002.</p> <p>PINHO, J. B. <b>Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica</b>. Campinas, São Paulo: Papyrus, 2006.</p> <p>MENEGHETTI, Sylvia Bojunga. <b>Comunicação e Marketing: fazendo a diferença no dia a dia de organizações da sociedade civil</b>. 2. ed. São Paulo: Global, 2003.</p> <p>RIBEIRO, Júlio; DIAS, Sérgio Roberto. (et.al). <b>Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência de explicar</b>. São Paulo: Atlas, 1995.</p> <p>RIES, Al; TROUT, Jack. <b>Posicionamento: a Batalha por sua Mente</b>. São Paulo: M.Books do Brasil, 2009.</p>

<b>Componente Curricular: Assessoria de Imprensa</b>
<b>Ementa:</b> A partir das teorias da comunicação, da cultura e das possibilidades técnicas das práticas jornalísticas e de relações públicas, a disciplina enfoca a análise dos instrumentos teóricos e produção de práticas de intervenções das assessorias de imprensa vinculadas às organizações públicas e privadas da sociedade
<b>Referências Básicas:</b>  CHINEM, Rivaldo. <i>Assessoria de Imprensa: Como Fazer</i> . São Paulo: Summus, 2003.  DUARTE, Jorge (org.) <i>Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica</i> . São Paulo: publicação Atlas, 2003.  LIMA, Gerson Moreira. <i>Releasmania: uma contribuição para o estudo do press-release no Brasil</i> .  LUCAS, Luciane (org.). <i>Media training: como agregar valor melhorando a relação com a imprensa</i> . São Paulo: Summus, 2007.  KOPPLIN, Elisa, FERRARETTO, Luiz Artur. <i>Assessoria de Imprensa: Teoria E Prática</i> . 3.Ed. Porto Alegre: Editora Sagra, 2000.
<b>Referências Complementares:</b>  LOPES, Boanerges. <i>O Que é Assessoria de Imprensa</i> . São Paulo: Brasiliense, 1995.  LORENZO, Gilberto & MAWAKDIYE, Alberto. <i>Manual de Assessoria de Imprensa</i> . Campos do Jordão (SP) : Mantiqueira, 2003.  LUCAS, Luciene e FREITAS, Ricardo F. (org). <i>Desafios contemporâneos em comunicação: perspectiva de relações públicas</i> . São Paulo: Summus, 2002.  MAFEI, Maristela. <i>Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia</i> . São Paulo: CONTEXTO, 2004.

<b>Componente Curricular: Interfaces da Produção Cultural</b>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>A produção cultural pode se relacionar com diversas áreas, sendo que no contexto das Relações Públicas essas interfaces adquirem um papel estratégico no exercício desta profissão. Desta forma, é possível pensar as interfaces tais como: sustentabilidade; esporte e lazer; turismo e gastronomia; responsabilidade social; e educação como eixos articuladores de estratégias, projetos e ações da produção cultural no âmbito das relações públicas.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Estabelecer relações das diferentes interfaces abordadas com a produção cultural;</p> <p>Compreender as interfaces da produção cultural como diferencial para as relações públicas a partir das interfaces; e</p> <p>Planejar estratégias de relações públicas empregando as interfaces abordadas.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>COSTA, Maria Cristina C. <b>Gestão da Comunicação:</b> terceiro setor, ONGs, Responsabilidade social e novas formas de cidadania. São Paulo: Editora Atlas, 2006.</p> <p>FARIAS, Luiz Alberto (org.) <b>Relações Públicas estratégicas:</b> Técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo: Summus editorial, 2011.</p> <p>ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). <b>Marco de Estadísticas culturales (MEC) 2009.</b> Montreal: UNESCO-UIS, 2009. Disponível em: <a href="http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191063s.pdf">http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191063s.pdf</a></p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>JORDÃO, Gisele; ALLUCICCI, Renata R.. <b>Panorama setorial da cultura brasileira 2011/2012.</b> São Paulo: Allucci&amp; Associados Comunicações, 2012. (pdf). Disponível em: <a href="http://panoramadacultura.com.br/PSCB2011_12.pdf">http://panoramadacultura.com.br/PSCB2011_12.pdf</a></p> <p>NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. <b>O mercado da cultura em tempos (pós) modernos.</b> Santa Maria: Ed. da UFSM, 2000.</p> <p>REVISTA ORGANICOM. <b>Comunicação, marketing e produção cultural.</b> Ano 7, n. 13 (2010). Disponível em: <a href="http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/issue/view/15">http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/issue/view/15</a></p> <p>_____. <b>Comunicação e esporte:</b> pesquisa, marketing e mídia. Ano 8, n. 15 (2011). Disponível em: <a href="http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/issue/view/17">http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/issue/view/17</a></p> <p>RUBIM, Linda. (org.) <b>Organização e produção da cultura.</b> Salvador: EDUFBA, 2005. (e-book) Disponível em: <a href="https://repositorio.ufba.br">https://repositorio.ufba.br</a>.</p>



<p><b>Componente Curricular: Fundamentos da Responsabilidade Social e do desenvolvimento sustentável</b></p>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>Compreensão do Conceito da Responsabilidade Social no Mundo e no Brasil; entendimento das diferenças entre Filantropia e Responsabilidade Social; análise do terceiro setor e panorama da responsabilidade social no Brasil; conhecimento do marketing social para aceitação das ideias sociais; reflexão sobre o desenvolvimento sustentável e a economia verde. Desenvolvimento de habilidades para elaboração de projetos sociais e práticas sustentáveis.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Preparar profissionais com senso crítico e reflexivo, capaz de atuar na gestão de projetos de responsabilidade social empresarial, institucional e cultural;</li> <li>- Entender as abordagens da responsabilidade social e sustentabilidade no cenário atual;</li> <li>- Compreender as interfaces e diferenças entre terceiro setor e ações de responsabilidade social;</li> <li>- Discutir a Responsabilidade social, capital social e cidadania numa economia globalizada;</li> <li>- Identificar as terminologias apresentadas sobre Ética e Responsabilidade Social;</li> <li>- Analisar as normas de certificações e sistemas de gestão para as normas de responsabilidade social;</li> <li>- Conhecer os projetos sociais na esfera pública e privada;</li> <li>- Discutir as estratégias de marketing social e o papel da mídia na assimilação social do consumo sustentável;</li> <li>- Avaliar o impacto das ações sociais na imagem institucional das organizações;</li> <li>- Mostrar casos reais de empresas nacionais e multinacionais que oferecem modelos de práticas sociais;</li> <li>- Conhecer os temas relacionados ao Balanço Social em âmbito nacional e internacional; análise e avaliação dos modelos de balanço social nas organizações públicas e privadas.</li> <li>- Despertar o interesse para a gestão de projetos sociais.</li> </ul>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>GOLDSTEIN, Llana. <b>Responsabilidade Social: das grandes corporações ao terceiro setor.</b> São Paulo: Ática, 2007.</p> <p>GRAJEW, Oded. Negócios e Responsabilidade Social. In: <b>O Dragão e a Borboleta: Sustentabilidade e Responsabilidade Social nos Negócios.</b> São Paulo: Axis Mundi, 2000. Pág 39-49.</p> <p>MANZIONE, Sydney. <b>Marketing para o terceiro setor: guia prático para implantação de marketing em organizações filantrópicas.</b> São Paulo: Novatec, 2006.</p> <p>MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. <b>Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor.</b> Rio de Janeiro: Qualitymark Ed. 1999.</p> <p>_____. <b>Gestão da Responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro.</b> Rio de Janeiro: Qualitymark Ed. 2001.</p> <p>RIBEIRO, Marislei da Silveira. <b>A Responsabilidade Social como estratégia da atividade de relações públicas – um estudo de caso na Indústria de Calçados Azaléia – Parobé / RS. 2003. 126 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.</b></p>

**Referências Complementares:**

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ROBBINS, Stephen. Stephen. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000.

REDE BRASIL SUL. **Guia de Ética e Responsabilidade Social da RBS**. Porto Alegre: RBS Publicações, 2004.

**SITES**

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. < [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)>.

Ipea. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br).

Ética Comércio Solidário. [www.eticabrasil.com.br/site/comercio\\_justo.php](http://www.eticabrasil.com.br/site/comercio_justo.php).

Fundação Getulio Vargas [revista eletrônica sobre o terceiro setor]. <[integracao.fgvsp.br](http://integracao.fgvsp.br)>

Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança. [www.fundabrinq.org.br](http://www.fundabrinq.org.br).

Instituto Fonte. [especializado em avaliação de projetos]. [www.fonte.org.br](http://www.fonte.org.br).

Portal do Filantropia.org. [www.filantropia.org](http://www.filantropia.org).

Senac [portal sobre o terceiro setor]. <[www.setor3.com.br](http://www.setor3.com.br)>.

<p><b>Componente Curricular:</b> RELAÇÕES HUMANAS E COMUNICAÇÃO – ÊNFASE NO DESENVOLVIMENTO PESSOAL E PROFISSIONAL</p>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>Psicologia e suas principais teorias. Importância das relações humanas e da comunicação no contexto pessoal e do trabalho. Principais competências e habilidades. O desenvolvimento das competências pessoais e profissionais. Técnicas de intervenção grupal e treinamento em grupo.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Através de discussões de temas envolvendo relações humanas, competência emocional e comunicação, a disciplina tem como objetivo principal desenvolver habilidades de relacionamento, despertando o interesse pelo aprimoramento pessoal e profissional, na busca de autoconfiança, automotivação e desenvolvimento de atitudes positivas.</li> <li>- Desenvolver habilidades de integração grupal e relacionamento</li> <li>- Aumentar a sensibilidade dos próprios discentes em relação as suas próprias ações e como estas afetam os demais</li> <li>-Através das praticas grupais vivenciadas possibilitar aos discentes a aprendizagem como facilitadores de diferentes grupos sociais</li> <li>- Possibilitar aos participantes um autoconhecimento em termos de crescimento e desenvolvimento psicossocial.</li> </ul>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>ADLER, Ronald; Rodman. <b>Comunicação Humana</b>. Rio de Janeiro: LTC, 2003.</p> <p>BOCK, Ana, FURTADO, Odair, TEIXEIRA, Maria de Lurdes. <b>Psicologias</b>. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>DEL PRETTE, A. <b>Psicologia das relações interpessoais: vivências para o trabalho em grupo</b>. Petrópolis: Vozes, 2001</p> <p>GOLEMAN, Daniel. <b>Inteligência emocional</b>. Rio de Janeiro: Objetiva, 1996.</p> <p>MOSCOVICI, Felá. <b>Desenvolvimento Interpessoal: Treinamento em Grupo</b>. 9ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2011.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>AFONSO, M. L. M. <b>Oficinas em Dinâmica de Grupo: um método de intervenção psicossocial</b>. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2006.</p> <p>ANTUNNES, Celso. <b>Jogos para estimulação das Múltiplas Inteligências</b>. Petrópolis: Vozes, 1998.</p> <p>BRANDER, Nathaniel. <b>Auto-estima e os seus seis pilares</b>. São Paulo: Saraiva, 1995.</p>

BOFF, Leonardo. **A águia e a galinha. Uma metáfora da condição humana.** 33. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

DUBRIN, Andrew J. **Fundamentos do comportamento organizacional.** Tradutores James Sunderland. Editora Thompson. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

FRANÇA, Ana Cristina Limongi. **Práticas de Recursos Humanos-PRH: conceitos, ferramentas e procedimentos.** São Paulo: Atlas,2009.

GARDENER, Howard. **Inteligências Múltiplas- A Teoria na prática.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1995.

HUNTER, James C. **O monge e o executivo:** uma história sobre a essência da liderança. Editora Sextante, Rio de Janeiro, 2004

LION, Elisa. **Ferramentas para viver melhor: Educação Emocional Para alcançar Objetivos..** Madras editora. São Paulo, 2003.

FIORELLI, Jose Osmir. **Psicologia para administradores. Integrando Teoria e Prática.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARQUES, Juracy C. **Ensinando para o desenvolvimento pessoal:** psicologia das relações interpessoais. Petrópolis: Vozes, 1983

FELA, Moscovici. **Equipes dão certo: A Multiplicação do talento Humano.** Rio de Janeiro: José Olympio,1998.

MINICICCI, **Relações humanas.** São Pulo: Atlas, 2001.

SHULTZ, Duane, SHULTZ, Sydney. **Teorias da Personalidade.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning,2002.

CÓDIGO	NOME	(T - P)
	Fundamentos para Assessoria de Comunicação	(0-4)
<b>Período:</b> 2012-1		
<b>Créditos:</b> 60h		
<p><b>Ementa:</b> Elaborar planos de relações públicas e campanhas institucionais. Estudar e analisar as estratégias de comunicação utilizadas para construir a imagem corporativa, dos produtos e serviços e das formas de atuação na assessoria.</p> <p><b>Objetivo:</b> A disciplina servirá como apoio complementar de carga horária para Assessoria I, disciplina oferecida no referido semestre letivo.</p> <p><b>Programa:</b> A disciplina constará de orientações para os trabalhos de Assessoria de Comunicação I.</p>		
<p><b>Bibliografia Básica:</b></p> <p>ARMANI, D. <b>Como elaborar projetos?</b> Porto Alegre: Tomo Editorial, 2000.</p> <p>DI FELICI, Massimo. <b>Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social.</b> 1ª edição. São Caetano do Sul, São Paulo: Difusão Editora, 2008.</p> <p>BAPTISTA, Myrian Veras. <b>Planejamento social: intencionalidade e instrumentação.</b> São Paulo: Veras Editora, 2000.</p> <p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling. <b>Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.</b> São Paulo: Summus, 2003.</p>		
<p><b>Bibliografia Complementar:</b></p> <p>ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza. <b>Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos.</b> São Paulo: Atlas, 1994.</p> <p>CROSS, Rob. <b>Redes Sociais: como empresários e executivos de vanguarda as utilizam para obtenção de resultados.</b> Tradução: Carlos Szlak – São Paulo: Editora Gente, 2009.</p> <p>DUARTE, Jorge (org.) <b>Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia.</b> São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>FORTES, Waldyr Gutierrez. <b>Pesquisa Institucional: diagnóstico organizacional para relações públicas.</b> São Paulo: Loyola, 1990.</p> <p>NEVES, Roberto de Castro. <b>Comunicação empresarial integrada.</b> Rio de Janeiro: Mauad, 2004.</p>		

<b>Componente Curricular: Produção Gráfica para Impressos</b>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>Fundamentos de planejamento gráfico e produção gráfica. Produção gráfica de materiais impressos: técnicas de composição e sistemas de impressão. Formatos. Diagramação: uso de softwares. Planejamento do layout de periódicos impressos. Desenvolvimento de Projetos gráficos. Orçamento.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Desenvolver a capacidade de planejar, executar e avaliar a produção de peças gráficas como instrumento de comunicação dirigida.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>ALI, Fátima. <b>A arte de editar revistas</b>. São Paulo: Cia Editora Nacional, 2010.</p> <p>COLLARO, Antônio Celso. <b>Projeto gráfico</b>: teoria e prática da diagramação. São Paulo: Summus, 2000.</p> <p>HURLBURT, Allen. <b>Layout</b>: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 1989.</p> <p>SILVA, Rafael Souza. <b>Diagramação</b>: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>FONSECA, Joaquim da. <b>Tipografia e design gráfico</b>. Porto Alegre: Bookman, 2008.</p> <p>RIBEIRO, Milton. <b>Planejamento visual gráfico</b>. 9.ed. Brasília: LGE, 2003.</p> <p>WILLIAMS, Robin. <b>Design para quem não é designer</b>. São Paulo: Callis, 2009.</p> <p>BAER, Lorenzo. <b>Produção gráfica</b>. São Paulo: Editora Senac SP, 2001.</p>

<p><b>Componente Curricular: Produção audiovisual - DCG</b></p> <p><b>60 horas</b></p>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>Especificidades e intertextualidades das mídias audiovisuais; História e linguagem audiovisual; Gêneros e formatos audiovisuais; Equipe de produção; Roteiros e <i>Storyboard</i>; Enquadramento, planos, movimentos e ângulos de câmera; Regras de continuidade; Iluminação; Áudio; Técnicas de gravação; Decupagem, edição e finalização. Veiculação e distribuição multimídia.</p>
<p><b>Objetivo Geral</b></p> <p>Compreender as possibilidades e limitações da produção audiovisual através da prática de todas as etapas de criação.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Estudar a história do audiovisual;</p> <p>Identificar noções básicas de Produção Audiovisual;</p> <p>Distinguir os principais formatos e gêneros audiovisuais;</p> <p>Veicular a produção em plataformas multimídia.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>EISENSTEIN, Sergei. <b>A forma do filme</b>. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.        _____. O sentido do filme. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002</p> <p>ARMES, Roy. <b>On vídeo</b>. São Paulo: Summus, 1999.</p> <p>BARRETO, Tiago. <b>Vende-se em 30 segundos</b>: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Editora Senac, 2010.</p> <p>BERNADET, Jean-Claude. <b>O que é cinema</b>. São Paulo: Brasiliense, 1985.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>AUMONT, Jacques. A estética do filme. Campinas (SP): Papyrus, 2011.</p> <p>REY, Marcos. <b>O roteirista profissional</b>: televisão e cinema. São Paulo: Ática, 1989.</p> <p>COMPARATO, Doc. <b>Da criação ao roteiro</b>. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.</p> <p>WATTS, Harris. Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus Editorial, 1999.        _____. On camera. São Paulo: Summus Editorial, 1990.</p>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>EISENSTEIN, Sergei. <b>A forma do filme</b>. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.        _____. O sentido do filme. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002</p> <p>ARMES, Roy. <b>On vídeo</b>. São Paulo: Summus, 1999.</p> <p>BARRETO, Tiago. <b>Vende-se em 30 segundos</b>: manual do roteiro para filme publicitário. São</p>

Paulo: Editora Senac, 2010.

BERNADET, Jean-Claude. **O que é cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

**Referências Complementares:**

AUMONT, Jacques. *A estética do filme*. Campinas (SP): Papirus, 2011.

REY, Marcos. **O roteirista profissional**: televisão e cinema. São Paulo: Ática, 1989.

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

WATTS, Harris. *Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema*. São Paulo: Summus Editorial, 1999.

\_\_\_\_\_. *On camera*. São Paulo: Summus Editorial, 1990.



<p><b>Componente Curricular: Paisagens Culturais - 60h</b></p>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>Resgate histórico e etimológico do conceito de paisagem. A paisagem como forma de expressão nas artes e na ciência. Construção de modelos teórico-metodológicos integrados de análise da paisagem. As paisagens culturais como um produto cultural contemporâneo. Economia criativa, produção cultural e paisagens. Representações sociais, memória e patrimônio cultural. Métodos e técnicas aplicadas pela fotografia no registro da paisagem.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconhecer a dimensão plural da paisagem na elaboração do conhecimento humano.</li> <li>-Referenciar as principais elaborações teórico-metodológicas das paisagens nos estudos culturais.</li> <li>- Aplicar experimentalmente um modelo teórico-metodológico na concepção da paisagem cultural.</li> <li>-Utilizar os métodos e as técnicas fotográficas para o registro da paisagem.</li> <li>- Compreender a importância da paisagem para o planejamento turístico-cultural contemporâneo.</li> </ul>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>GEERTZ, Clifford. <b>A interpretação das culturas</b>. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1989.</p> <p>CANDAU, Joel. <b>Memória e Identidade</b>. São Paulo: Editora Contexto, 2011.</p> <p>IPHAN. <b>Reflexões sobre a Chancela das paisagens culturais brasileiras</b>. Brasília: MINC, 2011. Disponível em: <a href="http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=1757">http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=1757</a></p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>IPHAN.Paisagem Cultural. Brasília: IPHAN, 2009. Disponível em: <a href="http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=1756">http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=1756</a></p> <p>MAGALHÃES, Cristiane Maria. Patrimônio e paisagem cultural: reflexões sobre a preservação das paisagens urbanas contemporâneas. Revista CPC, São Paulo, n.15, p. 007-026, nov. 2012/abr. 2013. Disponível em: <a href="http://www.revistas.usp.br/cpc/article/download/61287/64223">http://www.revistas.usp.br/cpc/article/download/61287/64223</a></p> <p>SEBRAE/MS(Org.). Mato Grosso do Sul sem fronteiras : características e interações territoriais : Brasil, Bolívia, Paraguai. 1.ed. Campo Grande, MS : Editora Visão : SEBRAE/MS, 2010. Disponível em: <a href="http://semfronteiras.ms.sebrae.com.br/uploads/download/LIVROfinal.pdf">http://semfronteiras.ms.sebrae.com.br/uploads/download/LIVROfinal.pdf</a></p> <p>PINTO, Muriel. As micro-identidades da Região das Missões Jesuítica-Guarani através da interpretação das paisagens culturais: uma dialética com as reflexões de Guy Di Méo. Revista do Departamento de Geografia – USP, Volume 24 (2012), p. 124-150. Disponível em: <a href="http://citrus.uspnet.usp.br/rdg/ojs/index.php/rdg/article/viewFile/326/409">http://citrus.uspnet.usp.br/rdg/ojs/index.php/rdg/article/viewFile/326/409</a></p> <p>UNESCO. RECOMENDAÇÕES SOBRE A PAISAGEM HISTÓRICA URBANA. UNESCO, 2005. Disponível em: <a href="http://www.sintraovpm2011.com/ocs/public/conferences/1/docs/UNESCO_RECOMENDA.pdf?PHPSESSID=25f455cc3e79b22f3de89e90062ee414">http://www.sintraovpm2011.com/ocs/public/conferences/1/docs/UNESCO_RECOMENDA.pdf?PHPSESSID=25f455cc3e79b22f3de89e90062ee414</a></p>

<b>Componente Curricular:</b> Agentes e Instituições Culturais
<p><b>Ementa:</b></p> <p>As funções e atribuições dos agentes e das instituições na produção cultural. As atribuições de regulação, normatização, mediação e organização das instituições nos diferentes momentos da cultura. Os agentes e as instituições do Estado, mercado e terceiro setor e as diversas implicações nos domínios culturais.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compreender as atribuições dos agentes e instituições na produção cultural;</li> <li>- Entender as estratégias de negociação e articulação entre os agentes e as instituições dentro da estrutura de cada domínio cultural;</li> <li>- Compreender as formas de atuação dentro das instituições por meio das atribuições de regulação, normatização, mediação e organização.</li> </ul>
<p><b>Referências Básicas:</b></p> <p>MARTINELL, Alfons. <b>Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural</b>. Revista Ibero-americana de Educación. n. 20, May/ago., 1999. p. 201-215. Disponível em: <a href="http://www.rieoei.org">http://www.rieoei.org</a>.</p> <p>INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS – IBRAM. Site oficial disponível em: <a href="http://www.museus.gov.br">http://www.museus.gov.br</a></p> <p>RUBIM, LINDA. (org.) <b>Organização e produção da cultura</b>. Salvador: EDUFBA, 2005. (e-book) Disponível em: <a href="https://repositorio.ufba.br">https://repositorio.ufba.br</a>.</p> <p>WILLIAMS, Raymond. <b>Cultura</b>. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.</p>
<p><b>Referências Complementares:</b></p> <p>HASITSCHKA, Werner; et al. <b>Cultural Institutions Studies</b>: Investigating the transformation of Cultural Goods. The Journal of Arts Management, Law and Society. Vol. 35, n. 2, p. 01-14, 2005. Disponível em: <a href="http://personal.mdw.ac.at/zembylas/Texte/Cultural%20Institutions%20Studies_v08.pdf">http://personal.mdw.ac.at/zembylas/Texte/Cultural%20Institutions%20Studies_v08.pdf</a></p> <p>INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL – IPHAN. Site oficial disponível em: <a href="http://portal.iphan.gov.br">http://portal.iphan.gov.br</a></p> <p>NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. <b>O mercado da cultura em tempos (pós) modernos</b>. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2000.</p> <p>Revista Observatório Itaú Cultural. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. Disponível em: <a href="http://novo.itaucultural.org.br/explore/observatorio/revista/">http://novo.itaucultural.org.br/explore/observatorio/revista/</a>.</p> <p>ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). <b>Marco de Estadísticas culturales (MEC) 2009</b>. Montreal: UNESCO-UIS, 2009. Disponível em: <a href="http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191063s.pdf">http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191063s.pdf</a></p>

## **2.3.5 Flexibilização curricular**

### **2.3.5.1 Atividades complementares de graduação**

O Curso aprovou o regulamento de Atividades Complementares de Graduação, ata nº 05/2012, de sete de maio de 2012. Este documento segue a Resolução nº 29/2011 do Conselho Universitário - CONSUNI. As disciplinas complementares prevêem a realização de 300 horas de Atividades classificadas em quatro grupos: I - Atividades de Ensino; II - Atividades de Pesquisa; III - Atividades de Extensão; IV - Atividades Culturais, Sociais, de Gestão e Artísticas.

### **2.3.5.2 Trabalhos de conclusão de curso**

Os componentes curriculares denominados “Trabalho de Conclusão de Curso I e II” do Curso de Relações Públicas ênfase em Produção Cultural conduzirão à produção, nos dois últimos semestres, de um Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, realizado como um Trabalho Monográfico relacionado com as problemáticas teóricas pertinentes ao currículo vigente nos cursos.

Considera-se Trabalho de Conclusão de Curso o Trabalho Monográfico que desenvolva uma reflexão teórica a partir de atividades de pesquisa, sua análise e procedimentos metodológicos, organizados de forma técnica adequada às normas de produção de um trabalho científico.

O Trabalho Monográfico escrito deverá apresentar um texto acabado, expressão do desenvolvimento do projeto executado, tendo um mínimo de 40 páginas, contendo elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais, conforme normas da ABNT.

As disciplinas denominadas “Trabalho de Conclusão de Curso I e II” desenvolver-se-ão de acordo com o seguinte encaminhamento:

- O aluno elaborará um Projeto de Pesquisa na Disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I como sua proposta pessoal à atividade dos Trabalhos de Conclusão de Curso em concordância com o professor orientador - sendo esse do

quadro de docentes do Curso - previamente acertado entre ambas as partes, o qual será pré-requisito para a disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II.

- A proposta de projeto deverá conter informações sobre a natureza e objetivos do mesmo, sua metodologia, técnicas e recursos necessários para a realização, bem como a indicação do orientador estabelecido;

- Devem constar do Projeto os seguintes elementos: título, tema, delimitação do tema, questão problema de pesquisa, objetivos, justificativa, quadro referencial teórico ou revisão de literatura, metodologia, cronograma de execução, orçamento e bibliografia (Modelos de projeto TCC, conforme apêndices 01 e 02);

- Por ocasião da matrícula curricular, o aluno deverá apresentar o projeto com o “De Acordo” do orientador, acompanhado de uma declaração de sua viabilidade e importância no conjunto do desenvolvimento do Curso;

- Faz parte do desenvolvimento das disciplinas participar das atividades programadas (tais como seminários, encontros, simpósios, entre outros);

- O aluno deverá manter contato regular de orientação com seu orientador, o que será computado como frequência e como desempenho discente.

O Relatório Final do Trabalho de Conclusão de Curso será encaminhado pelos alunos à Comissão de Trabalho de Conclusão de Curso, na data por ela afixada, em três cópias (digitais ou impressas, dependendo da preferência dos membros da banca).

#### **Antes da banca:**

- Entregar, na data acordada, o Trabalho de Conclusão de Curso ao professor responsável pela disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, em três versões impressas (ou digitais, caso o professor orientador e/ou os membros da Banca Examinadora assim preferirem);

#### **Depois da banca:**

- Após a Sessão de Defesa (se aprovado), enviar, em até sete dias, a versão definitiva (em formatos “.doc” e “.pdf”), contendo a Folha de Aprovação (scaneada) devidamente assinada pela Banca Examinadora, ao e-mail do professor responsável

por esta disciplina, além de duas cópias digitais, devidamente identificadas em CD ROM;

- Entregar (até a mesma data) em formato impresso, o Termo de Autorização de disponibilização do Trabalho na Biblioteca do Campus;
- Os trabalhos entregues na Biblioteca do Campus, também serão disponibilizados no site do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural.

Na data fixada para avaliação da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, conforme o calendário escolar da UNIPAMPA, o aluno apresentará pessoalmente seu trabalho final à Banca Examinadora, submetendo-o a seu exame e avaliação. A aprovação é conferida ao aluno que obtiver 6,0 (seis) como nota mínima.

Os projetos podem ser co-orientados por docentes de outros cursos da UNIPAMPA.

A orientação do Trabalho de Conclusão de Curso apresenta quatro dimensões, correspondentes às competências da comissão orientadora, do professor orientador, da banca examinadora e do orientando.

**À Comissão de Trabalhos de Final de Curso – <sup>8</sup>Comissão de TCC, designada pelo Colegiado do Curso de Relações Públicas ênfase em Produção Cultural, compete:**

- a) Zelar pelas condições de desenvolvimento das atividades dos alunos e dos orientadores no desempenho dos seus projetos;
- b) Programar e efetivar atividades que visem à melhoria e planificação dos “Trabalhos de Conclusão de Curso”;
- c) Propor alternativas às questões e dificuldades que venham a surgir no âmbito dos “Trabalhos de Conclusão de Curso”;
- d) Elaborar o Calendário de Atividades;
- e) Avaliar pedidos de alteração de orientador ou projeto;

---

<sup>8</sup> Professores Cristóvão Domingos de Almeida, Carmen Abreu e Valmor Rhoden.

- f) Constituir as Bancas Examinadoras;
- g) Encaminhar à aprovação do Colegiado dos Cursos de Comunicação Social o Calendário de Defesas proposto a partir das datas sugeridas pelos orientadores;
- h) Divulgar amplamente no mural da Coordenação do curso a listagem geral das defesas com informações sobre a composição das bancas, os dias, locais e horários das defesas (Modelo de Ata de defesa de trabalho de conclusão de curso, conforme Apêndice 03);
- i) Encaminhar o convite a docentes de outras subunidades e de outras instituições de ensino superior para composição de bancas, promovendo também a prática interdisciplinar e intercâmbio interinstitucional;
- j) Receber o Relatório dos “Trabalhos de Conclusão de Curso”, procedendo ao seu protocolo na Secretaria dos Cursos de Comunicação Social na data e horário aprezados, fixados em até 15 dias antes da data de avaliação de segundo bimestre, segundo o calendário da Universidade, e realizando a rubrica e liberação para distribuição aos membros da Banca de Avaliação;
- K) Preencher os cadernos didáticos;
- l) Reprovar o aluno que não entregar o trabalho no dia aprezado;
- m) Avaliar as questões pendentes.

**Ao Professor Orientador, compete:**

- a) Orientar devidamente as atividades de pesquisa e/ou experimentação de seu orientando (Modelo de declaração de aceite do orientador, conforme Apêndice 04)
- b) Estabelecer parâmetros e tempos de orientação do trabalho desenvolvido pelo aluno;
- c) Avaliar o desempenho do orientando na sua globalidade, lembrando-se de que o Trabalho de Conclusão de Curso constitui-se num trabalho conclusivo a qualquer Curso de Comunicação Social;
- d) Decidir se o trabalho tem qualidade suficiente para ir à banca e em caso negativo, informar a Comissão da reprovação do aluno (Modelo de Declaração de

cancelamento de orientação, conforme apêndice 05);

e) Definir e avaliar a constituição da Banca Examinadora, sugerindo data e horário de defesa à Comissão de Trabalho de Conclusão de Curso;

f) Presidir a Banca Examinadora no ato de avaliação do Relatório do Trabalho de Conclusão de Curso;

g) Avaliar o orientando de acordo com os critérios estabelecidos;

h) Encaminhar ao setor competente a ata com os registros disciplinares e devidos resultados referentes ao desempenho nos semestres e na apresentação e defesa do Relatório do Trabalho de Conclusão de Curso frente à banca designada;

i) Proceder ao trâmite de registro do Projeto, quando pertinente.

**À Banca Examinadora compete:**

a) Analisar o Relatório do Trabalho de Conclusão de Curso;

b) Avaliar, aprovando ou não, o Relatório do Trabalho de Conclusão de Curso. (Conforme modelo de Parecer, Apêndice 07)

**Ao Acadêmico orientando**, matriculado em qualquer das disciplinas de “Trabalho de Conclusão de Curso”, compete:

a) Conduzir-se como produtor de conhecimento, esforçando-se pela apresentação de um processo de investigação e/ ou criação autêntica e afinada com seu desempenho acadêmico;

b) Comparecer às atividades estabelecidas pela Comissão Trabalhos de Conclusão de Curso – Comissão de TCC - e atender à linha de orientação do professor orientador;

c) Entregar o Relatório do Trabalho de Conclusão de Curso à Comissão de Conclusão de Curso – Comissão de TCC, protocolando-a na data e horário aprazados;

d) Comparecer regularmente aos trabalhos de orientação, conforme disciplinamento acordado com o professor orientador;

e) Apresentar a nominata de banca sugerida pelo orientador na data aprazada pela Comissão de Trabalhos de Conclusão de Curso, em que constará a sugestão de data e horário para defesa do seu trabalho;

f) Apresentar o Protocolo de Entrega do Relatório do Trabalho de Conclusão de Curso, comprovando o recebimento das cópias pelos membros da banca avaliadora para a Comissão de Trabalhos de Conclusão de Curso.

São condições a serem consideradas no processo de avaliação dos Trabalhos de Conclusão de Curso:

a) preferencialmente, a banca de Avaliação deverá ser composta por pelo menos um docente do Curso de Relações Públicas ênfase em Produção Cultural, observando a especialidade do projeto em questão;

b) Estima-se em 4 (quatro) o número máximo de projetos que cada docente poderá orientar por semestre letivo;

c) Estima-se em 8 (oito) o número máximo de bancas de avaliação que cada docente poderá participar.

O Relatório do Trabalho de Conclusão de Curso será avaliado em duas instâncias:

Pelo orientador, constituindo a nota de Primeira Avaliação, quando ele deve pesar:

a) O empenho do aluno na atividade investigativa;

b) A qualidade e relevância do projeto;

c) A capacidade técnica e/ ou de análise;

d) Os procedimentos metodológicos;

e) A aplicação e frequência nos encontros programados.

Na nota de Primeira Avaliação, o orientando deve alcançar média igual ou superior a seis para ter direito à apresentação e defesa perante a banca examinadora.

Pela Banca Examinadora, constituindo a nota de Segunda Avaliação e formada pela média das notas do segundo e terceiro membros da banca de



avaliação. No ato, a banca deverá proceder à arguição do candidato e ponderar qualitativamente sobre o Relatório do Trabalho de Conclusão de Curso, estabelecendo a necessidade ou não de reformulações ou correções.

A Banca Examinadora avaliará o Relatório do Trabalho de Conclusão de Curso como produto final, considerando a validade e peso do conteúdo, a correção gramatical e os atributos comunicacionais, e a observância das normas de apresentação de um trabalho científico; avaliará ainda a exposição oral do trabalho pelo autor, considerando principalmente o domínio claro e seguro dos objetivos e a observância de processos no desenvolvimento do trabalho, assim como a objetividade na argumentação das respostas às questões que lhe forem propostas.

Ocorrendo a situação de aprovação do trabalho, a banca avaliadora poderá exigir a correção de aspectos gramaticais e ortográficos, bem como demais ajustes referentes ao conteúdo do trabalho.

É facultada ao orientando a solicitação de troca de orientador no máximo uma vez durante o semestre, justificando-a por escrito e condicionando-a ao aval da Comissão de Trabalhos de Conclusão de Curso (Modelo de Declaração de troca de orientador, conforme Apêndice 06).

Os casos omissos nestas normas deverão ser resolvidos pela Comissão de Trabalho de Conclusão de Curso e / ou Comissão do Curso.

#### 2.3.5.3 Estágios

O curso não oferece a opção de Estágio Curricular Obrigatório, porém há outros espaços de prática discente. Na área da comunicação isto é realizado considerando o processo – nas disciplinas de Planejamento Estratégico de comunicação, Assessoria de Relações Públicas I e II, do terceiro ao quinto semestre. E na área da Produção Cultural, nas disciplinas de Produção Cultural I e II (no quinto e sexto semestre).

Além disso, há estágios extracurriculares sendo realizados no curso e que são fundamentais pois auxiliam na abertura do mercado de trabalho na região (a

área ainda não é muito conhecida), além de propiciar experiência prática aos alunos extraclasse. Já são mais de uma dezena de empresas. Além disto, o curso tem regulamento destes estágios supervisionados (Apêndice 13), no qual o aluno escolhe o professor para orientação.

#### 2.3.5.4- A Pesquisa e Extensão

A Unipampa tem suas políticas de extensão e pesquisa, que incentivam a participação docente e discente. Não obstante, o curso de Relações Públicas com ênfase em produção cultural também estimula os docentes e alunos. Desde 2012 o curso de Relações Públicas participa do Projeto Jovens Talentos do Ministério de Ciências e Tecnologias. Internamente, os professores participam de projetos de pesquisa e extensão com bolsas acadêmicas – o que acaba incentivando a participação discente. Além disto, viagens acadêmicas são realizadas, potencializando uma experiência prática com o ensino teórico. O curso realiza ainda eventos com setores da comunidade acadêmica e local para inserir o curso e alunos no cenário e, desta forma, auxiliar o desenvolvimento regional através de novas ações e projetos.

A concepção de **pesquisa** do curso insere-se na perspectiva da própria universidade, descrita em seu Projeto Institucional, ou seja: pesquisa voltada para a construção de conhecimento científico básico e aplicado, de caráter interdisciplinar, que busca o estreitamento das relações com o ensino e a extensão, visando ao desenvolvimento da sociedade. A construção da relação da pesquisa com o ensino e a extensão possibilita uma leitura contínua e crítica da realidade. Em consonância com os princípios gerais do Projeto Institucional e da concepção de formação acadêmica, a pesquisa será pautada pelos seguintes princípios específicos:

- formação de recursos humanos voltados para o desenvolvimento científico e tecnológico;
- difusão da prática da pesquisa no âmbito da graduação e da pós-graduação;
- produção científica pautada na ética e no desenvolvimento sustentável.

A **extensão** no curso segue a diretriz para a área da instituição – UNIPAMPA – que assume o papel de promover essa articulação entre a universidade e a

sociedade, seja no movimento de levar o conhecimento até a sociedade, seja no de realimentar suas práticas acadêmicas a partir dessa relação dialógica. Em consonância com os princípios gerais do Projeto Institucional e da concepção de formação acadêmica, a extensão é pautada pelos seguintes princípios específicos: impacto e transformação, interação dialógica e interdisciplinaridade, indissociabilidade entre ensino e pesquisa.

O incentivo para tais atividades na Unipampa é considerado indispensável. Todos os professores do curso de Relações Públicas, do seu quadro efetivo, são 40 horas, com dedicação exclusiva. Há possibilidade de afastamento para a capacitação ou concessão de horário especial, quando necessário, bem como com recursos para participação em eventos da área.

Os discentes também são incentivados através dos projetos destas áreas – elaborados pelos docentes. Há na Unipampa, em cada, semestre a distribuição de bolsas de pesquisa, ensino, monitoria e extensão – para os quais os docentes concorrem. Se aprovados – através de editais – selecionam alunos para se incorporarem às atividades. Além disso, há possibilidade de participação como bolsista voluntário, o que serve como uma preparação complementar ao discente.

Neste sentido, é tradição, desde o início do curso, a realização no início do ano do Encontro Cultural e a Semana de Relações Públicas, na primeira semana de dezembro, em comemoração alusiva ao dia nacional das Relações Públicas (comemorado dia 02 de dezembro). Mesmo focado no público discente, os eventos são abertos para a comunidade local, com a realização de palestras em comunicação ou produção cultural, atividades artísticas, oficinas, entre outros. Relatórios destas ações estão disponíveis na coordenação do curso.

#### 2.3.5.5 A Agência Experimental

Em face da necessidade e relevância de uma maior integração dos acadêmicos do Curso de Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal da Unipampa com o mundo do trabalho e, conseqüentemente, com os públicos de interesse (organizações não governamentais, órgãos públicos, instituições escolares, entre outros), além da

importância de realizar trabalhos práticos para a própria universidade, optou-se por estruturar um projeto que possibilite a criação de uma **Agência Experimental de Relações Públicas e Produção Cultural** ( logomarca e descrição em anexo).

Primeiramente, em caráter de laboratório, a agência irá prestar serviços somente à comunidade da Unipampa. Posteriormente, esses serviços se estenderão à comunidade em geral, sendo eles: assessoria e consultoria, planejamento e organização de eventos, relacionamento com a mídia, elaboração e execução de projetos culturais, entre outros. Desse modo, a sociedade e os municípios de abrangência da Unipampa serão contemplados com ações qualificadas e diversificadas de profissionais e universitários que se dedicam à Comunicação e à Produção Cultural.

O objetivo geral da Agência é oportunizar aos acadêmicos de Relações Públicas a interrelação com as teorias estudadas na universidade, com práticas diversificadas nas áreas de Comunicação e Produção Cultural. Seus objetivos específicos são os seguintes:

- Preparar o aluno de Relações Públicas para realizar atividades de pesquisa, planejamento, assessoramento e execução de projetos, programas e planos de avaliação;
- Gerenciar e facilitar o processo de comunicação organizacional, estabelecendo a compreensão mútua entre a organização e seus públicos de interesse;
- Promover a interação entre as instituições de ensino e pesquisa e a sociedade;
- Capacitar o profissional para a análise, planejamento, implementação e controle de estratégias de produção cultural, alocando recursos públicos e privados para a produção e gestão de atividades e bens culturais.

Sendo assim, a agência experimental tem, como missão, promover o desenvolvimento social e cultural de sua região de abrangência, relacionando teoria e prática, mediante a articulação, promoção e operacionalização de ações internas e externas à Unipampa, propiciando, assim, apoio às iniciativas das áreas de comunicação e cultura.

No que tange a seus valores, a agência direciona suas ações a partir de

princípios éticos e críticos, com base no mundo do trabalho, para uma atuação mais qualificada de seus profissionais em empreendimentos diversificados, que proporcionem a interação entre as empresas e as instituições de ensino e pesquisa.

Portanto, sua visão está voltada para contribuir com o campo de atuação profissional de Relações Públicas e da produção cultural. No mundo do trabalho, eminentemente competitivo, esse profissional necessita exercer um papel de agente consciente do significado da comunicação, ao mediar ações de interesses tanto das instituições quanto da sociedade.

Assim sendo, com as atividades realizadas pela Agência Experimental de Relações Públicas e Produção Cultural, espera-se contribuir para uma prática, tanto discente quanto docente, mais qualificada e contextualizada, possibilitando aos acadêmicos consolidar conhecimentos e desenvolver competências e habilidades em sua área de atuação. Somam-se a isso os benefícios a serem desfrutados pela instituição universitária, bem como pela comunidade em geral.

### 3 RECURSOS

#### 3.1 CORPO DOCENTE

Atualmente o quadro docente é composto por **oito** docentes específicos (base de 2014-1) do curso e outros **cinco** de áreas complementares, porém este quadro dos complementares se modifica a cada semestre, bem como o dos específicos em função ainda da estruturação do corpo docente do curso:

1. Prof<sup>a</sup>. Ma. Carmen Regina A. Gonçalves – RELAÇÕES PÚBLICAS – quatro anos de experiência docente
2. Prof. Dr. Cristóvão Domingos de Almeida – RELAÇÕES PÚBLICAS – quatro anos de experiência docente
3. Prof. Erick Melo Maciel – ADMINISTRADOR – cinco anos de experiência docente
4. Prof. Dr. Joel Felipe Guindani – RÁDIO E TV – cinco anos de experiência docente
5. Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Joseline Pippi - JORNALISTA - seis anos de experiência docente
6. Prof. Grad. Keli Krause - LIBRAS - 1 ano de experiência docente
7. Prof. Dr<sup>a</sup> Marcela Guimarães e Silva - RELAÇÕES PÚBLICAS – nove anos de experiência docente
8. Prof. Dr. Geder Parzianello – Vinte e cinco anos de experiência docente.
9. Prof. Dr<sup>a</sup> Sara Alves Feitosa- JORNALISTA – três anos de experiência docente
10. Prof. Me. Tiago Costa Martins - RELAÇÕES PÚBLICAS – três anos de experiência docente
11. Prof. Dr. Valmor Rhoden - RELAÇÕES PÚBLICAS – Treze anos de experiência docente
12. - Prof. Dr<sup>a</sup> Priscila Rodrigues – SOCIÓLOGA – 2 anos de experiência docente
13. prof. Dr. Wesley Grijó – JORNALISTA – 1 ano de experiência

O curso ainda tem a necessidade de contratação de docentes e há uma falta de profissionais que tenham a formação em Relações Públicas com mestrado e/ou doutorado em Produção ou gestão cultural, que é a ênfase do curso.

Como apoio às demandas docentes, além da coordenação de curso, há ainda as estruturas da Coordenadoria de Apoio Pedagógico (CAP), vinculada a Pró-Reitoria de Graduação da UNIPAMPA e Núcleo de Desenvolvimento Educacional (NuDE) vinculado a Coordenação Acadêmica do Campus.

### 3.2 CORPO DISCENTE

Apresentamos as ações institucionais, que visam o atendimento pedagógico ao discente através do Programa de Acompanhamento ao Estudante da Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis e Comunitários (PRAEC), elaborado em conjunto com a CAP (Coordenadoria de Apoio Pedagógico), NuDE (Núcleo de Desenvolvimento Educacional), Coordenadores Acadêmicos e Coordenadores de Cursos.

A Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis e Comunitários (PRAEC), da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), desenvolve programas que visam melhorar as condições de acesso e de permanência dos acadêmicos na universidade, bem como contribuir com a qualificação do processo pedagógico, em uma perspectiva de formação plena e cidadã. De maneira articulada com outros setores da instituição, são oferecidos os seguintes programas:

- O Programa Bolsas de Permanência (PBP) auxilia os estudantes de graduação e de pós-graduação *stricto sensu*, em vulnerabilidade socioeconômica, situação esta que pode comprometer a continuidade de seus estudos. O PBP visa melhorar o desempenho acadêmico e prevenir a evasão e retenção. O Programa é constituído pelas modalidades: Auxílio Alimentação – que contribui com as despesas decorrentes das necessidades de refeição diária do aluno; Auxílio Moradia – para atender os alunos cuja residência é externa ao do município de seu Campus ou que não residam em região urbana pertencente ao município de seu Campus e que necessitam ficar residência em região urbana no município de seu Campus; Auxílio Transporte – que contribui com as despesas de transporte vinculadas às atividades

acadêmicas regulares. Os auxílios são de R\$ 130,00 para Alimentação, R\$ 200,00 para Moradia e R\$ 70,00 para Transporte. O aluno que ingressar neste Programa poderá receber os benefícios até se formar, desde que continue atendendo aos critérios acadêmicos e de renda, por meio de comprovação periódica junto à assistente social de sua unidade. São realizadas edições anuais de seleção para entrada de beneficiários no Programa. A avaliação para a concessão do benefício é feita pela equipe técnica da PRAEC, que conta com assistentes sociais nos dez *Campi* da Universidade. Para se inscrever, o aluno necessita apresentar a documentação exigida em edital, a fim de comprovar sua situação, em envelope lacrado e identificado, juntamente com o formulário de inscrição. Podem ser realizadas entrevistas e visitas domiciliares, a critério da assistente social. Em 2012, foram beneficiados 194 alunos de São Borja, aos quais foram repassados 163 auxílios alimentação, 142 auxílios moradia e 155 auxílios transporte, desses 50 estudantes são do curso de Relações Públicas. Em, 2013 houve ampliação dos beneficiados, totalizando no campus 284 estudantes, desses 56 são do curso de Relações Públicas. Neste ano, 2014, com os concluintes dos cursos totaliza 216 beneficiários do Programa, desses 35 estudantes são do curso de Relações Públicas. Vale registrar que, mesmo com o Edital PBP aberto, não está tendo a inclusão de novos beneficiários em decorrência da deflagração da greve dos servidores administrativos, uma vez que são os Técnicos que fazem a conferência dos documentos dos estudantes.

- O Programa de Apoio à Instalação Estudantil (PBI) é destinado aos estudantes ingressantes, em situação de vulnerabilidade socioeconômica, não residentes no município onde está situada a sua unidade acadêmica ou não residam em região urbana pertencente ao município do seu campus, mas que precisarão fixar residência no município de seu Campus. O PBI consiste na concessão de auxílio financeiro, em uma única parcela, para apoiar a instalação destes alunos nas cidades dos campi da UNIPAMPA, em despesas com transportadora, aluguel e hospedagem iniciais, etc. O auxílio é de R\$ 360,00 e já beneficiou 19 alunos. Uma vez instalado, o estudante pode ser atendido por outras modalidades de benefício oferecidas pela UNIPAMPA. Para participar do processo seletivo deste benefício, o aluno deve estar matriculado e apresentar documentos que comprovem o atendimento aos requisitos do edital, além do formulário específico corretamente preenchido. Além da avaliação técnica, há também o suporte das assistentes sociais



por unidade acadêmica no mapeamento das possíveis ofertas de moradias.

- O Programa de Bolsas de Desenvolvimento Acadêmico (PBDA) é realizado em parceria com as pró-reitorias acadêmicas, e permite que os acadêmicos, previamente inscritos e selecionados, adquiram experiência em uma das quatro modalidades de formação acadêmica (Iniciação à Pesquisa, Iniciação à Extensão, Iniciação ao Ensino e Iniciação à Gestão Acadêmica), o que contribui para a sua manutenção financeira e permanência acadêmica. Os valores das bolsas deste programa se equiparam aos dos principais órgãos de fomento. Na edição do ano de 2012 foram deferidas em São Borja 14 bolsas de extensão, 16 bolsas de ensino, 2 bolsas de gestão e 12 bolsas de pesquisa, totalizando 44 bolsas do PBDA. Em 2013, o campus São Borja foi contemplado com 58 bolsas, desses 14 estudantes do curso de Relações Públicas efetivaram como bolsistas nos projetos de ensino, monitoria, pesquisa e extensão. Na edição PBDA 2014, o campus São Borja foi contemplado com 48 bolsas, desses 18 estudantes do curso de Relações Públicas são bolsistas nos projetos de ensino, monitoria, pesquisa e extensão. Os orientadores apresentam planos de atividades para os bolsistas, com base em projetos registrados (exceto em algumas modalidades), que são analisados pelas respectivas comissões de ensino, pesquisa e extensão. Os requisitos que o aluno deve cumprir para concorrer a uma bolsa são: estar matriculado em, no mínimo, 12 créditos semanais, em curso de graduação; apresentar a documentação exigida no ato da inscrição; apresentar desempenho acadêmico satisfatório, que corresponde à aprovação em, no mínimo, 60% dos créditos matriculados no semestre anterior à solicitação da bolsa; ter disponibilidade de tempo para atender às atividades programadas; não ter qualquer outra atividade remunerada, exceto ser beneficiário do PBP, e não ter pendências documentais relativas ao PBDA.

- O Programa de Apoio à Participação Discente em Eventos (PAPE) visa contribuir para o custeio de despesas inerentes à participação em eventos. O valor do auxílio depende da localidade do evento e do período de participação do discente. O auxílio se destina à participação de discente na condição de apresentador de trabalho, ministrante de oficinas, organizador de evento e membro de Diretório Acadêmico (DA) em evento do movimento estudantil externo à universidade. Nesse contexto, também se insere o apoio da PRAEC à participação dos alunos no Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE,

promovido anualmente pela instituição. Em 2012, ano de início do PAPE, foram deferidos 12 auxílios a estudantes do Campus de São Borja. Em 2013, com ampliação dos recursos financeiros, 120 estudantes do campus São Borja receberam recursos para participarem de eventos locais, nacionais e internacionais. Em 2014, com a análise da Resolução da Política de Assistência Estudantil e Comunitária pelo Conselho Universitário (Consuni), normatizou os procedimentos para obtenção dos recursos financeiros, por esse motivo o Edital do PAPE foi lançado em maio e até o dia 15 de junho, 4 (quatro) estudantes do campus São Borja forma contemplados com os auxílios.

- O Programa Anauê prevê o acompanhamento dos estudantes indígenas aldeados, através de três linhas gerais: apoio pedagógico, principalmente pelo acompanhamento de monitor e tutor e do acolhimento dos Núcleos de Desenvolvimento Educacional (NuDE - formados por Pedagogos, Assistentes Sociais e Técnicos em Assuntos Educacionais); auxílios para manutenção (para instalação, alimentação, moradia e transporte); e atenção especial à interculturalidade, por meio do desenvolvimento de atividades acadêmicas relacionadas à temática indígena. Estes alunos ingressaram no primeiro semestre letivo de 2012 nos Campi de Alegrete, Itaqui e Uruguaiana, através de processo seletivo específico.

- O Programa de Ações Afirmativas - com a intenção de dar suporte às atividades desenvolvidas pelos Núcleos de Desenvolvimento Educacional (NUDEs) e pelas Comissões Multidisciplinares de Acessibilidade das unidades acadêmicas na realização das atividades que concretizam as políticas de Ações Afirmativas na UNIPAMPA, a Pró- Reitoria de Assuntos Estudantis e Comunitários (PRAEC) prevê cotas de bolsas para seleção de bolsistas pelo Programa de Bolsas de Desenvolvimento Acadêmico, na modalidade Iniciação à Gestão Acadêmica. A atribuição do aluno selecionado é prestar monitoria a acadêmicos cujo atendimento está previsto na política de Ações Afirmativas, em especial àqueles referentes ao Atendimento Educacional Especializado e à Acessibilidade, e auxiliar no provimento de tecnologia assistiva, dentre outras. Foram concedidas duas bolsas por campus.

- O Programa Incluir tem por objetivo promover uma educação inclusiva, que garanta ao aluno com deficiência e com necessidades educacionais especiais o

acesso, a permanência e o sucesso acadêmico na UNIPAMPA. Este programa apresenta duas frentes principais: o Projeto NInA em rede e o Projeto UNIPAMPA Acessível. NInA significa Núcleo de Inclusão e Acessibilidade. O Projeto NInA em rede visa manter um fluxo constante de informações sobre acessibilidade e legislação pertinente à educação Inclusiva entre todas as equipes que cuidam do atendimento educacional especializado nas unidades, que se encontram nos NuDE. Já o Projeto UNIPAMPA Acessível visa promover o acesso à informação e aos espaços, por parte dos estudantes, servidores e comunidade em geral, bem como o atendimento aos requisitos de acessibilidade, no que se refere à infraestrutura arquitetônica, aos projetos pedagógicos dos cursos, ao atendimento ao público, ao sítio eletrônico e ao acervo cultural e pedagógico.

- O Programa de Educação Tutorial (PET) - foi criado para apoiar atividades acadêmicas que integram ensino, pesquisa e extensão. Formado por grupos tutoriais de aprendizagem, o PET propicia aos alunos participantes, sob a orientação de um tutor, a realização de atividades extracurriculares que complementem a formação acadêmica do estudante e atendam às necessidades do próprio curso de graduação. O estudante e o professor tutor recebem apoio financeiro de acordo com a Política Nacional de Iniciação Científica. Na UNIPAMPA, o primeiro grupo PET aprovado pelo MEC foi o de Ciências Biológicas, em 2008, vinculado a esse curso de graduação, no campus São Gabriel, com início das atividades em 2009. A partir de 2010, a UNIPAMPA foi contemplada com a aprovação e criação de mais 9 grupos em diferentes áreas e sediados em diferentes campus. Totalizando até este momento, 10 grupos: PET Letras, PET Agronegócio, PET História da África, PET Pedagogia, PET Agro, PET Biologia, PET Fisioterapia, PET PISC, PET Veterinária, PET Saúde Mental. Cada grupo PET conta com um coordenador e 12 bolsistas. Atualmente, outros quatro projetos PET foram aprovados na Unipampa: PET Linguística, Letras e Artes, campus Jaguarão; PET Bacharelado em Produção e Política Cultural, campus Jaguarão; PET Engenharia, campus Bagé e PET Engenharias, campus Alegrete.

- Recepção e Acompanhamento - em interface com a PRAEC, a CAP – Coordenadoria de Apoio Pedagógico e os NuDES, também são implementadas ações de recepção, acompanhamento social, pedagógico e de acolhimento aos novos estudantes, tais como o Projeto de Acolhimento aos Estudantes Ingressantes

da UNIPAMPA, o Projeto Inserção no Contexto Local e o Convívio com as Diferentes Culturas, o Projeto de Acompanhamento ao Desempenho do Estudante – PADE, com vistas a contribuir com o bem-estar do aluno, para a garantia do acesso a direitos, e para a adaptação e integração no contexto universitário.

Estão sendo desenvolvidas também ações com vistas à construção de moradias estudantis e disponibilização de espaços para alimentação com refeição subsidiada, bem como a ampliação dos programas e o fortalecimento da organização estudantil. A UNIPAMPA recebe atualmente recursos pelo Programa Nacional de Assistência Estudantil (PNAES), que se tornou política de Estado pelo Decreto Nº 7.234/2010. Além disso, anualmente a UNIPAMPA destina recursos próprios para a área.

Ao todo 61 alunos do curso têm bolsa/estágio ou subsídio para estudo (base 2014-1).

### **3.2.1 Oferta de componente curricular em Libras**

A Unipampa está preocupada em preparar os técnicos e docentes. De acordo com o DECRETO nº 5.626/2005, o componente curricular de Libras deve ser inserido como componente curricular obrigatória nos cursos de formação de professores para o exercício do magistério, em nível médio e superior, e nos cursos de Fonoaudiologia, de instituições de ensino, públicas e privadas, do sistema federal de ensino e dos sistemas de ensino dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Nos demais cursos, constitui-se em Componente Curricular Complementar nos demais cursos de educação superior. No campus, desde 2010 é oferecida esta disciplina como CCG. O curso de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas da Unipampa, contempla o ensino de Libras (Dec. Nº 5.626/2005) com a oferta do Componente Curricular “Libras: Língua Brasileira de Sinais”, disponibilizada como optativa, com carga horária de 60h.

### **3.2.2 Meio ambiente e educação ambiental**

As políticas de educação ambiental (Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999 e Decreto Nº 4.281 de 25 de junho de 2002) é tema tratado em disciplinas optativas e

faz parte de discussões em seminários que congregam alunos e professores das demais habilitações em Comunicação. Há, dessa forma, a busca de uma integração da educação ambiental com as disciplinas e atividades do curso de modo transversal, contínuo e permanente.

### **3.2.3 Cultura Afro-Brasileira e Indígena**

A temática Educação das Relações Étnico-raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena, conforme a Lei N° 11.645 de 10/03/2008 e Resolução CNE/CP N° 01 de 17 de junho de 2004 consta nas ementas e conteúdos programáticos da disciplina de Comunicação e Cultura, ofertada no primeiro período, com 60h. O assunto está elencado como um dos pontos essenciais em atividades como seminários e Disciplinas Complementares de Graduação ofertados pelo curso de Relações Públicas da Unipampa.

## **3.3 INFRAESTRUTURA**

Por se tratar de uma universidade nova e em formação, algumas instalações estão sendo construídas e ampliadas, incluindo laboratórios, salas de aula, salas de estudo, biblioteca e espaços administrativos. Além dos dois prédios já prontos, alguns laboratórios ainda estão em processo licitatório ou de finalização e há licitação ainda de outro prédio – no novo espaço físico adquirido para ampliação do campus São Borja, numa área de aproximadamente 47 hectares.

Há investimentos contínuos na estruturação e ampliação da estrutura, pois a instituição fez parte do Reuni (Programa de Reestruturação do Ensino Superior do MEC).

Fazem parte da prática discente como laboratórios de Rádio, Vídeo, TV, fotografia, produção gráfica, Pesquisa de Opinião e de informática. Cada um deles tem um sistema de atendimento, que são prioritários às demandas das disciplinas dos cursos (Comunicação Social). Os laboratórios de informática são disponibilizados aos alunos em diferentes períodos do dia, facilitando a utilização do mesmo pelos discentes, pois não é necessário o agendamento durante os períodos que excedam o uso

feito pelas disciplinas.

### 3.3.1 Laboratório de criação e produção gráfica

O Laboratório de Criação e Produção Gráfica conta com um espaço físico de 70,72 m<sup>2</sup>. É um local que está destinado como laboratório de Agência I e Agência II do curso de Publicidade e Propaganda. É também utilizado para edição de fotos da disciplina de Técnicas Fotográficas, para edição de vídeos da disciplina de Produção Eletrônica e no curso de Relações Públicas para a disciplina Criação e Produção Gráfica.

Os alunos e docentes contam com: 23 computadores, todos com software para produção gráfica; projetor de mídia; tela de projeção; televisor de LCD e reproduzidor de DVD. Sete deles estão com licenças Sound Forge Pro 11, licenças adobe CS4 Master Collection, Adobe Audition, Corel Draw Graphics Suite X4 e todos com Microsoft Office 2010.

### 3.3.2 Laboratório de informática

O Laboratório de Informática estrutura-se em um espaço físico de 56,80m<sup>2</sup>. Uso geral e recurso de acesso digital aos acadêmicos que não possuem outros meios de acessibilidade para pesquisas. É também utilizado para edição, criação e digitação de trabalhos.

Atualmente, o laboratório de informática conta com 12 computadores, ambos com: software para produção gráfica; projetor de mídia; tela de projeção. Onze computadores estão com licenças Sound Forge Pro 10, licenças adobe CS4 Master Collection, Adobe Audition. Todos com Corel Draw Graphics Suite X4 e todos com Microsoft Office 2007.

### 3.3.3 Laboratório de redação

O curso também conta com mais um laboratório de redação devidamente instalado em uma área de 76,96 m<sup>2</sup>. Este laboratório dispõe os seguintes equipamentos: 24 computadores com software para produção; projetor de mídia; tela de projeção; televisor de LCD e reproduzidor de DVD. Todos os computadores possuem licenças Sound Forge Pro 10, licenças adobe CS4 Master Collection, Adobe Audition. Todos estão equipados com Corel Draw Graphics Suite X4 e Microsoft Office 2007.

### 3.3.4 Estúdio de Rádio

O estúdio de Rádio é composto por estúdios de locução, gravação e de edição. O estúdio de locução (sala 3304) com a metragem de: 3m x 4m e 80cm x 3m e 35cm de altura. O estúdio de gravação e edição com: 3m e 10 cm x 4 metros e 80 cm x 3 m e 35 cm de altura, sendo que os dois ambientes possuem proteção acústica completa, com Sonex, em todas as paredes - exceto no teto.

Cada estúdio possui uma porta seriada com chapa de aço carbono para proteção acústica, isto é antirruído, vão de passagem de 900x2100, folha de 40mm, com degrau no piso, sem visor e fechaduras em chave e maçanetas em inox. O estúdio conta com visor acústico de vidros duplos de 8mm, quadro em chapa de aço carbono e câmara interna desidrata. O estúdio de locução possui 7 tomadas com 3 saídas cada uma, um terminal para conexão à internet e um interruptor de iluminação.

Este laboratório ainda oferece uma mesa redonda fórmica, para realização de debates, com 5 cadeiras; Uma mesa escolar com cadeira; duas mesas fórmicas retangulares com quatro cadeiras cada.

O estúdio de gravação e edição possui sete tomadas, um terminal para conexão à internet e um interruptor de iluminação; duas mesas fórmicas para

computador; duas cadeiras giratórias; três armários e um gaveteiro. A seguir, a tabela com os equipamentos do estúdio de Rádio.

1 unidade -Mixing Console Yamaha MG 16/4
Mixer analógico de 16 canais de entrada, 8 canais mono e 4 canais estéreo (2 mic/line e 2 line), 10 pré-amplificadores de microfone de alta precisão com phantompower, insert in/off nos canais de 1 a 8, 4 barramentos e saída (1 estéreo + saída máster ST ), 2 auxiliares ( 1 pré-pós-fader e 1 pós fader ), 3 bandas de equalização, chaves on/off com indicação iluminadas.
2unidades - Monitores Ativos - Monitores KSK modelo Ks PM5a-9
1unidade- IFAmplificador. Power 60 W, HF Amp power 30w, power suply 100/120 v, 50/60 hz, 220/240v, 50/60 hz.
1 unidade - Monitor de vídeo Acer AI 1916W - Monitor de LCD preto de 19", resolução máxima de 1028x1024. Compatibilidade Analógico RGB e digital, powersuply 110 a 240 v, cabos vga, dvi, dimensões 18.5" x 5" x18.8".
1 unidade - Computador LenovoThinkcentre - Processador Intel (R) Core(Mt) 2CPU, 4300 @ 1.80 GHZ 2.40 GHZ, memória instalada de 2.00 GHZ, sistema operacional de 32 bits, grava e reproduz mídias CD, DVD e USB, com Windows 7 Profissional. Mouse ótico Itaotec
1unidade - Monitor HP Compaq LA 2006x – Processador Intel (R) Core(Mt) 2CPU, 4300 @ 1.80 GHZ 2.40 GHZ, memória instalada de 2.00 GHZ, sistema operacional de 32 bits, grava e reproduz mídias CD, DVD e USB, com Windows 7 Profissional
1unidade -Computador Itaotec. Processador Intel Petium ® CPU 3.00 GHZ 2.99 GHZ, memória RAM 3.0 GB, sistema operacional de 32 bits, com Windows 7 Profissional, grava e reproduz mídias CD, DVD e USB. Mouse ótico Itaotec.
4 unidades - Microfone Shure SM 58 - Unidirecional cardióide, Dinâmico ( bobina móvel), impedância nominal de 150 ohms para conexão de entrada de microfone de baixa impedância , conector XLR, resposta de frequência de 50 a 15 KHz.
5 unidades – Microfone Behring B1 -- Microfone condensador de pressão gradiente, cardióide, diafragma de 6 micron banhado a ouro, resposta de frequência de 30 a 20Khz, impedância de 200 ohms, alimentação phantompower .
2 unidades Microfone Behringer B2 - Microfone condensador de pressão gradiente, cardióide, diafragma de 6 micron banhado a ouro, resposta de frequência de 30 a 20Khz, impedância de 200 ohms, alimentação phantompower .
2 unidades – Ar condicionado Split Fujitsu. Quente e frio, 12.000 BTus Frio e 14.500 BTus para quente, modelo ASB 12R1, 220 V, 60 Hz.
3 unidades - Pedestais AKS, suporte girafa com cachimbo para 2 microfones. Altura mínima de 46 cm, altura máxima de 2,10cm, fabricado em ferro tubular.
10 unidades – Pedestais Visão Musical ,suporte girafa com cachimbo para 2 microfones. Altura mínima de 46 cm, altura máxima de 2,10cm, fabricado em ferro tubular.
2 unidades - Pedestais de mesa CSR. Altura mínima de 24 cm, altura máxima de 30cm, base pesada e fabricado em ferro tubular.
10 unidades pedestais de mesa Visão MusicalAltura mínima de 24 cm, altura máxima de 30cm, base pesada e fabricado em ferro tubular.
2 unidades - Fones de ouvido Sennheiser, HD 473 e HD 202. Resposta de frequência de 18 a 18KHZ, impedância de 32 ohms, SPI de 115 dB, conector de



3,55mm estéreo com adaptador.
10 unidades de fones de ouvido Hanizu Hz – 630 potência de 50 mW/ impedância de 10 ohms a 1khz, sensibilidade 108 dB/mW, resposta de frequência de 12 – 22 000 Hz, cabo de 1,5m.
1 unidade - Processador de Áudio Behringer Composer Pro XL. Modelo MDX 2600, 2 canais com função estéreo Couple, compressão ICA, ajusta manual ou automático do ATTACK e RELEASE, DE-ESSER VAD, EXPANDER/GATE, ATS, SIDECHAIN, saída com conectores XLR ou ¼, ajuste de nível de + 4 dBue -10 dBV, medidores de 12 segmentos de in/off e redução de ganho, fonte interna de 110v ou 220v.
2 unidades - Equalizadores gráficos Cicloton CGE 2312 S. O CGE 2312 SM equalizador gráfico de Q-constante, compacto, de 2 UR (altura física de 2 unidades de rack - 88mm), com 2 canais com 31 vias de equalização por canal, que contém 2 faixas (ranges) de atuações, selecionadas por chaves com indicadores luminosos no painel. 1ª faixa:+15dB -15dB de atuação, em cada uma das 31 bandas de frequências de Q-constante. 2ª faixa:de +6dB a -6dB, características técnicas da 1ª faixa de atuação. Cada canal contém um indicador de sobrecarga (PEAK), que monitora o sinal das duas faixas de atuação (+15dB --15dB e +6dB --6dB), em vários pontos do circuito do equalizador gráfico.
1 unidade - Mixer Yamaha 1V 096 - Console digital para aplicações ao vivo ou em estúdio com 16 entradas analógicas e possibilidade de expansão de até 40 canais, AD/DA 24 bits, sample rate até 96KHz. Com 8 auxiliares, 4 processadores de efeito, equalizador paramétrico de 4 bandas, Dynamics por canal. 8Buses de saída, Mixagem Surround. Possui Studio Manager que abre as telas da mesa no computador (Windows ou MacOS). A atualização de software além possuir novas implementações, possibilita a compatibilidade com os plug-ins ADD-ON EFFECTS.
20 unidades de Cabo XLR/XLR para Microfone com Blindagem Dupla - 10 Metros. 1 Cabo para Microfone montado, balanceado. Acabamento em Borracha de PVC Preta; Diâmetro Externo de 6mm; Impedância 120 Ohms; Conectores XLR niquelados, Blindagem dupla, especial contra interferência e ruídos; Clips de velcro para organizar/enrolar o cabo.
20 unidades - Cabos XLR/P10 - 7,62m. Cabo para microfone desbalanceado. Conectores: XLR Macho / P10 Macho. Comprimento: 10 metros. Cabo: Emborrachado.
30 kit's se espuma preta(anti-puff) para microfone. Compatível com microfone shure SM58.
20 unidades - Cabos p10 mono 2 plugs 1 p2 estéreo. Montado com 1plug p2 estéreo e dois plugs p10 mono,usinados em latão,com cabo tipo bbs 50 ohms, 3 metros.
20 unidades -Cabos p10 estéreo/p2 estéreo. Montado com p10 estéreo e p2 estéreo usinados em latão,com cabo tipo bbs 50 ohms, 2 metros.
20 unidades -Adaptadores de P2/P10.
10 unidades - microfones Shuresm 57 lc – beta. Cardióide p/ vocal e instrumentos - SM 57-LC. Dinâmico cardióide, com resposta de frequência de 40Hz a 15khz, para vocal e instrumentos.
2 unidades - Caixas acústicas ativa 200 wrms. com suporte para pedestal e 4 insertos para montagem fly;woofer; circuito de proteção térmica e limite com visualização de clipping;driver de titânio 1” e bobina de 44 mm; potência de 8 ohms e 4 ohms (quando ligada a caixa passiva 200 e 400 wrms); resposta de frequência 20 hz e 20 khz, gabinete em polipropileno; controle de gain,treble,bass e volume; bivolt

com chave seletora de voltagem; conexões line out xrl e line in combo p10/xrlexitspeakon e woofer de 12.
8 Suportes para Caixas acústicas. Suporte de parede com apoio para caixa de som suporte com regulagem de inclinação e apoio da caixa acústica deve suportar 45 kg.
3 unidades - Híbridas telefônicas, com 03 linhas padrão rack 19. Com entrada de linha telefônica padrão; conectorrj- 11(6p4) fêmea; impedância de 600 Ohms, com tensão entre 20 e 50 V de alimentação da central. Saída de linha telefônica para ligação para um telefone convencional; conector rj11; saída comutada mecanicamente. Entrada de áudio (retorno para o ouvinte),tipo mono balanceada isolada magneticamente por transformador;impedância maior de 10 $\omega$ ;conector xrlfêmea;controle de ganho permitindo sinais de entrada de -10 a + 4dbu. Saída de áudio impedância menor de 150 $\omega$ ; conector xlrma.
1 unidade Microfones Sem fio Staner. Alcance da frequência portadora: 710 a 865 MHz (1 frequência fixa). Modulação: FM. Resposta de frequência: 65 Hz a 20 kHz. THS típico: 0,8 % (em 1 kHz). Relação sinal/ruído: típico 110 dB(A). Requisitos de energia elétrica: 1 pilha tamanho AA. Saída RF típica: 10 mW (ERP).Vida útil da pilha: 30 h (para 2200 mAh). Dimensões: 229 x 53 dia. mm (9 x 2.1 in.). Peso: 195 g (6.95 oz.)
3 unidades de Medusa – multi-cabo. Conectores XLR balanceados, multi-cabosAmphenol/ caixa Santo Angelo, configuração caixa 20 vias XLR/16 metros.
4 unidades - Amplificadores de Fone de ouvido. 8 canais estéreo independentes em uma unidade rack; 2 entradas estéreo MAIN IN 1 e 2, com filtro HF, servo balanceada, conectores 1/4" TRS, nível máximo de entrada 16 dBu - Impedância de entrada balanceada 40 k Ohms, desbalanceada 20 k Ohms - 8 entradas estéreo DIRECT IN (1 para cada canal); 2 saídas estéreo para fones de ouvido por canal (1 no painel frontal, 1 no painel traseiro), com impedância total mínima de 100 Ohms por canal -Botão mono/estéreo por canal. Medidor do nível de saída com 8 LEDs por canal. Nível máximo de saída +24dBm em 100 Ohms. Resposta de frequência de 10 Hz a 150 kHz +/- 3 dB- Alimentação 120 ou 230 V - 50 - 60 Hz.
1 unidade - Gravador de áudio digital Olympus Gravador Digital Áudio Voz Portátil Profissional. SD CARD ( 1 GB ) Conexão USB. Taxa de bits de gravação Wave: 16 e 24 Bits MP3: 48, 56, 112, 128, 160, 192, 224, 256, 320 Kpbs, VRB Frequência de amostragem: WAV 44,1 , 48 e 96 Khz ( estéreo), 44,1 e 48 Khz ( 4 canais). MP3, 44,1 Khz em gravação e 44,1 e 48 Khz em reprodução. Canais 2 ou 4. Conversão A/D sobre amostragem de 24 bits, 128 vezes. Dimensões: 64x110x32mm. Metrônomo Dolphin3 Em 1 Cromático Digital.
10 unidades -Adaptador P2/P10
10 unidades -cabo P2/P10 estéreo
10 unidades -Cabo RCA – p2 fêmea estéreo
4 unidades Aviso luminoso “ No AR” e 8 unidades “Gravando”. Modelo de fixação na mesa tensão de alimentação 80 m- 250Vac automático. frequência de rede 50/60 hz, consumo de 2 Watts, dimensão do acrílico 250x150mm, peso 0,5 kg
1 unidade -Monitor Referência Yamaha Hs80m Ativo
1 unidade -Monitor ativo do tipo Near Field Bi-amplificadobassreflex com 80 W RMS. Entradas balanceadas XLR e TRS. Falante de baixas frequências de 8" e tweeter dome de 1".
1 unidade -MONITOR – LCD 2 – Philips modelo 215VW9. Monitor de 21.5 polegadas. Compatível com os seguintes sistemas operacionais: DOS, Fedora III,

iMacOS/OSx, Linux, Mac, Suse, Vista 32/64, Windows 9x, Windows 2000, Windows CE, Windows NT, Windows 7, Interface USB, Conexão VGA e Furacão VESA no monitor.
2 unidades -Rack para periféricos com rodas para locomoção e regulagem para mesas padrão 19". Acabamento: Preto. Pintura: Eletrostática. Altura Mínima: 57 cm . Altura Máxima: 75 cm. Características: Antenas ajustáveis na largura e na altura
10 unidades ShockMount Aranha P Microfone Estúdio, compatível com a maioria microfones condensadores de diafragma grande Mínimo de 4,6 cm de diâmetro. Mínimo de 3,5 cm de comprimento.

### 3.3.5 Laboratório de vídeo

O laboratório de vídeo situa-se em um sala de 6 metros x 4 metros e conta com um técnico e a seguinte estrutura e equipamentos. Para o curso de Relações Públicas funciona como um laboratório nas atividades que envolvam o audiovisual, trabalhado em Produção Institucional em mídia eletrônica e Produção audiovisual, além de ser auxiliar para disciplinas práticas do curso.

04 Computadores PC Marca Le Novo – Modelos <i>ThinkCentre</i> , com processadores <i>Intel Core 2 Quad</i> ; CPU 2.33 Ghz; memória 4 GB, sistema operacional 32 <i>Bits</i> . Cada computador com 02 monitores cada, da Marca <i>LeNovo</i> – Modelo <i>Think Vision</i> , 21 polegadas; <i>Windows 7 Professional</i> , contendo os seguintes aplicativos: <i>Adobe After Effects CS4</i> , <i>Adobe Bridge CS4</i> , <i>Adobe Dreamweaver CS4</i> , <i>Adobe Flash CS4</i> , <i>Adobe Illustrator CS4</i> , <i>Adobe Indesign CS4</i> , <i>Adobe Photoshop CS4</i> , <i>Adobe Premiere CS4</i> , <i>Windows Media Player</i> , <i>Microsoft Office</i> .
02 Computadores <i>IMac - Macintosh Apple</i> . Ambos com Processador 2.66 Ghz Intel Core 2 Duo; Memória 4 GB, 1067 Mhz <i>DDR3</i> ; 04 entradas USB, 01 entrada <i>Firewire 800</i> ; gravador de DVD. Monitor com resolução 1920 X 1200 cor de 32 bits. Com <i>Mac OS X</i> , com os seguintes aplicativos: <i>Adobe After Effects CS4</i> , <i>Adobe Bridge CS4</i> , <i>Adobe Dreamweaver CS4</i> , <i>Adobe Flash CS4</i> , <i>Adobe Illustrator Cs4</i> , <i>Adobe Indesign CS4</i> , <i>Adobe Photoshop CS4</i> , <i>Adobe Premiere CS4</i> , <i>Quicktime Player</i> , <i>Safari</i> , <i>Firefox</i> , <i>Libre Office</i> .
01 Monitor Digital de TV <i>LG Modelo 26LC7R</i> – 27 polegadas

01 Gravador de DVD <i>Panasonic</i> – Modelo <i>DMR-ES15</i>
01 Gravador de HDD/DVD <i>LG</i> – Modelo <i>RH 397H</i>
01 DVD Player <i>Excess</i> – Modelo <i>EDVD-1000</i>
01 Projetor Vídeo <i>Benq</i> – Modelo <i>MP610</i>
01 Gravador/Player VHS <i>Philips</i> – Modelo <i>VR 3522/78</i>
01 Mesa gráfica <i>Wacom</i> – Modelo <i>Intuos 4</i> , com acessórios
01 Filmadora Handycam HDD <i>Sony</i> – Modelo <i>HDR-XR 100</i>
01 Filmadora Handycam HDD <i>Sony</i> – Modelo <i>DCR-Sr62</i>
03 tripés para filmadoras ou câmeras fotográficas
07 mesas com 07 cadeiras
02 armários

### 3.3.6 Estúdio de TV

Este estúdio serve como laboratório auxiliar ao curso de Relações Públicas, principalmente na disciplina Produção Institucional em mídia eletrônica e na complementar de Produção audiovisual.

Tamanho do estúdio de televisão: Área: 208,97 metros quadrados.  
Dimensões: 16m X 13 m. Altura: 7,2 metros.

Com:

- Sala para laboratório de vídeo: 19,92 metros (em uma mudança futura)
- Sala para switcher/central de controle.

O estúdio de televisão tem os seguintes equipamentos:

- Iluminação profissional para estúdio de televisão
- Switcher/Mesa de controle em sistema SD/HD
- 06 Monitores de video HD
- Mesa de áudio/de som digital
- 04 Conjuntos câmera gravadora de vídeo digital HD, para ser utilizado em estúdio; (02 a serem instaladas)

- 02 Teleprompter;
- 01 Vídeo recorder digital HD;
- 04 Kit de iluminação para externa; Sistema de iluminação profissional para externa;
- Sistema de microfones de lapela, de mão, direcionais; (compartilhados com o Lab. de vídeo).

### 3.3.7 Laboratório de Fotografia

O laboratório de fotografia conta com amplo espaço de ensino e equipamentos novos para utilização acadêmica. O estúdio tem 10 metros por 6 metros, tendo uma boa profundidade de campo na concepção da imagem. Fundo infinito de 2,5 metros por 3,5 metros e:

Dois computadores Macintosh
35 câmeras Samsung S 630
20 câmeras Canon EOS T2i, com objetivas Canon 18mm - 55mm;
5 objetivas Canon 10mm - 22mm
5 objetivas Canon 100mm - 400mm;
2 objetivas Canon 300mm;
2 objetivas Sigma 300mm - 800mm;
10 tripés Manfrotto;
10 tripés Atek;
1 computador PC
1 computador Macintosh G5, com Photoshop
<i>Flash's</i> fotográficos
Conjunto de estúdio com fundos infinitos
Conjunto para foto still com lâmpadas Halógenas
Mesa Still com lâmpadas halógenas
2 iluminadores com lâmpadas halógenas de 1000W e 500W
Tripés para iluminação

Estes são os equipamentos à disposição dos alunos e professores.

### 3.3.8 Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública e Social

O Laboratório de pesquisa de opinião é vinculado a todas aquelas atividades de ensino ligadas ao uso da análise de banco de dados, construção e aplicação de questionários, pesquisas qualitativas e quantitativas. É previsto o uso de uma sala (o Laboratório), a dotação de computadores com software de análise estatística. Fundamentalmente, o Laboratório permite o desenvolvimento de práticas de pesquisa quantitativa, conforme as exigências didáticas e os projetos político-pedagógicos dos cursos. Embora ligado principalmente ao tipo de pesquisa “quantitativa”, o Laboratório pretende considerar e incluir na sua realização o aporte fundamental da pesquisa “qualitativa”; e por isso que, em linha geral, é aqui proposto a denominação de “Laboratório de pesquisa de opinião e social”.

O curso de Relações Públicas utiliza o laboratório nas disciplinas de Pesquisa de Opinião Pública, Projeto Experimental, Assessoria de Comunicação I e Assessoria de Comunicação II, além da Agência Experimental de Relações Públicas, bem como os projetos desenvolvidos na extensão e na pesquisa.

### 3.3.9 Agência Experimental de Relações Públicas e Produção Cultural

Em face da necessidade e relevância de uma maior integração dos acadêmicos do Curso de Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal da Unipampa com o mercado de trabalho e, conseqüentemente, com os públicos-alvo (organizações não governamentais, órgãos públicos, instituições escolares, entre outros), além da importância de realizar trabalhos práticos para a própria universidade, optou-se por estruturar um projeto que possibilite a criação de uma Agência Experimental de Relações Públicas e Produção Cultural.

Primeiramente, em caráter de laboratório, a agência presta serviços somente à comunidade da Unipampa. Posteriormente, esses serviços se estenderão à comunidade em geral, sendo eles: assessoria e consultoria, planejamento e organização de eventos, relacionamento com a mídia, elaboração e execução de projetos culturais, entre outros. Desse modo, a sociedade e os municípios de abrangência da Unipampa serão contemplados com ações qualificadas e diversificadas de profissionais e universitários que se dedicam à Comunicação e à

Produção Cultural.

O objetivo geral é oportunizar aos acadêmicos de Relações Públicas interrelacionar as teorias estudadas na universidade com práticas diversificadas nas áreas de Comunicação e Produção Cultural.

Assim sendo, com as atividades a serem realizadas pela Agência Experimental de Relações Públicas e Produção Cultural, espera-se contribuir para uma prática, tanto discente quanto docente, mais qualificada e contextualizada, possibilitando aos acadêmicos consolidar conhecimentos e desenvolver competências e habilidades em sua área de atuação. Somam-se a isso os benefícios a serem desfrutados pela instituição universitária, bem como pela comunidade em geral.

### 3.4 BIBLIOTECA

A biblioteca possui, hoje, um espaço de 240 m<sup>2</sup>.

#### **Evolução do acervo:**

Em 31/12/2008 – 3.581

Em 31/12/2009 – 5.093

Em 22/12/2010 – 8.274

Em 31/12/2011 – 13.855

Em 31/12/2012 -22.176

Em 31/12/2013- 28.859

A instituição conta ainda com o acesso ao Portal de Periódicos CAPES, onde o usuário encontra os textos completos de 15.475 revistas nacionais e internacionais, e 126 bases de dados com resumos de documentos em todas as áreas do conhecimento. Além de permitir acesso aos conteúdos, também dá direito à impressão ou downloads.

O acervo é de livre acesso, e atende tanto a comunidade universitária como o público em geral. O empréstimo domiciliar é um serviço exclusivo para alunos,

professores e funcionários da instituição. Os usuários externos poderão realizar somente consultas no local. Os usuários podem acessar a biblioteca através da internet para fazer consultas ao acervo, renovação ou reserva de material.

Pelo constante aperfeiçoamento dos cursos e da própria instituição o acervo está em constante atualização e crescimento.

#### **4 Total do acervo**

**Títulos: 6.222**

**Exemplares:28.859**

**Total de títulos inseridos em 2013: 2.118**

**Total de exemplares inseridos em 2013:6.683**

#### **Dados Quantitativos do Acervo de Livros por Área do Conhecimento (CNPq)**

ÁREAS DO CONHECIMENTO	TÍTULOS	EXEMPLARES
Ciências Exatas e da Terra	51	297
Ciências Biológicas	46	208
Engenharias	09	
Ciências da Saúde	68	271
	04	12
Ciências Agrárias		
Gestão Ambiental	-	-
Ciências Sociais Aplicadas	2.273	10.148
Ciências Humanas	2.424	13.836
Linguística, Letras e Artes	1.244	3.521
Outros	103	548
Total	6.222	28.859

#### **Dados Quantitativos do Acervo de Folhetos por Área do Conhecimento (CNPq)**

ÁREAS DO CONHECIMENTO	TÍTULOS	EXEMPLARES
Ciências Exatas e da Terra	6	15
Ciências Biológicas	3	3
Engenharias		
Ciências da Saúde	5	5
Ciências Agrárias		
Gestão Ambiental		



Ciências Sociais Aplicadas	1	6
Ciências Humanas		
Linguística, Letras e Artes		
Outros	1	1
Total	16	30

#### **Dados Quantitativos do Acervo de Teses por Área do Conhecimento CNPq)**

ÁREAS DO CONHECIMENTO	TÍTULOS	EXEMPLARES
Ciências Exatas e da Terra	4	4
Ciências Biológicas		
Engenharias		
Ciências da Saúde	85	85
Ciências Agrárias		
Gestão Ambiental		
Ciências Sociais Aplicadas		
Ciências Humanas	3	3
Linguística, Letras e Artes		
Outros		
Total	92	92

#### **Dados Quantitativos do Acervo Multimídia**

ÁREAS DO CONHECIMENTO	TÍTULOS	EXEMPLARES
Ciências Exatas e da Terra	13	13
Ciências Biológicas	1	5
Engenharias		
Ciências da Saúde	66	13
Ciências Agrárias		
Gestão Ambiental		
Ciências Sociais Aplicadas	37	147
Ciências Humanas	25	76
Linguística, Letras e Artes	1	1
Outros		
Total	143	255

#### **Quantitativos do Acervo de Periódicos**

ÁREAS DO CONHECIMENTO	TÍTULOS	EXEMPLARES
Ciências Exatas e da Terra	9	9
Ciências Biológicas		

Engenharias		
Ciências da Saúde	20	20
	2	2
Ciências Agrárias		
Gestão Ambiental		
Ciências Sociais Aplicadas	1	1
Ciências Humanas		
Linguística, Letras e Artes		
Outros	1	1
Total	33	33

### Dados Quantitativos de Artigos de Periódicos

ÁREAS DO CONHECIMENTO	TÍTULOS	EXEMPLARES
Ciências Exatas e da Terra	59	59
Ciências Biológicas	4	4
Engenharias		
Ciências da Saúde	69	69
Ciências Agrárias		
Gestão Ambiental		
Ciências Sociais Aplicadas		
Ciências Humanas		
Linguística, Letras e Artes		
Outros	23	23
Total	155	155

### ESTATÍSTICA DE CIRCULAÇÃO

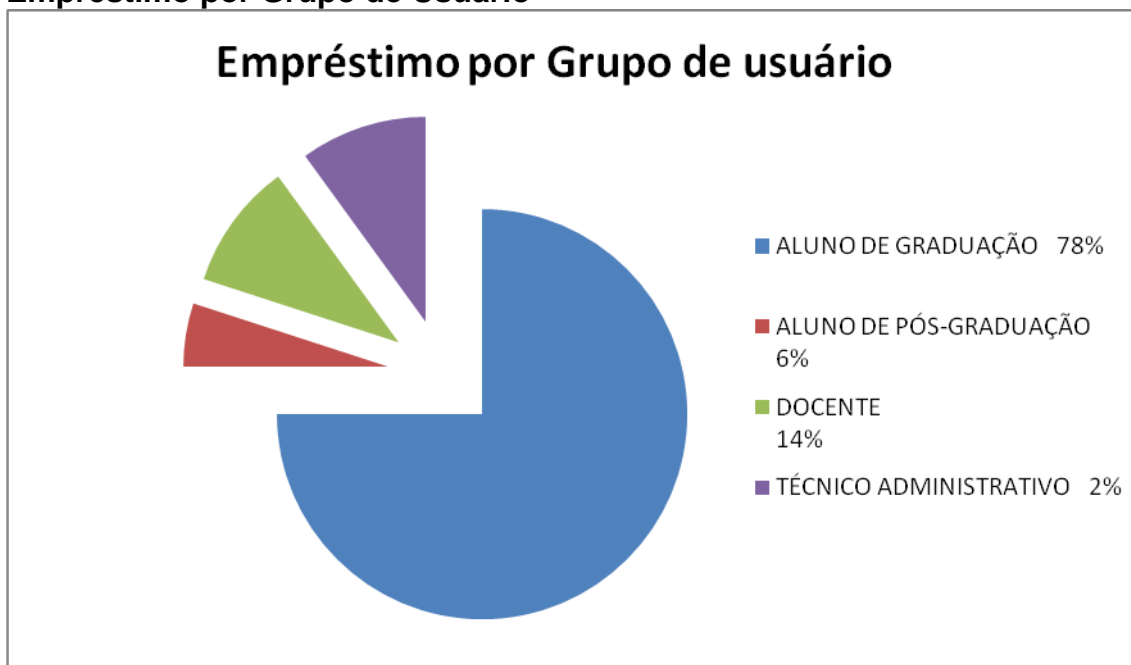
RETIRADAS	DEVOLUÇÕES	RENOVAÇÕES NO BALCÃO	RENOVAÇÕES NA WEB
10.340	10.118	1.692	7.279

### Total de empréstimo por grupo de usuário:

Grupo de usuários	Quantidade
Alunos de graduação	8.420

Alunos de pós-graduação	339
Docentes	1.305
Técnico-administrativos	276
Total	10.340

### Empréstimo por Grupo de Usuário



### Total de empréstimo por horário

Hora	Total
8:00 - 9:00	11
9:00 - 10:00	62
10:00 - 11:00	944
11:00 - 12:00	621
12:00 - 13:00	92
13:00 - 14:00	575
14:00 - 15:00	813
15:00 - 16:00	1.389
16:00 - 17:00	1.338
17:00 - 18:00	844
18:00 - 19:00	1.078
19:00 - 20:00	1.205
20:00 - 21:00	1.110
21: 00 – 22:00	258
TOTAL	10.340

### Empréstimo e renovação por tipo de material

Material	Empréstimo	Renovações
CD; CD-ROM; DVD	19	6
LIVRO	10.232	8.884
TESE	89	81
TOTAL	10.340	8.971

**Livro mais reservado:**

DIAS, Reinaldo, **Ciência política**. São Paulo: Atlas, 2008.

-12 reservas

**Título mais retirado:**

1-DUARTE, Jorge, BARROS, Antonio; (orgs.). **Metodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. São Paulo:Atlas,2006.

2- SCHMIDT, Cristina, (org.). **Folk comunicação na era digital avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo:Ductor,2006.

3-IAMAMOTO, Marilda Villella, **Serviço social em tempo de capital fetiche:capital financeiro, trabalho e questão social**.4.ed. . São Paulo: Cortez, 2010.

**MOBILIÁRIO E EQUIPAMENTOS****Mobiliário disponível nas instalações:**

- . 80 estantes de aço para acervo bibliográfico;
- . 02 expositores com prateleiras articuláveis e base inferior fechada;
- . 06 Placas de Sinalização dupla;
- . 1 armários guarda-volumes de aço com 10 compartimentos e com chaves;
- . 2 mesas de reunião, 90cm;
- . 16 cadeiras;
- . 2 mesas para computador;
- . 4 mesas de trabalho em L;
- . 3 cadeiras com rodízio grandes;
- . 1 cadeiras com rodízio pequenas;
- . 4armário vertical;
- . 4armários em aço;
- . 1 Arquivo de aço c/ 4 gavetas;
  
- .6 Computadores: 2 computadores para processamento técnico; 2 computador para empréstimo e referência;
- . 2 impressoras (1 laser Lexmark E260 e 1 jato de tinta colorida);
- . 1 desumidificador;
- . 1 rack;
- . 3 armários para CPU;
- . 2 carrinhos para livros;
- . 400 bibliocantos;
- . 72 caixas para periódicos em acrílico (07/01/2010);
- . 72 caixas para periódicos em aço;
- . 1Netbook;
- . 1 retroprojeter;

- . 4 gaveteiros móvel;
- . 1 plastificador.
- . 1Scanner

**Mobiliário recebido e não montado:**

- . 20 estantes de aço dupla face para acervo bibliográfico;
- . 06 Laterais de fechamento para estante face dupla;
- . 01 expositores com prateleiras articuláveis e base inferior fechada;
- . 14 Laterais de fechamento para estante tipo expositor;
- . 02 estantes face dupla para CD's;
- . 02 estantes face dupla para DVD's;
- . 09 Placas de Sinalização dupla;
- . 05 armários guarda-volumes de aço com 05 compartimentos e com chaves;
- . 01 armário guarda-volumes de aço com 03 compartimentos e com chaves.
- . 10 cadeiras
- . 12 cadeiras fixa para mesa de reunião
- . 100 cadeiras para escritório;
- . 10 carteiras adulto;
- . 06 mesas de reunião, 90cm;
- . 05 gaveteiros móvel;
- . 02 mesas reta 1200x650x750;
- . 05 estação de estudo individual.

#### 4 AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL

A avaliação e a auto-avaliação do Curso seguem princípios e procedimentos previstos pelo Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) e, em conformidade com o Projeto Institucional (PI) são compreendidas como processo contínuo que visa ao monitoramento das ações desenvolvidas e sua adequação à realidade, permitindo reformulações das práticas pedagógicas, bem como das concepções que fundamentam este documento.

Para dar conta do disposto no art. 3º, inciso VIII, da Lei nº 10.861, de 14/04/2004. (Fonte: E-MEC), a auto-avaliação será realizada seguindo as normas da *Unipampa*. Entre as atividades de auto-avaliação podemos destacar:

- a) A utilização dos dados obtidos na avaliação Institucional da *Unipampa* para o aperfeiçoamento das atividades didáticas, especialmente em relação à oferta de conteúdos, à prática didática dos professores e às condições de oferta das atividades de ensino.
  
- b) A produção dos Grupos de Pesquisa (registrados na *Unipampa* ou no CNPq), liderados pelos professores credenciados. A produção será avaliada tendo em vista a quantidade de alunos envolvidos em projetos de pesquisa, a integração das atividades de pesquisa na graduação e na pós-graduação e a quantidade e qualidade das publicações derivadas das atividades.
  
- c) O alcance social dos produtos de extensão e dos serviços resultantes de projetos liderados pelos professores e levados a efeito através de uma sintonia entre as atividades de ensino, pesquisa e extensão.
  
- d) A política da articulação entre o ensino, a pesquisa e a extensão, tomada como requisito básico para a sustentação da Universidade, considerando que a qualidade do ensino depende da competência em pesquisa e as atividades de extensão levam o saber gerado na Universidade para a sociedade e, ambas, proporcionam ao aluno uma situação formativa essencial.

Além destas práticas, cabe destacar a previsão do uso de informações obtidas a partir dos resultados do ENADE como instrumento de retroalimentação para qualificação do PPC do Curso. Igualmente, espera-se que a instituição da CPA local e geral da UNIPAMPA, cujo regimento ainda não está finalizado, contribua para a obtenção de um Curso ainda mais efetivo na tarefa de atingir o perfil de egresso almejado.

#### **4.1 AUTOAVALIAÇÃO DO CURSO**

A Unipampa realiza a autoavaliação de todos os cursos anualmente. O processo de Autoavaliação Institucional da UNIPAMPA é intitulado autoavaliação. O mesmo foi proposto pela Comissão Própria de Avaliação (CPA) e está alicerçado na legislação federal, nos documentos internos da instituição e nos referenciais teóricos que tratam da temática da educação superior. A auto-avaliação ou avaliação interna integra o processo de avaliação institucional, proposto pela Lei Federal N° 10.861 que institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), em abril de 2004. O AVALIAÇÃO define as dimensões de avaliação para a Universidade, propõe indicadores a serem levantados e avaliados, embasados em princípios coerentemente estabelecidos a partir dos documentos oficiais da instituição, assim como apresenta cronograma de atividades a serem desenvolvidas ao longo do processo autoavaliativo e seus respectivos encaminhamentos. O ato formal e constituição da CPA ocorreu no ano de 2010 quando a Comissão, já institucionalizada pela Portaria n° 697, de 26 de março de 2010.

Para complementar esta análise desde 2011 o curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural realiza uma avaliação discente por ano do trabalho das disciplinas, docentes, coordenação e do curso de forma geral<sup>9</sup>. Os relatórios destas avaliações estão disponíveis em cópias impressas na coordenação do curso e são enviadas aos docentes com objetivo de avaliar e melhorar o processo ensino-aprendizagem. Além disto, há link com os mesmos no site do curso.

Para 2014 está prevista a realização de uma avaliação docente do curso,

---

<sup>9</sup> Modelo de Avaliação do curso pelos Discentes, conforme Apêndice 11.

conforme o modelo de questionário (Apêndice 12).

#### **4.2 ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS**

A primeira turma de egressos será formada em 2014/1, porém, a coordenação do curso de Relações Públicas criou um banco de dados com os e-mails e demais contatos dos discentes, para que no decorrer do ano, o projeto de implementação de uma política de comunicação, onde visa estabelecer um relacionamento contínuo com o egresso seja efetivado pela Agência Experimental do Curso. Já estará no ar ainda este ano no site do curso um link para os egressos com informações de interesse e um projeto em âmbito institucional com proposição do curso.



## REFERÊNCIAS BÁSICAS

BRASIL, **Lei de Diretrizes e Base da Educação Nacional - LDB** (Lei 9.394/96).

BRASIL, MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, Conselho Nacional de Educação, Câmara de Educação. **Parecer CNE/ CES n.492/2001. Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Comunicação Social.** Diário Oficial da União, 2001.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, Conselho Nacional de Educação, Câmara de Educação. **Parecer CNE/CES n.1363/2001. Retificação do Parecer CNE/CES 492/2001.** Diário Oficial da União, 2002.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Resolução n.16 de 13/03/2002 - Estabelece as diretrizes curriculares para a área de comunicação social e suas habilitações.** Diário Oficial da União, 2002.

BRASIL. DECRETO Nº 63.283, DE 26 DE SETEMBRO DE 1968. **Regula o exercício da profissão Relações Públicas e dá outras providências.** Brasília, 1968.

UNIPAMPA, **Instrução Normativa Nº 02/09**, de 5 de março de 2009, *Unipampa*. \_\_\_\_\_, **Projeto Institucional (PDI)**, *Unipampa*, 2009.

## REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES ELETRÔNICAS

Resolução normativa nº 43. CONFERP. Disponível em: <<http://www.conferp.org.br>>  
Acesso em: 08 jun. 2012.

Plano Nacional de Cultura: Disponível em: <[http://pnc.culturadigital.br/wp-content/uploads/2011/12/Plano\\_Nacional\\_de\\_Cultura\\_Lei12.343.pdf](http://pnc.culturadigital.br/wp-content/uploads/2011/12/Plano_Nacional_de_Cultura_Lei12.343.pdf)>. Acesso em: 08 jun. 2012.

# APÊNDICES

**APÊNDICE 01 – MODELO DO PROJETO TCC**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA (UNIPAMPA)  
CAMPUS SÃO BORJA  
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS COM ÊNFASE EM PRODUÇÃO CULTURAL**

**TÍTULO DO PROJETO**

**Acadêmico**

Nome da Cidade  
Ano

**NOME DO ALUNO**

**TÍTULO DO PROJETO**

Projeto de Pesquisa apresentado como requisito parcial para elaboração do Trabalho de Conclusão, do Curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural, à Universidade Federal do Pampa, campus São Borja-RS.

Orientador(a):

Cidade  
Ano

## SUMÁRIO

1 TEMA .....	
2 DELIMITAÇÃO DO TEMA .....	
3 JUSTIFICATIVA .....	
4 OBJETIVOS.....	
5 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA.....	
6. HIPOTESE.....	
7. METODOLOGIA .....	
8 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	
9 CRONOGRAMA .....	
10 ROTEIRO PROVISÓRIO .....	
11 REFERÊNCIAS INICIAIS.....	

## 1 TEMA

O Projeto é um roteiro para a elaboração de pesquisa em uma determinada área, que possibilita a produção do conhecimento e sua sistematização sobre o tema específico a ser abordado. O tema se constitui no objeto de estudo da pesquisa. A indicação do tema da pesquisa é um dos primeiros passos da elaboração do projeto.

Nesse item, o tema deve ser exposto de forma clara e objetiva, indicando o objeto a ser estudado. Ressalta-se que a escolha do tema deve ser sempre permeada por vários fatores que auxiliarão no desenvolvimento da proposta da pesquisa, dos quais se destacam:

- Vontade pessoal em desenvolver a pesquisa;
- Possibilidades de execução;
- Inovação / ineditismo;
- Estar de acordo com a área de concentração do curso.

É importante nesse processo de construção do tema de pesquisa responder algumas perguntas: Qual assunto você mais gosta? Sobre qual tema acadêmico você pensa em continuar debatendo? Dos assuntos que foram tratados nas aulas da graduação quais deles você se lembra com mais prazer? Essa escolha é individual, por isso a inspiração começa pelo prazer em discutir tal temática. Também você pode se apoiar nas leituras de livros e nas conversas com os professores.

Feito essas aproximações de interesse pessoal é importante contextualizar o tema a partir de pesquisa em base bibliográfica (CAPES, IBICT) para verificar as produções disponíveis sobre o tema. Trata-se dos primeiros contatos para dar base para uma boa fundamentação. Por isso, anote essas fontes de pesquisa porque elas darão sustentação ao “estado da arte”, isto é, a revisão bibliográfica sobre o assunto escolhido.

## 2 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Para realizar o trabalho de investigação científica o estudante deverá definir e explicitar o tema ou objeto de análise de forma clara e direta. A delimitação do foco da pesquisa implica em situar o tema, apresentando a delimitação geográfica e o período proposto para a pesquisa, de acordo com o contexto geral da sua área de trabalho, assim como deve apresentar, já nesse momento, uma indicação do problema que será discutido acerca do tema.

Deve-se ter consciência que esta delimitação será a base para tornar a pesquisa efetivamente viável. Assim, quanto mais circunscrita for a delimitação, apontando para um rumo precisamente delineado, maior a possibilidade da pesquisa desenvolver algo realmente novo.

### 3 JUSTIFICATIVA

Justificar consiste descrever e argumentar sobre as razões e motivações da escolha do tema em questão, apresentando, de forma clara e objetiva, a relevância teórica ou prática da pesquisa. Na justificativa deve ficar claro por que a pesquisa é importante.

No caso de pesquisa de natureza científica ou acadêmica, a justificativa deve indicar, ainda:

- A relevância social do problema a ser investigado;
- As contribuições que a pesquisa pode trazer, no sentido de proporcionar respostas aos problemas propostos ou ampliar as formulações teóricas a esse respeito;
- O estágio de desenvolvimento dos conhecimentos referentes ao tema;
- A possibilidade de sugerir modificações no âmbito da realidade proposta pelo tema.

Como a Justificativa é a maneira mais adequada para “convencer o leitor”, é importante o pesquisador se coloque na posição de alguém alheio à pesquisa para analisar os motivos pelos quais seria levado a ter prazer em ler o assunto estudado. Assim, é importante realizar também conexões do seu tema a outras pesquisas, bibliografias, descobertas recentes, em função de que a importância do tema a ser trabalhado, cresce à medida que o conecta com o mundo externo.

### 4 OBJETIVOS

A apresentação dos objetivos varia em função da natureza do projeto. Nos objetivos da pesquisa cabe identificar claramente o problema e apresentar sua delimitação. Apresentam-se os objetivos de forma geral e específica.

O objetivo geral define o que o pesquisador pretende atingir com sua investigação. É o alvo do processo. Pode ser compreendido também como a orientação do estudo: fundamentação e metodologia.

Os objetivos específicos definem etapas do trabalho a serem realizadas para que se alcance o objetivo geral. Podem ser: exploratórios, descritivos e explicativos. Assim, deve-se sempre utilizar verbos no infinitivo para iniciar os objetivos:

- Exploratórios (conhecer, identificar, levantar, descobrir)
- Descritivos (caracterizar, descrever, traçar, determinar)

- Explicativos (analisar, avaliar, verificar, explicar)

Este é o único capítulo de todo o Projeto que deve aparecer na forma de tópicos, ao contrário dos demais que deverão ser apresentados em forma de texto descritivos e problematizados. Assim, os objetivos são geralmente curtos. Atentem-se porque não deve conter muitos objetivos, uma vez que cada objetivo requer uma resposta.

## 5 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

Definição do problema teórico e/ou prático a ser resolvido a partir da elaboração da pesquisa. Faz parte desta definição a problematização do tema, podendo ser incluída a antecipação de uma hipótese para a solução do problema proposto.

O problema central da pesquisa pode (e deve), estar contido na delimitação temática, a fim de indicar o caminho pelo qual a pesquisa será guiada. Entretanto, nesse capítulo a parte, o autor do projeto tem a possibilidade de construir uma análise mais aprofundada acerca do problema, podendo apresentar suas variantes, determinantes e, por fim, construindo hipóteses.

## 6 HIPÓTESES

As hipóteses, depois do(s) problema(s), é a segunda etapa primordial do Projeto de Pesquisa, pois ela é um recurso de que se vale o pesquisador para tentar superar o impasse produzido pelo problema.

As hipóteses nada mais são do que *respostas possíveis ao problema formulado*, uma solução ao menos provisória para responder à inquietação suscitada pelo problema. Assim, a imaginação do pesquisador se antecipa à comprovação científica, ao conhecimento propriamente dito. Por isso, as hipóteses devem servir como um *filio condutor* que guiará o pensamento e a prática do pesquisador para encontrar as respostas para o problema de seu objeto.

É por meio das hipóteses que o pesquisador escolherá qual o caminho que deve seguir para alcançar as suas respostas. Esse caminho é percorrido pelo processo metodológico.

## 7 METODOLOGIA

A metodologia remete diretamente à maneira de trabalhar o objeto da pesquisa. Remete à ação pela qual serão alcançados os resultados esperados ou previstos. Assim, trata-se neste capítulo da forma pela qual serão pesquisados, filtrados e analisados os dados obtidos no decorrer da pesquisa.

As hipóteses serão fundamentais nesse momento porque indicarão ao pesquisador, ainda sem o conhecimento devidamente aprofundado sobre o tema, ávido por respostas, a selecionar os meios mais adequados para obter indicações e/ou conclusões acerca das suas indagações.

Numa pesquisa bibliográfica a metodologia consiste em descrever as fontes de pesquisa (as referências iniciais) e o processo de estudo, a proposta de seleção das leituras, isto é, porque alguns autores foram escolhidos e outros não.

A metodologia compreende ainda na indicação de como será feita a análise



do material pesquisado ou do tipo de análise que será efetuada: seletiva, crítica ou reflexiva, descritiva, analítica e outros.

Na pesquisa documental ou de campo é necessário ainda delimitação e descrição (se necessário) dos instrumentos e fontes escolhidos para a coleta de dados: entrevistas, formulários, questionários, observação e outros. A indicação do procedimento para a coleta de dados, que deverá acompanhar o tipo de pesquisa selecionado:

- a) para pesquisa experimental; indicar o procedimento de teste;
- b) para a pesquisa descritiva: indicar o procedimento da observação: entrevista, questionário, análise documental, entre outros.

## **8 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

Consiste em apresentar um resumo do que já foi escrito sobre o tema. Uma pesquisa não parte do zero, por isso o pesquisador deverá fazer uma pesquisa prévia, em bases de dados científicos, Capes, Ibtict e outros, sobre o que foi desenvolvido sobre o tema que você tem interesse em continuar estudando.

Mesmo que seja uma pesquisa de campo inédita, que avalia uma situação concreta desconhecida em um dado local, alguém ou um grupo, em algum lugar, já deve ter feito pesquisas iguais ou semelhantes, ou mesmo complementares de certos aspectos da pesquisa pretendida. Uma procura de tais fontes, documentais ou bibliográficas, torna-se imprescindível para que não haja duplicação de esforços.

A citação das principais conclusões a que outros autores chegaram permite salientar a contribuição da pesquisa realizada, demonstrar contradições ou reafirmar comportamentos e atitudes.

- A literatura indicada deverá ser condizente com o problema em estudo.
- Citar literatura relevante e atual sobre o assunto a ser estudado.
- Apontar alguns dos autores que serão consultados.
- Demonstrar entendimento da literatura existente sobre o tema.
- As citações deverão ser feitas de acordo com as normas da ABNT.

## **9 CRONOGRAMA**

É necessário indicar o cronograma de realização do trabalho, o que dependerá do tempo disponível para a realização da pesquisa. A pesquisa deve ser dividida em partes, com previsão do tempo necessário para passar de uma fase a outra. Algumas partes que podem ser executadas simultaneamente enquanto outras dependem das fases anteriores. Assim, o cronograma visa distribuir o tempo total disponível para a realização da pesquisa, incluindo nesta divisão a elaboração do relatório final.

**(Exemplo)**

ETAPAS	mês	mês	mês	mês	mês	mês	mês
Levantamento bibliográfico	X						
Organização de questionários	X	X	X				
Aplicação de questionários		X	X				
Tabulação de dados		X	X				
Organização do roteiro				X			
Redação do trabalho				X			
Revisão e redação final					X	X	
Entrega						X	
Banca Final						X	X

**10 ROTEIRO PROVISÓRIO**

Indicar os possíveis capítulos que deverão ser escritos. Em média, uma monografia tem quatro capítulos. E, o curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural exige que a produção textual tenha no mínimo 40 páginas e pode conter ilustrações e outros anexos.

Outra dica é que se possível tais capítulos devem ser subdivididos (conforme a necessidade), para que a discussão fique mais organizada, proporcionando, também, que o leitor tenha acesso mais rápido à informação que procura quando a redação do trabalho final estiver concluída.

Vale ressaltar que, como o próprio nome do capítulo indica, este deva ser um roteiro PROVISÓRIO, o qual, munido pelas hipóteses, metodologia e revisão bibliográfica, deve ser construído de forma a apresentar o quê será produzido.

**11 REFERÊNCIAS INICIAIS**

Consiste na indicação da bibliografia básica, isto é, de todo material coletado sobre o tema: livros, artigos, monografias, material da internet, entre outras fontes utilizadas para a elaboração do projeto. Pode incluir textos que não foram analisados no referencial teórico, mas que tenham sido citados como significativos para a análise do problema em questão.

As referências bibliográficas deverão ser feitas de acordo com as normas da ABNT. Na bibliografia final devem-se listar, em ordem alfabética por sobrenome dos autores (letra maiúscula), todas as fontes consultadas. As fontes devem ser citadas conforme as normas da ABNT.

Caso haja necessidade, pode ser divididas por tipologia, para facilitar o acesso do leitor. Por isso, é possível que você prefira agrupar as fontes bibliográficas em: documentais, mídias eletrônicas (internet, cd's, vídeos) e outras.

**APÊNDICE 02 – MODELO DE TCC**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA (UNIPAMPA)  
CAMPUS SÃO BORJA  
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS COM ÊNFASE EM PRODUÇÃO CULTURAL**

**TÍTULO**

**Acadêmico**

Nome da Cidade  
Ano

**NOME DO ALUNO**

**TÍTULO**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural, à Universidade Federal do Pampa, campus São Borja-RS.

Orientador(a):

Cidade  
Ano

NOME

TÍTULO

APROVADO EM \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof.(a) Dr(a) ou Me  
Orientador(a)

---

Prof.(a) Dr(a) ou Me.  
Avaliador(a)

---

Prof.(a) Dr(a) ou Me.  
Avaliador(a)

## Agradecimentos

## RESUMO

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO  
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA  
DESENVOLVIMENTO  
ANÁLISE  
CONCLUSÃO  
REFERÊNCIAS  
ANEXOS



## APÊNDICE 03 - CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS COM ÊNFASE EM PRODUÇÃO CULTURAL

### ATA E PARECER DE AVALIAÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO I

Aos \_\_\_\_\_ dia do mês de \_\_\_\_\_ do ano de 2014, às \_\_\_\_\_ horas, realizou-se na sala \_\_\_\_\_ da Universidade Federal do Pampa em São Borja, a sessão pública de apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso I (TCC I) do Curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural, intitulado “ \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_”, apresentado pelo acadêmico: \_\_\_\_\_.

Após a apresentação do TCC1, o orientador juntamente com os integrantes da banca, encerraram às atividades. O orientador atribuí a seguinte nota ao TCC1 \_\_\_\_\_(\_\_\_\_\_). Com as seguintes sugestões:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

A nota foi formalmente divulgado ao aluno(a) e aos demais participantes. Sem, mais para o momento damos por encerrada a condução das atividades.

#### Assinaturas

	NOME	ASSINATURA
ORIENTADOR		
AVALIADOR1		
AVALIADOR 2		
ACADÊMICO		

São Borja \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2014.

**APÊNDICE 04- INDICAÇÃO DE ORIENTADOR(A)  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC 1**

Eu,

\_\_\_\_\_

matrícula nº \_\_\_\_\_, devidamente matriculado na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso (TCC 1) manifesto o interesse em ser orientado pelos seguintes professores, em ordem de preferência:

1º \_\_\_\_\_

2º \_\_\_\_\_

3º \_\_\_\_\_

**INDICAÇÃO DE ORIENTADOR(A)  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC 1**

Eu,

\_\_\_\_\_

matrícula nº \_\_\_\_\_, devidamente matriculado na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso (TCC 1) manifesto o interesse em ser orientado pelos seguintes professores, em ordem de preferência:

1º \_\_\_\_\_

2º \_\_\_\_\_

3º \_\_\_\_\_

**APÊNDICE 05 - ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II**



**ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
/ano**

Ao(s) ..... dias do mês de ..... de dois mil e ..... reuniram-se, na ..... da UNIPAMPA, Campus São Borja, para apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso, que serve como requisito parcial para a obtenção do título de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural. O referido trabalho de conclusão de Curso intitulado....., apresentado pelo(a) graduando(a) ..... para a Banca Examinadora, composta pelos professores:

.....e  
..... obteve a média final de .....

Nada mais tendo a relatar, encerro e assino a presente ATA com os demais componentes da Banca.

Prof.(a) .....(Orientador (a))

Prof. (a) .....(avaliador(a))

Prof. (a) .....(avaliador(a))

Observações: ( ) Com recomendações ( ) Sem recomendações

---

---

---

**APÊNDICE 06 - DECLARAÇÃO DE ACEITE DO ORIENTADOR**



**Declaração de aceite do orientador**

Eu, \_\_\_\_\_, professor(a) orientador(a) do trabalho de conclusão de Curso – TCC do Curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA – Campus São Borja, declaro que aceito orientar o(a) aluno (a)

\_\_\_\_\_ no semestre letivo de:

\_\_\_\_\_.

São Borja, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Orientando(a)

\_\_\_\_\_  
Professor(a) Orientador(a)

\_\_\_\_\_  
Coord. do Curso

## APÊNDICE 07 - DECLARAÇÃO DE CANCELAMENTO DE ORIENTAÇÃO



### Declaração de Cancelamento de Orientação

Eu, \_\_\_\_\_, professor (a) orientador (a) do trabalho de conclusão de Curso – TCC do Curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA – Campus São Borja, declaro que não mais orientarei o(a) aluno(a)

Motivos:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

São Borja, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Coordenador(a) do Curso

\_\_\_\_\_  
Professor(a) Orientador(a)

\_\_\_\_\_  
Orientando(a)

## APÊNDICE 08 - DECLARAÇÃO DE TROCA DE ORIENTADOR



### Declaração de Troca de Orientador

Eu, \_\_\_\_\_, aluno(a) orientando(a) do Professor(a) \_\_\_\_\_ venho requerer perante a comissão de curso a troca de orientador para meu trabalho de conclusão de Curso – TCC do Curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA – Campus São Borja.

Motivos:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

São Borja, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Orientando(a)

\_\_\_\_\_  
Professor(a) Orientador(a)

\_\_\_\_\_  
Coordenador(a) do Curso

APÊNDICE 08 - CAPA TCC



# Relações Públicas

Ênfase em Produção Cultural

EXEMPLO DE TÍTULO EXEMPLO DE TÍTULO  
EXEMPLO DE TÍTULO EXEMPLO DE TÍTULO

Orientando: nome completo  
Orientador: nome completo



## **APÊNDICE 09 - PARECER**

### PARECER

**Assunto: Projeto Político Pedagógico (PPC) do Curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural** da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA – Campus São Borja.



## APÊNDICE – 10 RESOLUÇÃO SOBRE ACG

### RESOLUÇÃO Nº 029/11, CONSUNI, DE 28 DE 04 DE 2011.

Dispõe sobre as Atividades Complementares de Graduação - ACGs – do Curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA

O CONSELHO DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS no uso de suas atribuições estatutárias aprova e homologa a seguinte RESOLUÇÃO:

Art. 1º – Definir as atividades complementares de graduação (ACG) no Curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural da UNIPAMPA como componentes curriculares que possibilitem, por avaliação documental, o reconhecimento de habilidades, conhecimentos, competências do aluno, inclusive adquiridos fora do ambiente acadêmico.

Art. 2º – As atividades complementares compreendem as práticas não previstas na matriz curricular do Curso, cujo objetivo seja o de proporcionar aos discentes uma participação mais ampla em atividades de ensino, de pesquisa, de extensão que contribuam para a complementação da sua formação acadêmica, em consonância com o Projeto Institucional (PI) da Universidade.

Art. 3º – Caberá a Comissão de Curso definir, no seu Projeto Pedagógico, a carga horária a ser cumprida na forma de ACG como requisito obrigatório para a colação de grau.

Parágrafo Único – Em planilha própria, de acordo com o anexo I desta resolução, deverá ser especificado, pela Comissão de Curso, a ACG reconhecida e validada, com respectiva carga horária individual máxima permitida, com ampla divulgação da referida planilha aos acadêmicos.

Art. 4º – As atividades complementares classificam-se em 04 (quatro) grupos:

I - Grupo I: Atividades de Ensino;

II - Grupo II: Atividades de Pesquisa;

III - Grupo III: Atividades de Extensão;

IV - GRUPO IV: Atividades Culturais, Sociais, de Gestão e Artísticas.

Art. 5º – As atividades do GRUPO I – Atividades de Ensino – incluem, entre outras, as seguintes modalidades:

I - Disciplinas cursadas na UNIPAMPA ou em outras IES, desde que aprovadas pela Comissão do Curso e não previstas na matriz curricular de disciplinas do Curso;

II - Cursos nas áreas de informática e/ou língua estrangeira e/ou em áreas de interesse dos Cursos;

III - Monitorias em componente curricular;

IV - Participação em Projetos de Ensino da UNIPAMPA.

Art. 6º – As atividades do GRUPO II – Atividades de Pesquisa – incluem, entre outras, as seguintes modalidades:

I - Participação em projetos de pesquisa da UNIPAMPA, ou de outras instituições de ensino superior, ou de centros de pesquisa de nível equivalente ou superior desde que conveniados com a UNIPAMPA;

II - Publicação de resumo e/ou resumo expandido em anais de congressos;

III - Publicação de artigos em jornais de circulação local, regional e nacional;

IV - Publicação de artigo científico em revistas e/ou anais de congressos;

V - Publicação de livro e/ou capítulo de livro;

VI - Participação, como ouvinte, em eventos (seminários, simpósios, congressos, semanas acadêmicas, palestras, entre outros) das áreas afins ao Curso;

VII - Apresentação de trabalhos em eventos (seminários, simpósios, congressos, semanas acadêmicas, entre outros) das áreas afins ao Curso.

Art. 7º – As atividades do GRUPO III – Atividades de Extensão – incluem, entre outras, as seguintes modalidades:

I - Participação em projetos de extensão da UNIPAMPA, ou de outras instituições de ensino superior, ou de centros de pesquisa de nível equivalente ou superior relacionados com os objetivos do Curso;

II - Estágios não obrigatórios;

III - Organização e ministração de cursos e/ou mini-cursos;

IV - Trabalho voluntário em organizações da sociedade civil ou organizações não governamentais;

V - Participação, como ouvinte, em eventos (seminários, simpósios, congressos, semanas acadêmicas, palestras, entre outros) das áreas afins ao Curso;

VI - Apresentação de trabalhos em eventos (seminários, simpósios, congressos, semanas acadêmicas, entre outros) das áreas afins ao Curso;

VII - Organização de eventos;

VIII - Participação como conferencista em eventos (conferências, palestras, mesas redondas, entre outros) das áreas afins ao Curso;

IX - Representação discente em órgãos colegiados;

X - Representação discente em diretórios acadêmicos;

XI - Participação, como bolsista, em atividades de iniciação ao trabalho técnico-profissional e de gestão acadêmica.

XIX – Participação em cursos de extensão de área do interesse do Curso.

Art. 8º – As atividades do GRUPO IV – Atividades Culturais, Sociais, de Gestão e Artísticas – incluem, entre outras, as seguintes modalidades:

I - Organização e/ou participação em atividades de cunho cultural, social ou artístico;

II - Participação na organização de campanhas beneficentes, educativas, ambientais e outras atividades de caráter sociocultural, social ou artístico;

III - Premiação referente a trabalho acadêmico de ensino, de pesquisa ou de extensão ou de cunho cultural.

IV - Representação discente em órgãos colegiados;

V - Participação em viagens de estudo em área de interesse.

Art. 9º – As atividades em ação sociocultural e ou artística é reconhecida como organização e ou participação em projetos ou eventos desenvolvidos na UNIPAMPA ou em outra IES, ou em instituição governamental ou em organizações da sociedade civil com fim educativo, de promoção à qualidade de vida e saúde, ou de desenvolvimento social, e ou cultural, e ou artístico e ou de cidadania.

Art. 10º – Os critérios para equivalência e aproveitamento da carga horária serão definidos pela Comissão de Curso, considerando o perfil do egresso definido em seu PPC.

§ 1º – Para o atendimento ao caput deste artigo a Comissão de Curso utilizará instrumentos de avaliação específicos para a modalidade, que poderão ser comprovantes, declarações, cópias, certificados ou afins, autenticadas no ato do protocolo da solicitação de aproveitamento.

§ 2º – A Comissão de Curso deverá elaborar uma planilha para avaliação da solicitação, conforme o modelo do Anexo I deste regulamento, constando a carga horária individual e a máxima permitida por modalidade, que deverá ser amplamente divulgada aos acadêmicos.

Art. 11º – É de responsabilidade do discente solicitar por meio da Coordenação de Curso, no período informado, o aproveitamento das atividades complementares realizadas, resultando na acumulação das horas correspondentes às atividades consideradas válidas no seu histórico escolar.

§ 1º – O discente deverá anexar ao seu requerimento os comprovantes cabíveis.

§ 2º – Ao entregar os documentos na Coordenação de Curso, deverá ser preenchido um protocolo, em duas vias, no qual estarão listadas todas as cópias de documentos entregues e autenticadas, assinadas pelo discente e pelo responsável; uma via será arquivada na coordenação e a outra entregue ao discente como comprovante de entrega das cópias.

Art. 12º – Caberá à Comissão de Curso analisar a validade dos pedidos de aproveitamento de carga horária de atividades complementares de graduação.

Parágrafo Único – A Comissão de Curso poderá recusar a atividade se considerar em desacordo com este regulamento, bem como em relação aos objetivos do curso previstos em seu Projeto Pedagógico.

Art. 13º – Ficará a cargo da Secretaria Acadêmica a tarefa de divulgar o resultado ao discente e de registrar no seu currículo a carga horária das atividades desenvolvidas que forem deferidas.

Art. 14º – A Comissão de Curso poderá complementar este regulamento, desde que não cause prejuízo aos discentes que já realizaram ou estão realizando atividades complementares de graduação.

Art. 15º – As atividades complementares somente serão reconhecidas e validadas se forem realizadas enquanto o discente estiver regularmente matriculado na UNIPAMPA ou outra IES.

Art. 16º – Aceita-se entre 20% a 40% das Atividades Complementares dos estudantes portadores de diplomas em Ciências Sociais e 10% a 20% das demais áreas do conhecimento, desde que apresentem, à Comissão, os comprovantes requerendo a validação.

Art. 17º – Os casos omissos serão apreciados e deliberados pela Comissão de Curso.

Art. 18º – Esta Resolução entra em vigor a partir da data de sua aprovação e homologação, revogando-se as disposições em contrário.

### **ANEXO I MATRIZ DE APROVEITAMENTO**

	<b>ATIVIDADES</b>	<b>HORAS</b>
<b>Pesquisa</b>	Monitorias e Bolsas de Trabalho	100
	Participação em projetos de pesquisa - Iniciação científica comprovada pelo coordenador do projeto (modalidade de bolsas ou voluntariado)	100
	Apresentação de trabalhos em eventos (seminários, simpósios, congressos, semanas acadêmicas, palestras, entre outros)	80
	Publicação de resumo e/ou resumo expandido em anais de congressos	100
	Publicação de artigos em jornais de circulação local, regional e nacional	80
	Publicação de artigo científico em	100

	revistas e/ou anais de congressos	
	Publicação de livro e/ou capítulo de livro	100
	Participação como ouvinte em eventos	60

<b>Ensino</b>	Cursos de idiomas	Básicos	20
		Avançado	60
	Cursos de informática	Básico	20
		Avançado	60
	Disciplinas cursadas na Unipampa ou em outras IES		100
	Monitorias de disciplinas		80
Participação em Projetos de Ensino		80	
<b>Extensão</b>	Participação em projetos de extensão		80
	Estágios não obrigatórios		100
	Organização de eventos (sociais, culturais, científicos)		80
	Participação como conferencista em eventos da área do curso (conferência, palestras, mesa redonda, mini curso, congressos, seminários, semanas acadêmicas)		80
	Participação, como ouvinte, em eventos		60
	Apresentação de trabalhos em eventos (seminários, simpósios, congressos, semanas acadêmicas, entre outros)		80
	Representação discente em órgãos colegiados		60
	Organização e ministração de cursos e/ou mini-cursos		100
	Trabalho voluntário em organizações da sociedade civil ou organizações não governamentais		100
Representação discente em diretórios acadêmicos		100	

	Participação em cursos de extensão de área de interesse do curso	60
	Participação, como bolsista, em atividades de iniciação ao trabalho técnico-profissional e de gestão acadêmica	100
<b>Atividades Culturais, Sociais, de Gestão e Artísticas</b>	Premiação referente o trabalho acadêmico de ensino, de pesquisa, de extensão ou de cunho cultural	60
	Organização e/ou participação em atividades de cunho cultural, social ou artístico	60
	Participação na organização de campanhas beneficentes, educativas, ambientais e outras atividades de caráter sociocultural, social ou artístico	60
	Representação discente em órgãos colegiados	80
	Participação em viagens de estudo em área de interesse	60

Este Documento foi examinado e aprovado pela Comissão de Curso.

Em: 07/05/2012.

\_\_\_\_\_  
Coordenador do Curso de Relações Públicas

**REQUERIMENTO DE VALIDAÇÃO DE ATIVIDADES CURRICULARES COMPLEMENTARES (ACG) –  
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS COM ÊNFASE EM PRODUÇÃO CULTURAL**

NOME DO ALUNO:	
SEMESTRE:	MATRÍCULA:

(Preenchimento feito pelo aluno conforme anexo da Resolução aprovada pela Comissão do Curso. Seguir a ordem: Ensino, Pesquisa, Extensão, Atividades de Gestão, Artística e Cultural)

GRUPOS: I – Ensino II – Pesquisa III- Extensão IV – Gestão e outros	ATIVIDADES CURRICULARES COMPLEMENTARES	INÍCIO	TÉRMINO	CARGA HORÁRIA
<b>TOTAL DA CARGA HORÁRIA</b>				

<b>COMISSÃO DE ACG:</b>	<b>CARGA HORÁRIA APROVADA:</b>
<b>COORDENADOR DO CURSO:</b>	<b>DATA:</b>

## APÊNDICE 11 – AVALIAÇÃO DO CURSO PELOS DISCENTES

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA  
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS COM ÊNFASE EM PRODUÇÃO CULTURAL  
AVALIAÇÃO DO CURSO PELOS DOCENTES

### AVALIAÇÃO DISCENTE DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS – ÊNFASE EM PRODUÇÃO CULTURAL - ANO

1) Você considera o projeto pedagógico (estrutura curricular; projetos de ensino, pesquisa e extensão e atividades complementares):

( ) Plenamente Satisfatório ( ) Satisfatório ( ) Insuficiente

Considerações:

2) As suas expectativas em relação as disciplinas foram neste semestre: Marque A, B, C ou D em cada alternativa abaixo, sendo:

A) Sim/sempre	B) Muito / Com muita frequência	C) Regular / com média frequência	D) Pouco / às vezes	E) Não / Nunca	F) Não sei	G) Não se aplica
---------------	---------------------------------	-----------------------------------	---------------------	----------------	------------	------------------

Componente Curricular	Contribuiu para a formação do aluno	Dispôs de carga horária adequada para o conteúdo previsto	Apresentou relação com o foco do Curso	Foi adequada ao tema proposto, permitindo ampliar a visão sobre os assuntos discutidos	Abordou conteúdos que não se sobrepueram/c oncorreram com o conteúdo de outras disciplinas
Semiótica da Comunicação					
Comunicação e Arte					
Redação em RP II					
Marketing cultural					
POP					
Teoria e Técnica de RP					
Fotografia aplicada à RP					
Planejamento Estratégico de RP					
Criação e Produção Gráfica					
Teoria e Método da Pesquisa					

**3) Você avalia a estrutura (salas de aula, biblioteca, laboratórios) do curso de Relações Públicas:**

Plenamente Satisfatório     Satisfatório     Insuficiente

Justifique:

---

**4) Você considera o desempenho da Coordenação de Curso:**

Plenamente Satisfatório     Satisfatório     Insuficiente

Justifique:

---

**5) Você considera os canais de comunicação (meios eletrônicos, etc.) utilizados pela coordenação do curso e professores: Para Plenamente Satisfatório marque 1, Satisfatório 2 e Insuficiente 3.**

a)  E-mail de turma    b)  Moodle    c)  Redes Sociais    d)  Atendimento

**6) Quais canais ainda não utilizados – consideras importante que sejam criados?**

---

**7) Suas expectativas em relação ao curso estão sendo contempladas:**

Sim     Não     Parcialmente

Justifique:

---

**8) Em relação a questão anterior, qual sua sugestão/contribuição?**

---

**9) Você considera a participação, envolvimento e comprometimento discente de sua turma:**

Plenamente Satisfatório     Satisfatório     Insuficiente

Considerações:

---

**10) Você avalia a participação dos estudantes do curso nas instâncias colegiadas (Conselho de Campus, Conselho Universitário e Comissões do Campus):**

Plenamente Satisfatório     Satisfatório     Insuficiente

Considerações:

---

**11) Quanto ao Curso considere:**

Para Plenamente Satisfatório marque 1, Satisfatório 2 e Insuficiente 3

Conhecimento sobre realidade social   

Acervo e número de exemplares da biblioteca   

Material didático   

Projetos de pesquisa e extensão   

Atividades envolvendo a atuação profissional e os discentes   

Diálogo com a reitoria   

Oferta/Disponibilidade de horários das disciplinas   

**12) Marque nas opções abaixo, aquelas que a formação em Relações Públicas – ênfase em produção cultural já contribuiu em seu cotidiano. Questão de múltipla**



**escolha, sendo 1 para a maior contribuição e 6 para a menor contribuição:**

Conhecimento e crítica sobre a realidade	
Valorização do ser humano	
Conhecimento teórico e prático	
Conhecimento sobre RP e Produção Cultural	
Metodologia	
Processo de Trabalho de RP	

Outras contribuições. Quais?

---

---

---

---

## APÊNDICE 12 – AVALIAÇÃO DO CURSO PELOS DOCENTES

### UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS COM ÊNFASE EM PRODUÇÃO CULTURAL AVALIAÇÃO DO CURSO PELOS DOCENTES

I. Atribua a cada pergunta abaixo um peso de Zero (0) a Cinco (5), incluindo as médias 1, 2,3 e 4 e considerando Zero a pontuação mínima (insuficiente) e 5 a pontuação máxima (excelente) para cada resposta:

	0	1	2	3	4	5
1. Que avaliação você faz do Projeto Político Pedagógico do Curso?						
2. Adequação do perfil do egresso proposto pelo curso ao exigido na atuação profissional?						
3. Adequação dos objetivos das disciplinas ao perfil do egresso proposto pelo curso?						
4. Que avaliação você faz em relação à formação/titulação do corpo docente do Curso?						
5. Como você avalia a Coordenação do curso desde que você entrou no curso?						
6. Como você avalia a atuação do atual coordenador(a) do Curso?						
7. Que avaliação você faz em relação à SUA EVOLUÇÃO didática no curso?						
8. Ocorre integração entre ensino, pesquisa e extensão nas atividades do Curso?						
9. Que avaliação você faz em relação à estrutura, instalações, espaços e equipamentos de uso do Curso?						
10. Suas expectativas em relação à UNIPAMPA estão sendo atendidas?						

II. Atribua a cada pergunta abaixo um peso de Zero (0) a Cinco (5), incluindo as médias 1, 2,3 e 4 e considerando Zero a pontuação mínima (insuficiente) e 5 a pontuação máxima (excelente) para cada resposta relativa **ao seu grau de envolvimento no curso**:

	0	1	2	3	4	5
1. Atividades de ensino						
2. Atividades de pesquisa						
3. Atividades de extensão						
4. Produção científica						
5. Produção cultural						
6. Participação em bancas de monografia						
7. Participação em reuniões de colegiado						
8. Participação em comissões internas do curso						
9. Orientação de alunos (monitoria, iniciação científica, projetos de ensino e extensão, monografia...)						
10. Organização / participação em atividades complementares (visitas e viagens técnicas, eventos acadêmicos, congressos, montagens teatrais, grupos de estudo...)						

III. Responda de forma dissertativa o que se pede:

a) Quais os componentes curriculares em que já ministraste aulas no curso:

1- \_\_\_\_\_

2- \_\_\_\_\_

3- \_\_\_\_\_

4- \_\_\_\_\_

5- \_\_\_\_\_

b) Qual conteúdo você considera que deveria ser aprofundado, segundo sua impressão acerca das necessidades ou defasagens encontradas no desempenho de seus alunos? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

c) As suas aulas, em sua opinião, estão tendo relação com o cotidiano do aluno?

Justifique: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

d) Em sua opinião, como o Curso pode manter contato com os alunos egressos?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

e) Indique três pontos positivos e três negativos em relação ao Curso:

**Negativos**

1) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Positivos**

1) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## **APÊNDICE 13 - NORMAS COMPLEMENTARES DE ESTÁGIO EXTRACURRICULAR SUPERVISIONADO**

### **CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS – ÊNFASE EM PRODUÇÃO CULTURAL UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA**

No intuito de sistematizar e regulamentar os estágios extra-curriculares no curso de Relações Públicas – ênfase em produção cultural da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja, e em conformidade com a Resolução Nº 20, de 26 de novembro de 2010, da Universidade e o Regulamento de Estágio Extra-Curricular Supervisionado do Curso de Relações Públicas, a Comissão de Curso define o seguinte conjunto de Normas Complementares:

Art. 1º - A Comissão de Curso define o conjunto de normas complementares de estágio extra-curricular através dos seguintes tópicos:

- Da escolha do orientador;
- Dos procedimentos;
- e Das disposições gerais.

#### **DA ESCOLHA DO ORIENTADOR**

Art. 2º - O discente poderá fazer a escolha do professor orientador a seu critério, desde que seja do quadro de docentes do curso de Relações públicas – ênfase em produção cultural da UNIPAMPA e esteja respeitando especificamente a área profissional, conforme regulamentação profissional e os Art. 1º e 3º da Resolução Nº 20, da UNIPAMPA.

§1º - A escolha do professor orientador deverá respeitar o limite de oito (8) alunos orientandos de estágio extra-curricular por docente no semestre;

§2º - Caso o limite de orientandos de estágio extra-curricular pelo docente escolhido estiver completo, o aluno estagiário deverá escolher outro professor do quadro de docentes do curso de Relações Públicas,;

§3º - O aluno estagiário não necessita estar matriculado em disciplina ministrada pelo professor orientador no semestre do estágio;

## DOS PROCEDIMENTOS

Art. 3º - Fica facultado ao discente a procura pelo estágio extra-curricular, podendo ou não receber o apoio de um docente do Curso de Relações Públicas – ênfase em produção cultural da UNIPAMPA.

Art. 4º - A escolha do orientador e a proposição do estágio deverão obedecer as seguintes etapas:

- 1) O discente deverá manifestar interesse de estágio diretamente a Comissão de Estágios do Curso de Relações Públicas – ênfase em produção cultural, enviando a ficha de estágio extra-curricular (modelo anexo I) para o e-mail [estagiorppc@unipampa.edu.br](mailto:estagiorppc@unipampa.edu.br);
- 2) A Comissão de Estágio verificará a situação a viabilidade de realização de estágio: situação da empresa; formalização de convênio com a UNIPAMPA; e disponibilidade do professor orientador indicado pelo aluno estagiário;
- 3) A comissão informará ao aluno estagiário o resultado da manifestação de estágio encaminhando a este a documentação a ser preenchida pelo aluno estagiário, empresa e professor orientador.
  - a. Nessa etapa sugere-se que o aluno estagiário faça o contato com o professor indicado para orientação.
- 4) O professor orientador deverá repassar a documentação do aluno estagiário para o responsável pelos estágios na UNIPAMPA, campus São Borja (04 cópias impressas); e para a Comissão de Estágios (uma cópia digital).
- 5) A Comissão de Estágio informará à Comissão de Curso o andamento dos estágios.

## DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 5º - O estágio extra-curricular não precisa estar vinculado às disciplinas do Curso de Relações Públicas – ênfase em produção cultural.

Art. 6º - Em casos de desacordo entre as partes (aluno estagiário, professor orientador e empresa), solicita-se que seja comunicado à Comissão de Estágio o mais breve possível.

Art. 7º - Em situações de desistência ou cancelamento do estágio o aluno estagiário deverá comunicar por escrito (modelo anexo II) à Comissão de Estágio.

Art. 8º - Ao final do estágio o aluno estagiário deverá entregar um relatório de atividades

impresso (modelo em anexo III) à Coordenação do Curso, para fins de registro das atividades.

São Borja, 07 de maio de 2012.

**Profa. Marcela Guimarães e Silva**

Comissão de Estágio  
Curso de Relações Públicas -  
ênfase em produção cultural

**Prof. Tiago Costa Martins**

Comissão de Estágio  
Curso de Relações Públicas -  
ênfase em produção cultural

Este Documento foi examinado e  
aprovado pela Comissão de  
Curso.

Em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/2012.

\_\_\_\_\_  
Coordenador do Curso de Relações Públicas

# ANEXOS

## ANEXO 01 – LOGOMARCA DA AGÊNCIA EXPERIMENTAL



O ponto central (foco) é o elemento que remete a um balão de diálogo onde a sigla se encontra dentro dele fazendo alusão a ideias, pensamentos e projetos a serem realizados pelo curso de 'RP' ênfase em 'PC', como também enfatiza a letra "a" para reforçar o maior objetivo da logomarca, ilustrar e mostrar a primeira e mais nova Agência de Relações Públicas da Unipampa.

Esta criação contém unicidade e continuidade do padrão das artes que estão sendo elaboradas para o Curso de relações públicas, pelas cores utilizadas como também das linhas pontilhadas formando novamente a letra 'a', dando finalização e acabamento a todo processo de conhecimento e ideias dentro do balão.



**ANEXO 02 – PORTARIA DE NOMEAÇÃO DO NDE DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS ÊNFASE EM PRODUÇÃO CULTURAL**



**Universidade Federal do Pampa**

GABINETE DA REITORIA  
Caixa Postal 07  
CEP 96.400-970 BAGÉ/RS  
Telefone: 53 3240 5400 Endereço eletrônico: reitoria@unipampa.edu.br

**PORTARIA Nº 234, DE 27 DE FEVEREIRO DE 2013**

A REITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA, no uso de suas atribuições legais e estatutárias,

CONSIDERANDO o Memorando 09/2013, de 14 de fevereiro de 2013, do Campus São Borja,

RESOLVE:

DESIGNAR o Núcleo Docente Estruturante do **Curso de Comunicação Social – Relações Públicas**, composto pelos servidores abaixo relacionados:

- ✓ **Valmor Rohden**, cargo Professor de 3º Grau, SIAPE 1731608, como Coordenador do Curso;
- ✓ **Cristóvão Domingos de Almeida**, cargo Professor de 3º Grau, SIAPE 1851375;
- ✓ **Elisa Lübeck Terra**, cargo Professor de 3º Grau, SIAPE 1467265;
- ✓ **Marcela Guimarães e Silva**, cargo Professor de 3º Grau, SIAPE 1805350;
- ✓ **Tiago Costa Martins**, cargo Professor de 3º Grau, SIAPE 1805353;
- ✓ **Carmen Regina Abreu Gonçalves**, cargo Professor de 3º Grau, SIAPE 1719998;
- ✓ **Joel Felipe Guindani**, cargo Professor de 3º Grau, SIAPE 1945948.

Ulrika Arns  
Reitora