

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, junho de 2012

**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

Diretora do Campus São Borja: Denise Teresinha da Silva

Coordenador Acadêmico do Campus de São Borja: Elisângela Maia Pessôa

Equipe de elaboração deste documento:

- Prof^a. Ma. Carmen Regina A. Gonçalves
- Prof. Dr. Cristóvão Domingos de Almeida
- Prof^a. Ma. Elisa Lubeck Terra
- Prof. Me. Joel Felipe Guindani
- Prof^a. Dr^a Marislei Ribeiro
- Prof^a. Ma. Marcela Guimarães e Silva
- Prof. Me. Valmor Rhoden
- Prof. Me. Tiago da Costa Martins
- Tiane Alves Biterncourt - Técnica em Assuntos Educacionais
- Bruna Karina Gonçalves Pereira – Bolsista BPDA
- Kairo Vinícios – Representante discente

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

- Prof^a. Ma. Carmen Regina A. Gonçalves
- Prof. Dr. Cristóvão Domingos de Almeida
- Prof. Ma. Elisa Lubeck Terra
- Prof. Dr. Fabio Rodrigues Corniani
- Prof. Me. Fernando Silva Santor
- Prof. Ma. Juliana Lima Moreira Rhoden
- Prof. Dr^a Marislei Ribeiro
- Prof. Ma. Marcela Guimarães e Silva
- Prof. Dr. Miro Bacin
- Prof. Me. Valmor Rhoden
- Prof. Me. Tiago da Costa Martins
- Prof. Dr^a. Sara Alves Feitosa
- Renata Pereira - Técnica em Assuntos Educacionais
- Kairo Vinícios – Representante Discente

Sumário

1 CONTEXTUALIZAÇÃO	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
2 ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA	18
2.1 CONCEPÇÃO DO CURSO	18
2.1.1 Contextualização/ Perfil do Curso	18
2.1.2 Objetivos	19
2.1.2.1 Objetivo Geral	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 Metodologias de ensino-aprendizagem e avaliação	35
2.3.3 Matriz curricular	38
2.3.4 Ementário	40
2.3.5 Flexibilização curricular	68
2.3.5.1 Atividades complementares de graduação	68
2.3.5.2 Trabalhos de conclusão de curso	68
2.3.5.3 Estágios	74
2.3.5.4- A Pesquisa e Extensão	75
2.3.5.5 A Agência Experimental	76
3 RECURSOS	79
3.1 CORPO DOCENTE	79
3.2 CORPO DISCENTE	80
3.2.1 Oferta de componente curricular em Libras	84
3.2.2 Meio ambiente e educação ambiental	85
3.2.3 Cultura Afro-Brasileira e Indígena	85
3.3 INFRAESTRUTURA	85
3.3.1 Laboratório de criação e produção gráfica	86
3.3.2 Laboratório de informática I	87
3.3.3 Laboratório de informática II	87
3.3.4 Estúdio de Rádio	87
3.3.5 Laboratório de vídeo	94

3.3.6 Estúdio de TV	95
3.3.7 Laboratório de Fotografia	96
3.3.8 Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública e Social	97
3.3.9 Agência Experimental de Relações Públicas e Produção Cultural	98
3.4 BIBLIOTECA	99
4 AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL	101
4.1 AUTOAVALIAÇÃO DO CURSO.....	102
4.2 ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS	103
REFERÊNCIAS BÁSICAS	104
APÊNDICES	105
ANEXOS	141

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.

No segundo semestre de 2011, a UNIPAMPA possui 7065 alunos, 566 professores e 557 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 2012 ofereceram 3.110 vagas pelo

Sisu, distribuídas em 62 cursos de graduação, na seguinte distribuição: Estas estão divididas em 60 opções de curso de Graduação, conforme listagem a seguir:

Cursos de Graduação¹

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

- Agronomia

¹ Base destes dados: ano 2012.

- 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 *stricto sensu*, Cursos de Mestrado no:
Campus de Alegrete

- Mestrado em Engenharia
- Mestrado em Engenharia Elétrica

Campus de São Gabriel

- Mestrado em Ciências Biológicas

Campus de Uruguaiana

- Mestrado em Ciência Animal
- Mestrado em Bioquímica
- Mestrado em Ciências Biológicas

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 Km² e densidade populacional de 19,22 hab/Km². 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 nº16 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 nº2 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 Cultural².

² 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>. 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 região³. 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

³ 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.

Coordenador do curso: Valmor Rhoden

Tempo de exercício na IES: 2 anos

Tempo de exercício na função de coordenador do curso: 1 ano

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 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 Unipampa⁴, mais especificamente na Subseção II – dos artigos 102 a 105.

Subseção II – Do Coordenador de Curso

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

Art. 102. O Coordenador de Curso e seu substituto serão eleitos para um mandato 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 ainda o **Núcleo Docente Estruturante (NDE)**, composto por oito professores do curso. São eles: Prof^a. Ma. Carmen Regina A. Gonçalves; Prof. Dr. Cristóvão Domingos de Almeida; Prof^a. Ma. Elisa Lubeck Terra; Prof. Me. Joel Felipe Guindani; Prof^a. Ma. Marcela Guimarães e Silva; Prof. Me. 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
Carga horária total mínima a ser vencida	2.700

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.

N	Código	Nome do Componente Curricular 1º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
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

N	Código	2º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
06		Redação e Expressão Oral II	E	OBR	(4-0)	60
09		Semiótica da Comunicação	E	OBR	(4-0)	60
10		Comunicação e Arte	N	OBR	(4-0)	60

N	Código	3º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
12		Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação	E	OBR	(3-1)	60
13		Criação e Produção Gráfica	N	OBR	(3-1)	60

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

N	Código	6º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
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.

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

N	Código	2º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
07		Marketing Cultural	N	OBR	(2-2)	60

08		Pesquisa de Opinião Pública	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
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)⁵.

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 de iniciação à pesquisa, monitorias, projetos de extensão; estágios

⁵ Resolução sobre ACG, conforme Apêndice 08.

extracurriculares⁶; 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 ensino-aprendizagem e avaliação, elemento que atua como 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 avaliação, potencializando, assim, novas práticas de produção de conhecimento relacional, dinâmico e transformador.

O tripé ensino-aprendizagem e avaliação é sustentado pela relação interdisciplinar, que 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. Ressalta-se que o desenvolvimento de uma metodologia de ensino-aprendizagem e avaliação é avaliado constantemente pelo colegiado do curso, tendo em vista a diversidade de formas de ensinar e de aprender, tanto do professor como do aluno.

As disciplinas ministradas pelos docentes do curso de Relações Públicas, Ênfase em Produção Cultural, são orientadas por uma metodologia de ensino-aprendizagem e avaliação voltadas para a interdisciplinaridade, contextualização e relação teórico-prática. Por esse caminho, o desenvolvimento do espírito crítico e científico do discente é orientado por práticas pedagógicas que estimulem a leitura, escrita, bem como a produção de conteúdos comunicacionais e culturais.

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

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

conduzi-lo a práticas colaborativas e dialógicas entre professor, comunidade acadêmica e sociedade local e regional, sem perder a noção do todo.

Abaixo, apresenta-se algumas ações metodológicas de ensino-aprendizagem e avaliação que julgamos indispensáveis para a concretização de uma educação profissional e cidadã dos discentes de Relações Públicas – Ênfase em produção cultural e que são, atualmente, praticadas pelo corpo docente.

A realização de aulas expositivas é acompanhada pela prática de seminários, os quais são previamente organizados, a partir de bibliografias 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. A leitura individual ou coletiva, 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 o ensino-aprendizagem e avaliação. 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 a prática de outros suportes culturais e comunicacionais.

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, a exposição ou esclarecimento dos procedimentos metodológicos deve ser uma ação efetiva no cotidiano docente. Quer dizer, o

esclarecimento do percurso metodológico, seja ele de ensino ou de avaliação, deve ser objeto de discussão constante na prática do docente de Relações Públicas - Ênfase em produção cultural.

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):

- 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.

N	Código	Nome do Componente curricular 1º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
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

N	Código	2º semestre	N/E*	Tipo*	(T-P)	CHS**
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	N	OBR	(3-1)	60

		Comunicação				
09		Semiótica da Comunicação	E	OBR	(4-0)	60
10		Comunicação e Arte	N	OBR	(4-0)	60
						300h

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	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	DCG	Disciplina Complementar de Graduação	- x -	DCG	- 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	DCG	Disciplina Complementar de Graduação	- x -	DCG	- 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	DCG	Disciplina Complementar de Graduação	-x-	DCG	-x-	60
	DCG	Disciplina Complementar de Graduação		DCG		30
	DCG	Disciplina Complementar de Graduação	-x-	DCG	-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	DCG	Disciplina Complementar de Graduação	- x -	OBR	- x -	60
X	DCG	Disciplina Complementar de Graduação	- x -	OBR	- 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 ACGs e CCCGs (Componentes Curriculares Complementares de Graduação)

Tabela com Componentes Curriculares Complementares de Graduação⁷

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

Componente Curricular: Redação e Expressão Oral I
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. 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.
Objetivos: 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;
Referências Básicas: FARACO, Carlos Alberto. Prática de texto: para estudantes universitários. 20. ed., São Paulo: Vozes, 2011. FIORIN, José Luiz. Para entender o texto: literatura e redação. SP: Ática, 2006. MEURER, Jose Luiz; MOTTA-ROTH, Desiree (orgs.). Gêneros textuais e práticas discursivas: subsídios para o ensino da linguagem. Bauru: EDUSC, 2002. MOISÉS, Massaud. A criação literária. São Paulo: Cultrix, s.d. RUIZ, Eliana Donaio. Como corrigir redações na escola: uma proposta textual-interativa. São Paulo: Contexto, 2010.
Referências Complementares:

⁷ 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.

BAZERMAN, Charles. **Gêneros textuais, tipificação e interação**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2009.

CHALUB, Samira. **Funções da linguagem**. São Paulo: Ática, 1993.

GOLD, Miriam. **Redação empresarial: escrevendo com sucesso na era da globalização**. 3. ed., São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KLEIMAN, Angela. **Oficina de leitura: 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. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

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 Miatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

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

Componente Curricular: Teorias 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.

Objetivos:

Preparar profissionais com senso crítico e reflexivo, capaz de desenvolver pesquisas científicas a partir dos pressupostos teóricos da comunicação.

Entender as abordagens das teorias da comunicação a partir da construção histórica;

Compreender as interfaces e diferenças entre as teorias da comunicação;

Discutir a aplicabilidade das teorias da comunicação na atualidade;

Identificar as linhas teóricas norteadoras dos estudos da comunicação;

Despertar o interesse para dos acadêmicos para a pesquisa em comunicação.

Referências Básicas:

POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aloísio R. **Teorias da Comunicação**. Rio de Janeiro: São Paulo: Edicon, 2003.

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

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

Referências Complementares:

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

HOHFELDT, Antônio, MARTINO, Luiz C. e FRANÇA, Vera V. (orgs). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MATTELART, Armand e MATTELART, Michèle. **História das Teorias da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social critica na era dos meios de comunicação de massa**. 8.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. 4 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

Componente Curricular: Fundamentos de Relações Públicas e de Produção Cultural
<p>Ementa: 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>Objetivos: 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>Referências Básicas: CESCA, Cleuza Gimenes. Relações Públicas e suas interfaces. São Paulo: Summus, 2006.</p> <p>FORTES, Waldyr Gutierrez. Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias. 3 ed. São Paulo: Summus, 2003.</p> <p>KUNSCH, Margarida. Obtendo Resultados com Relações Públicas. São Paulo: Pioneira, 1997.</p> <p>PERUZZO, Círcia K. Peruzzo. Relações Públicas no Modo de Produção Capitalista. 2ed. São Paulo: Summus, 1986.</p> <p>SIMOES, Roberto Porto. Relações Públicas: Função Política. 3 ed. São Paulo: Summus, 1995.</p> <p>WEY, Hebe. O processo de Relações Públicas. São Paulo: Summus, 1983.</p>
<p>Referências Complementares: FREITAS, Ricardo F. e LUCAS, Luciane. Desafios contemporâneos em comunicação: perspectivas de relações públicas. São Paulo: Summus, 2002.</p> <p>KUNSCH, Margarida (org.). Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, 2009.</p> <p>KRAMER, Sonia & LEITE, M. Isabel. (orgs) Infância e produção cultural. Campinas, papyrus, 1998.</p> <p>NEVES, Roberto de Castro. Comunicação Empresarial Integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica e crises empresariais. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.</p> <p>PINHO, J. B. Comunicação nas Organizações. Viçosa. Ed: UFV, 2006.</p>

Componente Curricular: Comunicação e Cultura
<p>Ementa: 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>Componente Curricular: Redação e Expressão Oral II</p>
--

<p>Ementa:</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>Objetivos:</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>Referências Básicas:</p>

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

<p>Referências Complementares:</p>

<p>CHALUB, Samira. Funções da linguagem. São Paulo: Ática, 1993. DISCINI, Norma. A comunicação nos textos. 2. ed., São Paulo: Contexto, 2010. GOLD, Miriam. Redação empresarial: 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.). Resumo. 7. ed., São Paulo: Parábola, 2008. MARTINS, Dileta Silveira. Português Instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT. SP: Atlas, 2009. 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. NADOLSKIS, Hendricas. Normas de comunicação em língua portuguesa. 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.

Componente Curricular: Pesquisa de Opinião Pública
<p>Ementa: Os principais conceitos e suportes metodológicos utilizados em pesquisa de opinião pública. Elaboração, aplicação e análise de projetos de pesquisa de opinião pública.</p>
<p>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.</p>
<p>Referências Básicas:</p> <p>CORRÊA, Tupã Gomes. Contato imediato com opinião pública: os bastidores da ação política. São Paulo: Global, 1998.</p> <p>DORNELLES, Souvenir Maria G. (org), SIMÕES, José Roberto Porto. O mercado oculto de Relações Públicas. In. DORNELLES, Souvenir Maria G. (org). Relações Públicas: construindo relacionamentos estratégicos. Vol. 2. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010. cap. 8</p> <p>FORTES, Waldyr G. Pesquisa institucional: diagnóstico organizacional para Relações Públicas. São Paulo: Loyola, 1990.</p>
<p>Referências Complementares:</p> <p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003.</p> <p>LIPPMANN, Walter. Opinião Pública. Tradução e prefácio Jacques Wianberg. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.</p> <p>RUTTER, Marina e ABREU, Sertório. Pesquisa de mercado. São Paulo: Ática, 1988.</p> <p>GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6ª ed. São Paulo, 2010.</p> <p>TARDE, Gabriel. A opinião das massas. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.</p>

Componente Curricular: Semiótica da Comunicação
<p>Ementa: 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:

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

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

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

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

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

Referências Complementares:

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

BERGER, John. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

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

FARTHING, Stephen. **Tudo sobre Arte**. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.

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

GREENBERG, Clement. **Estética doméstica: observação sobre a arte e o gosto**. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

JANSON, H. W. JANSON, A. F. **Iniciação à história da arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

JIMENEZ, Marc. **O que é estética?** São Leopoldo: Unisinos, 1999.

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

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

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

RIBEIRO, Marislei da Silveira. **Beleza Feminina e Publicidade. Um estudo sobre as Campanhas da Marca Dove.** Tese. Doutorado em Comunicação Social. Porto Alegre: PUCRS, 2011.

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.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza.** Rio de Janeiro: Ediouro, 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, Cicilia Krohling. **Relações Públicas no modo de produção capitalista.** 4. 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: Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação
<p>Ementa: 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>Objetivos:</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"> - Identificar os métodos, técnicas e instrumentos de pesquisa científica considerando o objeto a ser estudado; - Elaborar projeto de pesquisa científica em comunicação; - Desenvolver a capacidade reflexiva sobre os métodos e pesquisa em comunicação.
<p>Referências Básicas:</p> <p>BAUER, Martin W; GASKEL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Um manual prático. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2008.</p> <p>DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Epistemologia da Comunicação. São Paulo: Loyola, 2003.</p> <p>LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Pesquisa em Comunicação. 8 ed. São Paulo: Loyola, 2005.</p> <p>MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.) Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. 25 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.</p> <p>RUTTER, Marina e ABREU, Sertório. Pesquisa de mercado. São Paulo: Ática, 1988.</p>
<p>Referências Complementares:</p> <p>ECO, Umberto. Como se faz uma tese. 20. Ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.</p> <p>MATTELART, Armand e MATTELART, Michelle. História das Teorias da Comunicação. 12 ed. São Paulo: Loyola, 2009.</p> <p>RÜDIGER, Francisco. Ciência social crítica e pesquisa em comunicação. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2002.</p> <p>WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Presença, 1994.</p> <p>BARICHELLO, Eugenia M.M.R. Campo midiático, opinião pública e legitimação. In: Comunicação e Cultura Midiática. Santa Maria: FACOS/UFSM, 2003.</p> <p>CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. 9ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.</p>

Componente Curricular: Criação e Produção Gráfica
<p>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.</p>
<p>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.</p>
<p>Referências Básicas:</p> <p>BAER, Lorenzo. Produção gráfica. 6 ed. São Paulo: SENAC, 2006.</p> <p>CESAR, Newton. Direção de arte em propaganda. 8 ed. São Paulo: Futura, 2006.</p> <p>DONDIS, D. Sintaxe da linguagem visual. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.</p> <p>FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em Comunicação. 5 ed. São Paulo: Edgar Blusher, 2006.</p> <p>FERNANDES, Amaury. Fundamentos de produção gráfica para quem não é produtor gráfico. 5ª ed. São Paulo: Rubio, 2003.</p> <p>HOLLIS, Richard. Design gráfico: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2005.</p> <p>HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. São Paulo: Mosaico, 2002.</p> <p>MENNA BARRETO, Roberto. Criatividade em propaganda. 13ª ed. Rio de Janeiro: Editora Documentário, 2004.</p>
<p>Referências Complementares:</p> <p>DAWSON, John. Guia completa de grabado e impresion: tecnicas y materiales. Madrid: H. Blume, 1996.</p> <p>PREDEBON, José. Criatividade hoje: como se pratica e ensina. SP: Atlas, 2003.</p> <p>_____. Criatividade: abrindo o lado inovador da mente. SP: Atlas, 2006.</p> <p>SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. São Paulo: Pioneira, 1989.</p> <p>WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer. 2ª ed. São Paulo: Callis, 2006.</p>

Componente Curricular: Planejamento Estratégico da Comunicação
<p>Ementa:</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>Objetivos:</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>Referências Básicas:</p> <p>CORREA, Roberto. Comunicação Integrada de Marketing: uma visão global. São Paulo: Saraiva, 2006.</p> <p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus, 2003</p> <p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). Obtendo Resultados com Relações Públicas. 2ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.</p> <p>NEVES, Roberto de Castro. Comunicação Empresarial integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.</p>
<p>Referências Complementares:</p> <p>CHIAVENATO, Idalberto. Administração: teoria, processo e prática. 4ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.</p> <p>FERREIRA, Ademir Antonio. Gestão Empresarial: de Taylor aos nossos dias: evolução e tendências da moderna administração de empresas. São Paulo: Thompson Learning, 2006.</p> <p>GANDIN, Danilo. Planejamento como prática educativa. 15 ed. São Paulo: Loyola, 2005.</p> <p>LERNER, Walter. Como Planejar e organizar negócios competitivos. São Paulo: IOB: Pioneira Thompson Learning, 2002.</p> <p>LUPETTI, Marcélia. Planejamento de Comunicação. São Paulo: Futura, 2000.</p> <p>PORTER, Michael E. Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 2ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.</p>

<p>Componente Curricular: Fotografia aplicada às Relações Públicas</p>
<p>Ementa:</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>Objetivos:</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>Referências Básicas:</p> <p>ADAMS, Ansel. A câmera. São Paulo: Editora SENAC, 2006.</p> <p>AUMONT , JACQUES . A imagem. 11º ed. campinas: Papyrus, 2006</p> <p>BRESLIN. Jan Roberts. Produção de imagem e som. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009</p> <p>DUBOIS, Philippe. O ato fotográfico e outros ensaios. 9ª ed. Campinas: Papyrus, 2006.</p> <p>MANGUEL, Alberto. Lendo Imagens. São Paulo, Companhia das Letras, 2001.</p> <p>SONTAG, Susan. Sobre fotografia. São Paulo: Companhia das Letras, 2010</p>
<p>Referências Complementares:</p> <p>BUSSELLE, Michael. Tudo sobre fotografia. São Paulo: Pioneira, 1979</p> <p>KOSSOY, Boris. Realidades e ficções na trama fotográfica. São Paulo: Ateliê editorial, 2002.</p> <p>TRIGO JUNIOR, Thales. Equipamento fotográfico: teoria e prática. São Paulo: Ed. SENAC, 1998.</p> <p>RAMALHO, José A. A escola de fotografia, 4 ed. São Paulo: Futura, 2006.</p> <p>_____. Fotografia digital. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004</p>

<p>Componente Curricular: Comunicação e Política</p>
<p>Ementa:</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.
- WEBER, Maria Helena. **Comunicação e espetáculos da política**. Porto Alegre: Ed.UFRGS, 2000.

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.
- CHAMPAGNE, Patrick. **Formar a opinião: o novo jogo político**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.
- 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.

FERREIRA, Junior; ACHILES, Batista. **Marketing Político e Eleitoral: uma analogia entre o mundo corporativo e a política**. Curitiba: Ibpex, 2010.

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

LATTIMORE, Dan. **Relações Públicas: profissão e prática**. Porto Alegre: AMGH, 2012.

MATOS, Heloiza. **A Comunicação pública no Brasil e na França: desafios conceituais**. IN: LIMA JUNIOR, Walter Teixeira; COELHO, Cláudio Novaes Pinto (org.). **Comunicação: diálogos, processos e teorias**. São Paulo: Editora Plêiade, 2010, p. 105-122.

Componente Curricular: Assessoria de Comunicação I

Ementa:

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.

Objetivos:

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.

Referências Básicas:

ARGENTI, Paul A. **Comunicação empresarial: A construção da identidade, imagem e reputação**. Tradução Adriana Ceshin Rieche. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

BAPTISTA, Myrian Veras. **Planejamento social: intencionalidade e instrumentação**. São Paulo: Veras Editora, 2000.

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

Referências Complementares:

ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza. **Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos**. São Paulo: Atlas, 1994.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. São Paulo: Manole, 2003.

DUARTE, Jorge (org.) **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. São Paulo: Atlas, 2002.

NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004

LIMA, Gerson Moreira. **Releasmania: uma contribuição para o estudo do press-release no Brasil**. 4ª ed. São Paulo: Summus, 1985.

Componente Curricular: Produção Institucional em Mídia Eletrônica
<p>Ementa: 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>Objetivos: 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>Referências Básicas:</p> <p>BRESLIN, Jan Roberts. Produção de imagem e som. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.</p> <p>EISENSTEIN, Sergei. A forma do filme. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.</p> <p>FIELD, Syd. Os exercícios do roteirista. São Paulo: Objetiva, 1996.</p> <p>MARTIN-BARBERO, Jesus. Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo, SP: Editora SENAC, 2004.</p> <p>MCLEISH, Robert. Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica. [Trad. Mauro Silva. São Paulo: Summus, 2001.</p> <p>MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). Teorias do rádio: textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2008.</p> <p>WATTS, Harris. Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus Editorial, 1999.</p> <p>_____. On câmera. São Paulo: Summus Editorial, 1990.</p>
<p>Referências Complementares:</p> <p>COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro. Rio de Janeiro: Artemídia Rocco, 1195.</p> <p>CLARK, Walter. O Campeão de Audiência. Best Seller, 1991.</p> <p>DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (orgs.). Comunicação audiovisual: gêneros e formatos. Porto Alegre: Sulina, 2007.</p> <p>PRADO, Magaly. Produção de rádio: um manual prático. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.</p> <p>RAMOS, José M. Televisão, publicidade e cultura de massa. Petrópolis: vozes, 1995.</p>

<p>Componente Curricular: Política da Cultura</p>
--

<p>Ementa:</p>

<p>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.</p>
--

<p>Objetivos:</p>

<p>Mapear, estudar e compreender o campo das políticas culturais, principalmente no Brasil e no Rio Grande do Sul;</p>
--

<p>Discorrer e entender as dimensões da cultura, políticas públicas e políticas culturais;</p>
--

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

<p>Mapear os públicos prioritários nas políticas culturais;</p>

<p>Identificar o papel da mídia como segmento da indústria de cultura;</p>
--

<p>Investigar e discutir as políticas culturais no Brasil;</p>
--

<p>Analisar às Leis de Incentivo às atividades Culturais, implementadas durante os Governos Federais;</p>

<p>Discutir sobre as políticas públicas e culturais na esfera federal, estadual e municipal;</p>
--

<p>Identificar as relações entre políticas culturais e políticas educacionais;</p>
--

<p>Analisar a articulação e sinergia entre as atividades de Relações Públicas, Marketing Cultural e Produtor Cultural;</p>
--

<p>Identificar o produto cultural na esfera global;</p>

<p>Compreender o campo de atuação do Produtor Cultural no Brasil.</p>

<p>Referências Básicas:</p>

<p>BRANDT, Leonardo (org.) Diversidade cultural. São Paulo, Escrituras / Pensarte, 2005.</p>

<p>CESNIK, Fabio de Sá. Guia de incentivo à cultura. 2ª ed. Manole, 2007.</p>
--

<p>COELHO, Teixeira. Dicionário crítico de política cultural. 3ª ed. São Paulo, Iluminuras / Fapesp, 2004.</p>

<p>COELHO, Teixeira. Dicionário crítico de política cultural. São Paulo, Fapesp / Iluminuras, 2004.</p>
--

<p>COUTINHO, Carlos Nelson. Cultura e sociedade no Brasil. Rio de Janeiro, DP&A, 2000.</p>

<p>NUSSBAUMER, Gisele M. (org.) Teorias e políticas da cultura. Salvador, EDUFBA, 2007.</p>
--

<p>RUBIM, Antonio Albino Canelas e BARBALHO, Alexandre (orgs.). Políticas culturais no Brasil. Salvador, Edufba, 2007.</p>

Referências Complementares:

BRANDT, Leonardo (org.) **Diversidade cultural**. São Paulo, Escrituras / Pensarte, 2005.

CUÉLLAR, Javier Pèrez de (org.) **Nossa diversidade criadora**. Campinas. Brasília, Papyrus / UNESCO, 1997.

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

CHAUÍ, Marilena. **Cidadania cultural: o direito a cultura**. Perseu Abrano. 2006.

COELHO, Teixeira. **Cultura e Educação**. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, 2011.

_____. **A Cultura e seu Contrário: cultura, arte e política pós 2011**. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, 2008.

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. **Lei de Incentivo à cultura – LIC-RS**. Secretaria Estadual da Cultura, 2010.

EVANGELISTA, Ely. **A UNESCO e o mundo da cultura**. Goiânia, Editora UFG / UNESCO, 2003.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. *A retórica da perda. Os discursos do patrimônio cultural no Brasil*. Rio de Janeiro, Editora da UFRJ / IPHAN, 1996.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de. **Impressões de viagem. CPC, vanguarda e desbunde: 1960/70**. São Paulo, Brasiliense, 1980.

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

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

MICELI, Sérgio. SPHAN: **Refrigerio da cultura oficial**. In: MICELI, Sérgio. *Intelectuais à brasileira*. São Paulo, Companhia das Letras, 2001, p.359-368.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Programa cultural para o desenvolvimento do Brasil**. Brasília, Ministério da Cultura, 2006.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Lei Rouanet**. Brasília, Ministério da Cultura, 2010.

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.

TOLEDO, Caio Navarro de. **SEB: fábrica de ideologias**. São Paulo, Ática, 1982.

<p>Componente Curricular: Economia da Cultura</p>
<p>Ementa:</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>Objetivos:</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>Referências Básicas:</p> <p>BENHAMOU, Françoise. A economia da cultura. Cotia: Ateliê, 2007.</p> <p>BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 2011.</p> <p>MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações - 2011 – 2014. Brasília, Ministério da Cultura, 2011. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/04/livro-portuguesweb.pdf</p> <p>REIS, Ana Carla Fonseca. Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura. Barueri: Editora Manole, 2007.</p>
<p>Referências Complementares:</p> <p>BERTINI, Alfredo. Economia da cultura. Porto Alegre: Saraiva, 2008.</p> <p>CASTRO, Antonio Barros de. Introdução à economia: uma abordagem estruturalista. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.</p> <p>ROSSETTI, Jose Paschoal. Introdução à economia. São Paulo: Atlas, 2003.</p> <p>THOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 2002.</p> <p>REIS, Ana Carla Fonseca & MARCO, Kátia de. Economia da Cultura – Ideias e Vivências. São Paulo: e-livre, 2009. Disponível em: http://www.gestaocultural.org.br/livros-online-economia-da-cultura.asp.</p>

Componente Curricular: Produção Cultural I
<p>Ementa:</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>Objetivos:</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>Referências Básicas:</p> <p>CESNIK, Fabio de Sá. Guia de incentivo à cultura. Manole, 2012.</p> <p>LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Ed. 34, 1999.</p> <p>LIMA, Luiz Carlos Costa. Teoria da Cultura de massa. São Paulo: Paz e Terra, 2000.</p> <p>RUBIM, Linda (org.). Organização e produção da cultura. Salvador: Edufba, 2005. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/146/1/Organizacao%20e%20producao%20da%20cultura.PDF. Acessado em 20/09/2012.</p>
<p>Referências Complementares:</p> <p>Calabre, Lia. Políticas culturais no Brasil: dos anos 1930 ao século XXI. Rio de Janeiro: FGV, 2009.</p> <p>MAGALHÃES, Aloísio. E Triunfo? A questão dos bens culturais no Brasil. Rio de Janeiro / Brasília, Nova Fronteira / Fundação Nacional Pró-Memória, 1985.</p> <p>NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. O mercado da cultura em tempos (pós) modernos. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2000.</p> <p>OLIVIERI, Cristiane. Cultura neoliberal: leis de incentivo como política pública de cultura. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.</p> <p>CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. 9ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.</p> <p>MORAES, Denis de (org.). Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004.</p> <p>THIRY, Hermano Roberto. Projetos culturais: técnicas de modelagem. 2ª ed. FGV.</p>

Componente Curricular: Assessoria de Comunicação II
Ementa: 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.
Objetivos: 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.
Referências Básicas: ARGENTI, Paul A. Comunicação empresarial: A construção da identidade, imagem e reputação. Tradução Adriana Ceshin Rieche. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. BAPTISTA, Myrian Veras. Planejamento social: intencionalidade e instrumentação. São Paulo: Veras Editora, 2000. KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003.
Referências Complementares: ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza. Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos. São Paulo: Atlas, 1994. BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: teoria e pesquisa. São Paulo: Manole, 2003. DUARTE, Jorge (org.) Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia. São Paulo: Atlas, 2002. NEVES, Roberto de Castro. Comunicação empresarial integrada. Rio de Janeiro: Mauad, 2004. YANAZE, Mitsuru Higuchi. Retorno de investimentos em comunicação: avaliação e mensuração. YANAZE, Mitsuru Higuchi. FREIRE, Otávio. SENISE, Diego. São Caetano do Sul – São Paulo: Difusão Editora, 2010.

Componente Curricular: Produção Cultural II
<p>Ementa: 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 (evento, dança e shows).</p>
<p>Objetivos: Capacitar o discente para a realização de projetos culturais observando a produção e o consumo dos bens culturais; Desenvolver ações e projetos nos diversos seguimentos do mercado cultural tais como: música, dança, artes visuais, artes cênicas, cinema, literatura, patrimônio, entre outros.</p>
<p>Referências Básicas: LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Ed. 34, 1999. LIMA, Luiz Carlos Costa. Teoria da Cultura de massa. São Paulo: Paz e Terra, 2000. OLIVIERI, Cristiane Garcia. <i>Cultura neoliberal. Leis de incentivo como política pública de cultura</i>. São Paulo, Escrituras / Instituto Pensarte, 2004.</p>
<p>Referências Complementares: FUNARI, Pedro Paulo Abreu, PELEGRINI, Sandra de Cassia Araújo. Patrimônio Histórico e Cultural. Rio de Janeiro: Zahar, 2009. 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. NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. O mercado da cultura em tempos (pós) modernos. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2000. OLIVIEN, Rubem George. A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-nação. Petrópolis: Vozes, 2006. THIRY, Hermano Roberto. Projetos culturais: técnicas de modelagem. 2 ed. FGV.</p>

Componente Curricular: Comunicação Pública, Cidadania e Democracia
<p>Ementa: 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 diretrizes da comunicação pública. Democratização da comunicação.</p>
<p>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</p>

sociedade democrática.

Referências Básicas:

ARENDR, 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.

DUARTE, Jorge Antônio Menna (org). **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

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:

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge Antônio Menna (org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

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

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.

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

Componente Curricular: Trabalho de Conclusão I
<p>Ementa: 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>Objetivos: 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>Referências Básicas:</p> <p>BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2011.</p> <p>DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p>
<p>Referências Complementares:</p> <p>GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica 6º ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>_____. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatoria, publicação e trabalhos científicos. 7º ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>_____. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.) Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. 25 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.</p>

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

Componente Curricular: Trabalho de Conclusão II
<p>Ementa: 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>Objetivos: 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>Referências Básicas:</p> <p>DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.) Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. 25 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.</p>
<p>Referências Complementares:</p> <p>BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2011.</p> <p>BRANDÃO, Carlos Rodrigues (org.). Pesquisa participante. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.</p> <p>LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica 6º ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>_____. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatoria, publicação e trabalhos científicos. 7º ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>_____. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2006.</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 ACGs 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 – 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;

- 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 aprazados, 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 aprazado;
- 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 Obrigatório⁸. 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), com 90 horas cada.

O Conselho Regional de Relações Públicas – 4ª Região RS/SC – possibilita

⁸ Modelo de Alvará de Estágio, conforme Apêndice 11.

aos estudantes da área, que estejam desenvolvendo atividades práticas, requererem o Alvará de Estagiário de Relações Públicas, conforme modelo de solicitação (Apêndice 12).

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 2012-2) do curso e outros cinco de áreas complementares, porém este quadro dos complementares se modifica a cada semestre, bem como o das específicas em função ainda da estruturação do corpo docente do curso:

- Prof^a. Ma. Carmen Regina A. Gonçalves – RELAÇÕES PÚBLICAS – dois anos de experiência docente
- Prof. Dr. Cristóvão Domingos de Almeida – RELAÇÕES PÚBLICAS – dois anos de experiência docente
- Prof. Ma. Elisa Lubeck Terra - RELAÇÕES PÚBLICAS – três anos de experiência docente
- Prof. Dr. Fabio Rodrigues Corniani – PUBLICITÁRIO – 12 anos de experiência docente
- Prof. Me. Fernando Silva Santor – PUBLICITÁRIO – seis anos e meio de experiência docente
- Prof. Me. Joel Felipe Guindani – RÁDIO E TV – 3 anos de experiência docente
- Prof. Ma. Juliana Lima Moreira Rhoden – PSICÓLOGA – 10,5 anos de experiência docente
- Prof. Ma. Marcela Guimarães e Silva - RELAÇÕES PÚBLICAS – sete anos de experiência docente
- Prof. Dr^a Marislei Ribeiro - RELAÇÕES PÚBLICAS – 13 anos de experiência docente
- Prof. Dr. Miro Bacin – JORNALISTA – 13 anos de experiência docente
- Prof. Dr^a Sara Alves Feitosa- JORNALISTA – dois anos e meio de experiência docente

- Prof. Me. Tiago Costa Martins - RELAÇÕES PÚBLICAS – três anos de experiência docente
- Prof. Me. Valmor Rhoden - RELAÇÕES PÚBLICAS – 11,5 anos de experiência docente

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. Atualmente, dos seis professores da área, cinco estão em processo de qualificação docente, com seus doutoramentos e uma já é doutora.

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 junho de 2012, foram beneficiados 194 alunos de São Borja, aos quais foram repassados 163 auxílios alimentação, 142 auxílios moradia e 155 auxílios transporte.

- 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. 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. Até junho de 2012, foram deferidos 10 auxílios a estudantes do Campus de São Borja.

- 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.

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 DCG. O curso de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas da Unipampa, contempla o ensino de Libras (Dec. N° 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 Nº 11.645 de 10/03/2008 e Resolução CNE/CP Nº 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 16 hectares.

Há investimentos contínuos na estruturação e ampliação da estrutura, pois a instituição faz 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 70,72m². 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 I

O Laboratório de Informática estrutura-se em um espaço físico de 56,80m². 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 20 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 informática II

O curso também conta com mais um laboratório de informática devidamente instalado em uma área de 76,96m². Este laboratório dispõem 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 7 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 Mesa de Áudio
1 Mixing Console Yamaha MG 16/4
1 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 phantom power, 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.
2 Monitores Ativos - Monitores KSK modelo Ks PM5a-9
1 IF Amplificador. Power 60 W, HF Amp power 30w, power suply 100/120 v, 50/60 hz, 220/240v, 50/60 hz.
1 Monitor de vídeo Acer AI 1916W - Monitor de LCD preto de 19", resolução máxima de 1028x1024. Compatibilidade Analógico RGB e digital, power suply 110 a 240 v, cabos vga, dvi, dimensões 18.5" x 5" x18.8".
1 Computador Lenovo Thinkcentre - 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 Itautec
1 Computador Itautec. 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 Itautec.
4 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.
2 Microfone Behringer B2
1 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 phantom power .
2 Split Fujitsu. Quente e frio, 12.000 BTus Frio e 14.500 BTus para quente, modelo ASB 12R1, 220 V, 60 Hz.
3 ,Pedestais AKS, suporte girafa com cachimbo para 2 mic. Altura mínima de 46 cm, altura máxima de 2,10cm, fabricado em ferro tubular.
2 Pedestais de mesa CSR. Altura mínima de 24 cm, altura máxima de 30cm, base pesada e fabricado em ferro tubular.
2 Fonea 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.
1 Processador de Áudio Behringer Composer Pro XL. Modelo MDX 2600, 2 canais com função estéreo Couple, compressão ICA, ajusta manual ou automático do ATACK e RELEASE, DE-ESSER VAD, EXPANDER/GATE, ATS, SIDECHAIN, saída com cenectores 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 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.

Tabela dos equipamentos para estúdio de gravação e estúdio de rádio encaminhado ao setor de compras para licitação⁹.

1 Mesa de áudio para o estúdio de rádio, Mesa Yamaha 1V 096
1 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. 8 Buses de saída, Mixagem Surround. Possui Studio Manager que abre as telas da mesa no

⁹ Em maio de 2012.

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 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 Cabos p10 mono 2 plugs 1 p2 estéreo. Montado com 1 plug p2 estéreo e dois plugs p10 mono,usados em latão,com cabo tipo bbs 50 ohms, 3 metros.
20 Cabos p10 estéreo/p2 estéreo. Montado com p10 estéreo e p2 estéreo usados em latão,com cabo tipo bbs 50 ohms, 2 metros.
10 Suportes pedestais para microfone. Material em ferro com "pés" emborrachados. altura mínima de 1,19 e máxima de 2,08, com regulagem de angulo e altura.
10 suportes pedestais para mesa. Acabamento Cromado. Modelo Girafinha com tubo telescópico. Altura Mínima: 0,61m. Altura Máxima: 0,73m. Peso: 1,37kg. Base pesada. Fabricação em aço carbono
12 Fones de ouvido Koss. Chapa e haste ajustáveis, dobrável, resposta de frequência 15 hz a 25 KHZ. Impedância de 60 Ohms. Sensibilidade de 101 dB SPL/mW. Extensão de cabo de 1,20. Conectores de 1/8" e 1/4" (3,5mm e 4mm). Adaptadores de P10/P2 –20 unidades.
20 Adaptadores de P2/P10.
10 microfones Shure sm 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.
5 Microfones cardióide Shure sm 58. Resposta de frequência 50 hz – 15khz;dinâmico, cardióide, impedância de saída de 150 ohms; sensibilidade de em circuito aberto(1khz) de 1,85mv = 94 db spl;com conexão xlr.
2 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/xrl exit speakon 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 Híbridas telefônicas, com 03 linhas padrão rack 19. Com entrada de linha telefônica padrão;conector rj- 11(6p4) femea; 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 ω ;conector xrl fêmea;controle de ganho permitindo sinais de entrada de -10 a + 4dbu. Saída de áudio impedância menor de 150 ω ; conector xlr ma.

4 Microfones Sem fio AKG. 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-cabos Amphenol/ caixa Santo Angelo, configuração caixa 20 vias XLR/16 metros.

4 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.

3 gravadores de áudio digitais. Zoom H2 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 Dolphin 3 Em 1 Cromático Digital.

2 unidades de modo Afinador: Extensão de afinação: A0 (27,5Hz) ~ A3 (1760Hz). Modos do afinador: Manual ou Automático. Itens do afinador: Cromático, Guitarra, Manual. Modo Gerador de Tom: Extensão de grupos de sons cromáticos: 2A ~ 6A. Cordas de Guitarra, Cordas de Baixo. Modo Metrônomo: extensão do tempo: 30~230bpm; batidas: 0 (0/4), 1 (1/4), 3 (3/4), 4 (4/4), 5 (5/8), 6 (6/8), 7 (7/8), 9 (9/8). Alimentação: 3v (2 pilhas AAA). Acompanha: 2 pilhas AAA. Um captador de contato.

<p>5 Microfones condensador AKG. Condensador com diafragma de 1 polegada padrão polar cardióide, faixa de frequência de 20 hz a 20khz, sensibilidade de 18mV/ Pa (-35 dBV), pressão sonora máxima 135/155 dB (0 / -20dB) com 0,5% THD, relação sinal /ruído (compensação A) 78 dB, chave de atenuação: 0 dB, -20 dB, filtro de graves: 12dB por oitava em 300hz, impedância < 200 ohms. Dimensões: 53mm(diâmetro) x 165mm (altura), peso 525g. Ponto Fone Sem Fio Arcano Ar-back – Pro 100 - 3 unidades. Uma base transmissora com 3 receptores; fonte bi-volt automática.</p>
3 receptores
3fones arcano linha LIVE
1 adaptador P2/P10
1 cabo P2/P10 estéreo
1 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 Monitor Referência Yamaha Hs80m Ativo
1 Monitor ativo do tipo Near Field Bi-amplificado bass reflex com 80 W RMS. Entradas balanceadas XLR e TRS. Falante de baixas frequências de 8" e tweeter dome de 1".
1 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 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 Shock Mount 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.
1 Zoom R8 Mesa Gravação Portátil Gravador E Interface De Áudio
Gravador faixa fixa: 8
Gravador de faixa simultânea: 2. Play back de faixas simultâneas: 8.

Formato recording data: 44.1/84 Khz, 16/24 bit WAV. Tempo de gravação máximo de 200 minutos/GB. Projetos: 1.000. Marcadores: 100 por projeto Outras Funções; Punch IN/ON (manual ou automático), Bonce, Marcador, A-B repeat e metrômetro Interface de áudio: canais de input 2, de output 2, quantização 24bit, frequência de sampling 44.1/48/88.2/96 Khz. Mixagem: faders 9, nível de metro 19- step LCD, post fader, parameters de faixas equalizador de 3 bandas, PAN (equalizador), effect Send x 2, Invert Efeitos algoritmos: 8 módulos: 7 para insert, 2 send/return Patches: 310 para insert, 60 para send/return tuner: chromatic, guitarra, baixo, modo aberto A/D/E/G sampler: formato playback Data formato 44.1/48 Khz, 16/24 bit Wav. Vozes: 8

Função de edição: trim, time-stretch Rítmico: 8 vozes, formato de som 16 bit PCM linear, 10 kits de bateria, 8 Pads, Precisão: 48 PPQN. Padrão de ritmo: 511/projeto (472 fabricados, 39 em branco). Bit: . – 8/4. Hardware: Mídia de gravação: cartões de memória SD (16MB- 2GB) SDHC (4-32GB). Conversão: A/D, D/A. Display de LCD 128x64 pixel. Inputs, microfones Built-in, energia do modo “Phantom power” 48V/24V, USB.

1 unidade VS-20 Sistema de gravação integrado. Requisitos de Sistema. Porta USB. Windows XP (32-bit)/Windows Vista(32-bit)/Windows 7 (32-bit)*. Intel Pentium 4 1.3 GHz or AMD Athlon™ XP 1500 or higher 512. MB RAM (1 GB recomendado). 1024 x 768, 16-bit resolução de tela, DVD-ROM de instalação.

1 Netbook. Requisitos: Porta USB. Windows 32-bit OS: XP /Vista /Windows 7 Home Premium (32- bit). Intel Atom or AMD Athlon Neo™ Processor 1 GB RAM. 100 MB para o programa (6 GB recomendado). 1024 x 600, 16-bit resolução de tela. DVD-ROM de instalação, o software também é disponível via download para usuários de Netbooks sem Driver de DVD. *O Guitar Tracks 4 não suporta os Windows 95, 98, ME, 2000, NT, ou XP x64 Professional Edition. Compatibilidade com Mac.

Processamento de Sinal Digital. Máximo de 24 bits (dependendo do software) Taxa de Amostragem 44.1 kHz. Resposta de Frequência 20 Hz ate 20 kHz (+0/-3 dB) Residual Noise Level (IHF-A, typ.).

90 dBu ou menos (INPUT: GUITAR/BASS, 47 k ohm terminated, INPUT SENS knob = center, DIRECT. MONITOR knob = center, OUTPUT LEVEL knob = center). Nível de Entrada GUITAR/BASS: -10 dBu, MIC 2: -40 dBu, LINE: -10 dBu. Nível de Saída OUTPUT: -10 dBu. Impedância de Saída. OUTPUT: 2 k ohms. PHONES: 44 ohms. Impedância de carga recomendada. OUTPUT: 20 k ohms or greater-

PHONES: 32-100 ohms Conectores. GUITAR/BASS: 1/4 inch phone type. MIC 2: XLR (balanced/phantom power +48 V). LINE: 1/4 inch phone. OUTPUT: RCA pin. PHONES: Stereo 1/4 inch phone REC. PLAY (FOOT SW): TRS 1/4 inch phone EXP. PEDAL: TRS 1/4 inch phone USB: B. Consumo 320 mA Phantom Power +48 V/10 mA. Dimensões: Milímetros: 299 (W) x 144 (D) x 53 (H). Polegadas: 11-13/16 (W) x 5-11/16 (D) x 2-1/8 (H). Peso: 760 g, 1 lb 11 oz (VS-20 hardware

1 unidade SONAR 8.5. O Sonar 8.5 Producer oferece as ferramentas necessárias para gravar, compor, editar, mixar e masterizar o software

também conta com uma coleção de instrumentos virtuais, plug-ins e ferramentas de masterização. Tudo isso apoiado pela tecnologia 64-bit.

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 várias disciplinas, como complemento de ferramentas comunicacionais.

04 Computadores PC Marca Le Novo – Modelos *ThinkCentre*, com processadores *Intel Core 2 Quad*; CPU 2.33 Ghz; memória 4 GB, sistema operacional 32 Bits. Cada computador com 02 monitores cada, da Marca LeNovo – Modelo *Think Vision*, 21 polegadas; *Windows 7 Professional*, contendo os seguintes aplicativos: *Adobe After Effects CS4*, *Adobe Bridge CS4*, *Adobe Dreamweaver CS4*, *Adobe Flash CS4*, *Adobe Illustrator CS4*, *Adobe Indesign CS4*, *Adobe Photoshop CS4*, *Adobe Premiere CS4*, *Windows Media Player*, *Microsoft Office*.

02 Computadores *iMac - Macintosh Apple*. Ambos com Processador 2.66 Ghz Intel Core 2 Duo; Memória 4 GB, 1067 Mhz DDR3; 04 entradas USB, 01 entrada *Firewire* 800; gravador de DVD. Monitor com resolução 1920 X 1200 cor de 32 bits. Com *Mac OS X*, com os seguintes aplicativos: *Adobe After Effects CS4*, *Adobe Bridge CS4*, *Adobe Dreamweaver CS4*, *Adobe Flash CS4*, *Adobe Illustrator Cs4*, *Adobe Indesign CS4*, *Adobe Photoshop CS4*, *Adobe Premiere CS4*, *Quicktime Player*, *Safari*, *Firefox*, *Libre Office*.

01 Monitor Digital de TV *LG Modelo 26LC7R* – 27 polegadas

01 Gravador de DVD *Panasonic* – Modelo *DMR-ES15*

01 Gravador de HDD/DVD *LG* – Modelo *RH 397H*

01 DVD Player *Excess* – Modelo *EDVD-1000*

01 Projetor Vídeo *Benq* – Modelo *MP610*

01 Gravador/Player VHS *Philips* – Modelo *VR 3522/78*

01 Mesa gráfica *Wacom* – Modelo *Intuos 4*, com acessórios

01 Filmadora Handycam HDD Sony – Modelo <i>HDR-XR 100</i>
01 Filmadora Handycam HDD Sony – 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 ainda está em fase de implantação e servirá como laboratório auxiliar ao curso de Relações Públicas, principalmente nas disciplinas de Criação e produção gráfica e Produção Institucional em mídia eletrônica. Tamanho do estúdio de televisão: Área: 208,97 metros quadrados. Dimensões: 16m X 13 m. Altura: 7,2 metros

Com 05 salas para controle do estúdio, assim distribuídos: (até a instalação do mesmo poderão ocorrer mudanças).

- Ilha de edição 01: 15,47 metros quadrados
- Ilha de edição 02: 15,47 metros quadrados
- Sala de locução e técnica divididas em tamanhos iguais: 9,72 metros quadrados
- Sala para laboratório de vídeo: 19,92 metros

O estúdio de televisão terá os seguintes equipamentos:

- Iluminação profissional para estúdio de televisão
- Switcher em sistema SD/HD
- Mesa de áudio/de som digital
- 04 Conjuntos câmera gravadora de vídeo digital HD, para ser utilizado em estúdio;

- 02 Teleprompter;
- 01 Vídeo Tape recorder HD;
- 04 Monitores de vídeo para aplicações diversas;
- 01 Monitor de vídeo para estúdio;
- 02 Gravador/Walkman de Vídeo HDV;
- 08 Kit de iluminação para externa;
- Sistema de iluminação profissional para externa;
- 05 Conjuntos câmera gravadora de vídeo digital HD, para ser utilizadas em externas,
- 02 Sistemas de comunicação para uso profissional em estúdio de televisão;
- Sistema de microfones de lapela, de mão, direcionais;

Todos os itens acima serão utilizados por profissionais da área, para os trabalhos dos alunos

- 20 Câmera Filmadora semi-profissionais, com tripé e microfones para serem utilizados pelos alunos em externas.

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:

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
Utilização de Rádio Flash

Estes são os equipamentos à disposição dos alunos e professores. No entanto, está previsto a chegada de outros dois computadores *Macintosh*; três iluminadores; um conjunto de luz fria e um transmissor sem fio para disparo dos flashes.

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 (de 25 a 30 unidades, conforme o espaço disponibilizado) e os principais softwares de análise estatística. Fundamentalmente, o Laboratório permitirá 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”. Para o curso de Relações Públicas será utilizado na disciplina de Pesquisa de Opinião Pública.

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 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 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 81,40 m². O acervo da biblioteca é de 3.107 títulos e 12.512 exemplares, composto por cd, cd-rom, dvd, folhetos, livros e teses, e 27 títulos de periódicos. No portal da biblioteca encontram-se a disposição os e-books, com cerca de 3.500 livros da coleção 2008 de livros eletrônicos da editora Springer, que permite aos usuários acesso aos conteúdos, também dando direito à impressão ou downloads. 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.

Espaço físico: 81,40 m².

TOTAL ACERVO

Títulos: **3.107**

Exemplares: **12.512**

Número de livros disponíveis por área do conhecimento:

Número de Títulos

ÁREA	DO	CD	CD- ROM	DVD	FOLHE -TO	LIVRO	TESE
CONHECIMENTO							
Ciências Exatas e da Terra						22	
Ciências Biológicas					01	21	
Ciências da Saúde					03	39	
Ciências Sociais e Aplicadas			18	03	05	1487	05

Ciências Humanas	01	18	09	06	986	04
Ciências Agrárias					03	
Gestão Ambiental					03	
Engenharias					04	
Linguística, Letras e Artes	02	05	03		408	
Outros		01		01	49	

Número de Exemplares

ÁREA DO CONHECIMENTO	CD	CD-ROM	DVD	FOLHE-TO	LIVRO	TESE
Ciências Exatas e da Terra					91	
Ciências Biológicas				06	55	
Ciências da Saúde				03	129	
Ciências Sociais e Aplicadas		43	08	05	6174	05
Ciências Humanas	04	36	13	15	4128	04
Ciências Agrárias			03		04	
Gestão Ambiental					04	
Engenharias					05	
Linguística, Letras e Artes	02	25			1552	
Outros		01		01	196	

- PERIÓDICOS CORRENTES

Títulos: 27

Exemplares: 353

Títulos correntes: 09

Exemplares: 200

Títulos não correntes: 18

Exemplares: 153

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 – do trabalho das disciplinas e docentes do curso¹⁰. 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.

Para 2014 está prevista a realização de uma avaliação docente do curso, conforme o modelo de questionário (Apêndice 10).

¹⁰ Modelo de Avaliação do curso pelos Discentes, conforme Apêndice 09.

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.

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.

REFERENCIAS 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>. 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 *fio 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, Ibict 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						
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 - ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



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 04 - 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 05 - 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 06 - 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 07 - 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 – 08 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

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

Ensino	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	
Extensão		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,	80

	congressos, semanas acadêmicas, entre outros)	
	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
Atividades Culturais, Sociais, de Gestão e Artísticas	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

APÊNDICE 9 – 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 sobrepuseram/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 10 – 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 11 – ESTÁGIO

Alvará de Estágio

São necessários:

1. Declaração da Faculdade em papel timbrado atualizada informando o período e a habilitação em Relações Públicas, assinada pelo Coordenador do Curso .

Declaração

Declaramos para os devidos fins que o/a estudante está cursando Relações Públicas na(nome da Instituição de Ensino) noperíodo, com previsão de colação de grau em
Assinatura do Coordenador de Curso e carimbo

2. Xerox autenticado: Identidade, CPF, Título de Eleitor.

OBS: O alvará de estágio tem validade de seis meses. A cada seis meses ele tem que ser renovado, apresentando nova declaração da faculdade com o atual período, o alvará e solicitação do aluno ao Presidente do CONRERP-4ª Região, pedindo a prorrogação do mesmo por mais seis meses.

3. Requerimento conforme modelo (Anexo 16).

APÊNDICE 12 – SOLICITAÇÃO DO ALUNO AO PRESIDENTE DO CONRERP – 4ª REGIÃO

Senhora Presidente do **Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas - 4ª Região**

Eu, **(nome completo)** _____, **(estado civil)**, _____, **(naturalidade)**, _____, (Carteira de Identidade, nº, órgão expedidor, CPF).

Venho requerer a V. S^a, que lhe seja concedido Alvará de Estagiário de Relações Públicas, de acordo com a Lei Nº 5.377 de 11.12.1967, regulamentada pelo Decreto Nº 63.283 de 26.09.1968, para o que faz juntar os documentos em anexo.

Nestes Termos,

Pede Deferimento,

Porto Alegre, ____ de _____ de _____.

(assinatura)

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;
- 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 – VÍDEO INSTITUCIONAL

ANEXO 02 – LOGOMARCA DA AGÊNCIA EXPERIMENTAL



AGÊNCIA EXPERIMENTAL
DE RELAÇÕES PÚBLICAS
E PRODUÇÃO CULTURAL

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.