MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - CAMPUS SÃO BORJA

PROJETO POLÍTICO-PEDAGÓGICO DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Ano de implementação do curso: 2010-2

São Borja - RS, maio de 2019.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

UNIPAMPA CAMPUS DE SÃO BORJA

Reitor: Marco Antonio Fontoura Hansen

Vice-Reitor: Maurício Aires Vieira

Pró-Reitora de Graduação: Ricardo Howes Carpes

Diretor do Campus São Borja: Ronaldo Colvero

Coordenador Acadêmico do Campus de São Borja: Muriel Pinto

Coordenador Administrativo do Campus São Borja: Luis André Antunes Padilha

Equipe de revisão e elaboração deste documento:

NDE

- Profª. Drª. Carmen Regina A. Gonçalves
- Profª. Drª. Elisa Lübeck
- Profª. Drª. Fernanda Sagrilo Andres
- Profª. Drª. Larissa Conceição dos Santos
- Profª. Drª. Paula Daniele Pavan
- Prof. Dr. Valmor Rhoden

Comissão do Curso de Relações Públicas –

- Profª Dra. Carmen Regina A. Gonçalves
- Prof. Dr. César Beras
- prof. Me. Erick Melo Maciel (em afastamento)
- Profª. Dra. Elisa Lübeck
- Profª. Dra. Fernanda Sagrilo Andres
- Profª. Dra. Juliana Lima Moreira Rhoden
- Profª. Ma. Keli Krause
- Profª. Dra. Larissa Conceição dos Santos
- Profª. Dra. Marcela Guimarães e Silva
- Profª. Dra. Paula Daniele Pavan
- Prof. Dr. Valmor Rhoden (coordenador do curso)
- Prof. Dr. Tiago da Costa Martins
- Greice Pinto Meireles - Técnica em Assuntos Educacionais
- Leandro Luiz Lied - Técnico em Assuntos Educacionais
- Victória Paiva – 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
1.4 Legislação 16
2 ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA 19
2.1 Concepção do Curso 19
2.1.1 Contextualização/Perfil do Curso 19
2.1.2 Objetivos 21
2.1.3 Perfil do egresso em Relações Públicas 22
2.2 Dados do Curso 23
2.2.1 Administração acadêmica 23
2.2.2 Funcionamento 29
2.2.3 Formas de Ingresso 30
2.3 Organização Curricular 33
2.3.1 Integralização Curricular 33
2.3.2 Plano de integralização da carga horária 34
2.3.3 Matriz curricular 40
2.3.4 Metodologias de ensino-aprendizagem e avaliação 44
2.3.5 Conteúdos e Acessibilidade 49
2.3.6 Ementário 53
2.3.7 Flexibilização Curricular 92
3 RECURSOS 103
3.1 Corpo Docente 103
3.2 Corpo Discente e Programas de apoio 104
3.2.1 Oferta de componente curricular em Libras 109

3.2.2 Meio ambiente e educação ambiental 109
3.2.3 Cultura Afro-Brasileira e Indígena 110
3.3 Infraestrutura.....110
3.3.1 Laboratório de criação e produção gráfica 111
3.3.2 Laboratório de informática.....111
3.3.3 Laboratório de redação.....112
3.3.4 Estúdio de Rádio 112
3.3.5 Laboratório de vídeo.....113
3.3.6 Estúdio de TV 113
3.3.7 Laboratório de Fotografia 114
3.3.8 Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública e Social 114
3.3.9 Agência Experimental de Relações Públicas 114
3.4 Biblioteca.....115
4. AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL 121
4.1 Acompanhamento dos Egressos 121
4.2 Autoavaliação do Curso 122
REFERÊNCIAS 124
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES ELETRÔNICAS 126
APÊNCIDES.....127
ANEXOS.....164

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[1]. 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 socioeconômico, 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 27 de julho de 2005, em ato público realizado na cidade de Bagé, com a presença do então Presidente da República Luís Inácio Lula da Silva.

Nessa 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

[1]Plano de Desenvolvimento Institucional 2014-2018.

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, Caçapava 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 de Computação, Engenharia de Energias Renováveis e 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-Jornalismo, Comunicação Social-Publicidade e Propaganda e Serviço Social; no *Campus* São Gabriel, Ciências Biológicas bacharelado e licenciatura, 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 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.

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.[2] 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

[2] Plano de Desenvolvimento Institucional 2014-2018.

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.

Atualmente, são ofertados na instituição 65 cursos de graduação, entre bacharelados, licenciaturas e cursos superiores em tecnologia, perfazendo uma oferta anual de 3.180 vagas das quais 50% são destinadas para as políticas de ações afirmativas, destinadas a alunos afrodescendentes, pardos, índios, oriundos de escolas públicas e com deficiência, conforme as especificações na Lei Federal 12.711/2012. No total, são 11.371 alunos de graduação e 1005 de pós-graduação. A Universidade conta com um corpo de servidores composto por 882 docentes, 686 técnico-administrativo em educação e 316 funcionários terceirizados, proporcionando suporte para atender os discentes, que podem realizar os seguintes cursos, ofertados nos 10 Campi da UNIPAMPA:

- Campus Alegrete: Ciência da Computação, Engenharia Civil, Engenharia Elétrica, Engenharia Agrícola, Engenharia Mecânica, Engenharia Software e Engenharia de Telecomunicações;

- 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 Matemática, Licenciatura em letras Português e Literaturas de Língua Portuguesa, Licenciatura em Letras Línguas Adicionais: Inglês, Espanhol e Respectivas Literaturas e licenciatura em Música;

- Campus Caçapava do Sul: Geofísica, Licenciatura em Ciências Exatas, Geologia, Curso Superior de Tecnologia em Mineração e Engenharia Ambiental e Sanitária;

- Campus Dom Pedrito: Zootecnia, Enologia, Superior de Tecnologia em Agronegócio e Licenciatura em Ciências da Natureza e Licenciatura em Educação no Campo;

- Campus Itaqui: Agronomia, Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia, Ciência e Tecnologia de Alimentos, Nutrição, Licenciatura em Matemática

e Engenharia de Agrimensura;

- Campus Jaguarão: Pedagogia e Licenciatura em Letras (Português e Espanhol); Licenciatura em História, Curso Superior de Tecnologia em Turismo e Produção e Política Cultural; - Campus Santana do Livramento: Administração, Ciências Econômicas, Relações Internacionais, Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública e Direito;

- Campus São Borja: Comunicação Social – habilitação Jornalismo, Comunicação Social – habilitação Relações Públicas, Comunicação Social – habilitação Publicidade e Propaganda; Direito, Serviço Social, Ciências Sociais – Ciência Política e Licenciatura em Ciências Humanas;

- Campus São Gabriel: Ciências Biológicas (Bacharelado e Licenciatura), Engenharia Florestal, Gestão Ambiental e Biotecnologia;

- Campus Uruguaiana: Enfermagem, Farmácia, Licenciatura em Ciências da Natureza, Medicina Veterinária, Curso Superior de Tecnologia em Aquicultura, Licenciatura em Educação Física, Fisioterapia e Medicina.

A oferta destes cursos contempla, também, o turno da noite em todos os campi, contribuindo assim para a ampliação do acesso de alunos trabalhadores ao ensino superior. Além disso, a instituição busca avançar na oferta de cursos de pós-graduação.

Atualmente, na UNIPAMPA, encontram-se em funcionamento os seguintes Programas de Pós-Graduação *strictu sensu*: Mestrado Acadêmico em Administração, no Campus de Sant'Ana do Livramento; Mestrado Acadêmico em Bioquímica, no Campus de Uruguaiana; Mestrado Acadêmico em Engenharia Elétrica, no Campus de Alegrete; Mestrado Acadêmico em Ciências Biológicas, no Campus de São Gabriel; Mestrado Acadêmico em Engenharia, no Campus de Alegrete; Mestrado Acadêmico em Ciência Animal, Uruguaiana; Mestrado Profissional em Ensino de Ciências, no Campus de Bagé; Mestrado Profissional em Educação, no Campus de Jaguarão; Mestrado Profissional em Ensino de Línguas, no Campus de Bagé; Mestrado Profissional Tecnologia Mineral, no Campus de Caçapava do Sul; Mestrado Profissional em Políticas Públicas, no Campus de São Borja; Doutorado em Bioquímica, no Campus de Uruguaiana; Doutorado em Ciências Biológicas, no Campus

de São Gabriel. Além desses, a universidade possui cursos *lato-sensu*, entre eles: Especialização História e Cultura Africana, AfroBrasileira e Indígena, no Campus de Uruguaiana; Educação Ambiental, no Campus de Jaguarão; Especialização Gestão da Educação Básica articulações entre o político e o pedagógico, no Campus de Jaguarão; Especialização Psicopedagogia, Clínica e Institucional, no Campus de Jaguarão; Especialização Cidades, Culturas e Fronteiras, no Campus de Jaguarão; Especialização Desenvolvimento de Regiões da Fronteira ,no Campus de Sant'Ana Livramento; Especialização Gestão Estratégica de Pequenas e Médias Empresas, no Campus de Sant'Ana Livramento; Especialização Gestão Pública e Meio Ambiente, no Campus de São Gabriel; Especialização Produção Animal, no Campus de Dom Pedrito; Especialização em Engenharia Econômica, no Campus de Alegrete; Especialização em Geofísica e Geologia Aplicadas à Recursos Naturais e Meio Ambiente, no Campus de Caçapava do Sul; Especialização em Produção Vegetal, no Campus de Itaqui; Especialização em Educação e Gestão do Patrimônio Cultural, no Campus de Jaguarão; Psicopedagogia Institucional, no Campus de Jaguarão; Especialização em Tecnologias Digitais e Educação, no Campus de Jaguarão; Especialização em Atividades Criativas e Culturais, no Campus de São Borja; Especialização em Educação em Ciências, no Campus de Uruguaiana; Gestão Pública, no Campus de Sant'Ana Livramento; Residência Integrada Multiprofissional em Urgência e Emergência, no Campus de Uruguaiana; Residência Integrada Multiprofissional em Saúde Coletiva, no Campus de Uruguaiana; Residência Integrada Multiprofissional em Saúde Mental Coletiva, no Campus de Uruguaiana; Residência Integrada em Medicina Veterinária, no Campus de Uruguaiana; Especialização Educação e Diversidade Cultural, no Campus de Bagé; Especialização em Agronegócio, no Campus de Dom Pedrito; Especialização em Educação no Campo e Ciências da Natureza, no Campus de Dom Pedrito; Especialização em Produção Animal, no Campus de Dom Pedrito; Especialização em Direitos Humanos e Cidadania, no Campus de Jaguarão; Especialização em Políticas e Intervenção em Violência Intrafamiliar, no Campus de São Borja; Especialização em Neurociência Aplicada à Educação, no Campus de Uruguaiana; Residência Integrada Multiprofissional em Urgência e emergência, no Campus de Uruguaiana; Residência Integrada Multiprofissional em Saúde Coletiva, no

Campus de Uruguaiana; Residência Integrada Multiprofissional em Saúde Mental Coletiva, no Campus de Uruguaiana; Residência Integrada em Medicina Veterinária, no Campus de Uruguaiana.

1.2 Realidade Regional

O município de São Borja está localizado no Oeste do Rio Grande do Sul, com uma população de 61.662 habitantes, de acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, censo 2010, distribuídos em uma área de 3.616 Km^2 e densidade populacional de 19,22 hab/km^2. 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; ao Sul, faz fronteira com as cidades de Maçambará e Itaqui; à Leste, com as cidades de Itacurubi e Unistalda; e à 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 o 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 também 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, portanto, um importante complemento no espaço educacional da metade sul do Rio Grande do Sul e 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, 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.

Nesse contexto organizacional, o Curso de Relações Públicas 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 comunicacional 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 do campo das Relações Públicas - habilitado a promover os processos entre as organizações e os seus públicos, 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 comunicação.

Assim, torna-se justificado o Curso para dar corpo ao Campus, fortalecendo os 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.

1.4 Legislação

O Projeto Político Pedagógico do Curso Relações Públicas 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, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional;

- Resolução nº 2 de 18/06/2007 – DOU 13/06/2007, que dispõe sobre carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial;

- Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, que 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;

- Decreto nº 63.283/1968, que delibera sobre a 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;

- Diretrizes Curriculares nacionais para os cursos de Relações Públicas. Resolução nº 02, de 27 de setembro de 2013. Diário Oficial da União. Brasília, Brasília, DF, 01 out. 2013, p.28-29; [3]

- Projeto Institucional da Universidade Federal do Pampa, documento criado em 2009, que é balizador das ações institucionais e 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;

- Lei nº 10.639/2003, que altera a Lei nº 9.394/1996, e estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional para incluir no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira" e dá outras providências;

- Parecer CNE/CP nº 03/2004, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana; e a Resolução nº 01/2004, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana;

- Parecer CNE/CP nº 08/2012 e a Resolução nº 01/2012, que estabelecem as Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos;

- Nota Técnica MEC nº 24/2015, a qual apresenta a dimensão de gênero e orientação

[3]Disponível em: <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=01/10/2013&jornal=1&pagina=28&totalArquivos=96>. Acesso em 02 set. 2015.

sexual nos planos de educação;

- Lei nº 9.795/1999, que dispõe sobre a educação ambiental, instituindo a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências; o Decreto nº 4.281/2002, o qual regulamenta a Lei nº 9.795/1999 e a Resolução nº 02/2012, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental;

- Lei nº 11.645/2008, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena";

- Ordem normativa n° 04/2014, a qual estabelece orientações sobre a aceitação de estagiários no âmbito da Administração Pública Federal direta, autárquica e fundacional;

- Decreto nº 5.296/2004, que regulamenta as Leis nos 10.048/2000, a qual dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098/2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida;

- Decreto nº 6.949/2009, que promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo;

- Decreto nº 7.611/2011, que dispõe sobre a educação especial e o atendimento educacional especializado;

- Lei n° 12.764/2012, que dispõe sobre a Proteção dos Direitos de Pessoas com Transtorno de Espectro Autista;

- Decreto nº 5.626/2005, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras;

- Portaria nº 3.284/2003, que dispõe sobre requisitos de acessibilidade de pessoas portadoras de deficiências, para instruir os processos de autorização e de reconhecimento de cursos, e de credenciamento de instituições;

- Lei nº 13.005/2014, que aprova o Plano Nacional de Educação (PNE) e dá outras providências;

- Lei nº 13.146/2015, que institui o Estatuto da Pessoa com Deficiência;

- Portaria nº 4.059/2004, que dispõe sobre oferta na modalidade semipresencial;

- Decreto nº 5.622/2005, art. 4°, inciso II, § 2°, que delibera sobre a prevalência da Avaliação presencial de EAD. Revogado pelo Decreto nº 9.057, de 2017;

- Resolução nº 05/2010, que aprova o Regimento Geral da UNIPAMPA.Alterado pela Resolução 27/2011;
- Resolução nº 80/2014, que aprova o Programa de Avaliação de Desempenho Docente na UNIPAMPA;
- Resolução nº 01/2010, que normatiza o Núcleo Docente Estruturante;
- Resolução nº 97/2015, que normatiza o NDE na UNIPAMPA;
- Resolução nº 71/2014, que aprova o Plano de Desenvolvimento Institucional (2014 – 2018).

2 ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

2.1 Concepção do Curso

2.1.1 Contextualização/Perfil do Curso

O Curso de Relações Públicas foi criado com o objetivo de reforçar a área de Comunicação Social do campus de São Borja e atender às questões sociais e culturais da região. A sugestão de criação do curso ocorreu 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 de 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: Relações Públicas
Conceito preliminar/Avaliação MEC: 4[4]

[4] Disponível em: http://porteiras.r.unipampa.edu.br/portais/proplan/files/2011/01/Reconhecimento-Rela%C3%A7%C3%B5es-p%C3%BAblicas.pdf.

Grau: Bacharelado

Titulação Conferida: Bacharel ou Bacharela em Relações Públicas

Duração Mínima do Curso: 8 semestres.

Carga Horária Total do Curso: 3.245 horas

Turno: Noturno

Número de Vagas Oferecidas: 50

Forma de Ingresso: Sisu

Periodicidade: Semestral

Coordenador do curso: Prof. Dr. Valmor Rhoden

Tempo de exercício na IES: oito anos e seis meses

Tempo de exercício na função de coordenador do curso: desde fevereiro de 2019.

O curso de Relações Públicas funciona no seguinte endereço: Rua Vereador Alberto Benevenuto, n. 3.200. Sala 204 A. São Borja (RS). CEP: 97670-000. Telefone (55) 3430 9850. Endereço eletrônico <http://cursos.unipampa.edu.br/cursos/relacoespublicas/>.

O curso propicia ao egresso conhecimento teórico e metodológico a partir das especificidades teóricas e práticas das Relações Públicas, com um dos eixos focado em práticas em Produção Cultural. Para isso, o currículo do curso oferece componentes curriculares que capacitam 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.

Em linhas gerais, este profissional, a partir do desenvolvimento de habilidades e competências e de uma capacitação crítica, atuará na gestão da comunicação e do relacionamento entre as organizações e seus diversos públicos de interesse.

Os tempos (mínimo e máximo) para a integralização do curso são: mínimo 8 semestres e máximo 16 semestres.

2.1.2 Objetivos

2.1.2.1 Objetivo Geral

Proporcionar o desenvolvimento de competências e habilidades próprias das Relações Públicas, no tocante às relações estabelecidas entre as organizações e seus públicos.

2.1.2.2 Objetivos Específicos

- Capacitar o discente para realizar atividades de pesquisa, planejamento, assessoramento e a execução de atividades de Relações públicas, com o fim de gerenciar e facilitar o processo de relacionamento e de comunicação organizacional.

- Compreender a natureza das linguagens e dos fenômenos culturais envolvidos nos sistemas contemporâneos de comunicação e, em particular, no processo de comunicação das organizações 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.

- Capacitar para a análise, planejamento, implementação e controle de estratégias para a produção e gestão de ações e produtos comunicacionais.

- 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.

- Desenvolver novas práticas de empreendedorismo e inovação, que capacitem os acadêmicos para enfrentar os desafios profissionais.

2.1.3 Perfil do egresso em Relações Públicas

O perfil do egresso em Relações Públicas está de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de Relações Públicas (Resolução 02/2013) e se caracteriza das seguintes maneiras:

- capacidade acurada de análise conjuntural, de forma a lidar qualitativa e quantitativamente com dados estatísticos, econômicos e socioculturais, transformando-os em formas de percepção da realidade local e regional, contribuindo para a elaboração de políticas de comunicação;
- entendimento das dinâmicas socioculturais, tendo em vista interpretar as demandas dos diversos tipos de organizações e dos públicos;
- habilidade para refletir sobre a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais, contemplando problemáticas decorrentes da globalização, das tecnologias de informação e da comunicação, do desenvolvimento sustentável e de cidadania, necessárias à sua atuação;
- capacidade de atuar na gestão dos relacionamentos organizacionais em seus diversos segmentos, utilizando-se da comunicação;
- desenvolvimento da interlocução entre as relações públicas e demais práticas profissionais e organizacionais, inseridas no contexto local e regional;
- compromisso com a atuação marcada pela postura ética;
- capacidade para desenvolver projetos comunicacionais que valorizem a diversidade sociocultural e os espaços fronteiriços;
- capacidade de liderança, negociação, tomada de decisão e visão empreendedora.

2.1.3.1 Competências e Habilidades do egresso em Relações Públicas

- Orientar instituições das esferas pública, privada e do terceiro setor na formulação de políticas de relações públicas voltadas à comunicação.

- Criar, executar e avaliar planos, programas, campanhas e projetos estratégicos de relações públicas integrados às demandas organizacionais.
- Utilizar técnicas e instrumentos adequados ao desenvolvimento de atividades específicas: assessoria de imprensa, produção cultural, organização de eventos, cerimonial e protocolo, ouvidoria, comunicação interna, pesquisa de opinião pública e de mercado, gestão de redes sociais digitais, produção gráfica e audiovisual.
- Dominar as linguagens comunicacionais necessárias à comunicação integrada.
-Desenvolver pesquisas, estratégias e políticas que favoreçam a interpretação qualificada da conjuntura sociocultural local e regional.

2.2 Dados do Curso

2.2.1 Administração acadêmica

Atualmente, o curso é coordenado pelo Prof. Dr. Valmor Rhoden, bacharel em Comunicação Social com habilitação Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria(UFSM), Mestre em Extensão Rural, na linha de pesquisa Comunicação pela mesma instituição, Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e Pós-Doutor em Educação também pela UFSM. Suas atribuições como coordenador do curso foram criadas a partir do Regimento Geral da Unipampa[5], mais especificamente na Subseção II **–** dos artigos 102 a 105.

> Subseção II – Do Coordenador de Curso
> **Art. 102.** O Coordenador de Curso e seu substituto serão eleitos para um mandato de 2 (dois) anos.

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

§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. Conforme o regimento geral da Unipampa, a atribuição da comissão de curso é:

Art. 97. A Comissão de Curso é o órgão que tem por finalidade viabilizar a construção e implementação do Projeto Pedagógico de Curso, as alterações de currículo, a discussão de temas relacionados ao curso, bem como planejar, executar e avaliar as respectivas atividades acadêmicas.

Art. 98. Compõem a Comissão de Curso:

I. o Coordenador de Curso;

II. os docentes que atuam no Curso;

III. representação discente eleita por seus pares;

IV. representação dos servidores técnico-administrativos em educação atuante no Curso, eleita por seus pares.

§1º. Os membros técnico-administrativos da Comissão de Curso terão mandato de 2 (dois) anos, permitida uma recondução.

§2º. Os representantes discentes terão mandato de 1 (um) ano, sendo permitida uma recondução.

§3º. O número de representantes técnico-administrativos e discentes será definido no Regimento do Campus.

§4º. São componentes da Comissão de Curso os docentes que atuam ou atuaram em atividades curriculares nos últimos 12 (doze) meses.

§5º. No caso de impedimento definitivo dos representantes previstos nos incisos III e IV, caberá ao Coordenador formalizar o pedido de substituição à categoria representada.

Art. 99. Para fins de indicação dos componentes do Núcleo Docente

Estruturante, quando necessário, consideram-se os docentes que integram a Comissão de Curso.

Art. 100. O Coordenador do Curso exercerá a Coordenação da respectiva Comissão.

Art. 101. As competências da Comissão de Cursos de Graduação e de sua coordenação deverão ser definidas em Regimento Interno desta Comissão, espelhado nas competências definidas para a Comissão Superior de Ensino e naquelas estabelecidas neste Regimento Geral.

O curso possui também o Núcleo Docente Estruturante (NDE), composto por seis professores do curso. São eles: Profa. Drª Carmen Abreu; Profª. Drª. Fernanda Sagrilo Andres - secretária; Profa. Drª Elisa Lübeck; Profa. Drª Larissa Conceição dos Santos - presidente; Prof. Drª Paula Daniele Pavan; Prof. Dr. Valmor Rhoden, todos com regime de 40 horas – Dedicação Exclusiva - DE. Este núcleo pensa o curso, através de reuniões regulares: matriz curricular, os componentes curriculares, a agência experimental, entre outros aspectos norteadores que são foco de discussão e encaminhamento do NDE do curso. O NDE é responsável pela concepção, acompanhamento, avaliação, atualização e implementação do Projeto Político-Pedagógico do curso e também pelo desenvolvimento permanente.

Pode-se 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 mundo 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 e dos demais marcos regulatórios.

Segundo a resolução 97/2015, são também atribuições do NDE:

> [...] II. propor procedimentos e critérios para a autoavaliação do Curso, prevendo as formas de divulgação dos seus resultados e o planejamento das ações de melhoria; III. conduzir os processos de

> reestruturação curricular para aprovação na Comissão de Curso, sempre que necessário; IV. atender aos processos regulatórios internos e externos; [...] (p.1).[6]

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 as Comissões de Pesquisa, Ensino e Extensão.

2.2.2 Funcionamento

O egresso do Curso de Relações Públicas da UNIPAMPA recebe o título de Bacharel ou Bacharela em Relações Públicas. O Curso oferece, no primeiro semestre de cada ano, 50 vagas. O regime de matrícula ocorre de acordo com a Resolução das Normas Acadêmicas de Graduação da UNIPAMPA.

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 componente curricular, 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 em 10 créditos (150 horas). O período de realização do curso é noturno, sendo que o sábado também poderá ser utilizado para atividades de ensino, de pesquisa, de extensão e de estágio.

O Calendário Acadêmico da Universidade, conforme as Normas Básicas da Graduação da UNIPAMPA (Resolução das Normas Acadêmicas de Graduação da UNIPAMPA), prevê dois períodos letivos regulares, dispostos em carga-horária presencial e semipresencial, com duração mínima de 100 dias letivos cada um. Esse 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

[6] Resolução CONAES nº 1, de 17 de junho de 2010; e Resolução CONSUNI nº 97, de 19 de março de 2015.

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 3.245 horas. A carga horária do Curso segue as diretrizes curriculares para o curso de Relações Públicas, a partir da Resolução nº 02, de 27 de setembro de 2013, do Ministério da Educação. Assim, os componentes curriculares estão distribuídos em Componentes Curriculares Obrigatórios (3.045 horas), incluindo as Atividades de Estágio (210 horas) e Atividades Complementares de Graduação (200 horas).

2.2.3 Formas de Ingresso

A seleção dos candidatos à graduação da UNIPAMPA, desde 2010, vem sendo realizada por meio do Sistema de Seleção Unificada, utilizando-se as notas obtidas pelos estudantes no Enem. O preenchimento das vagas no curso atende aos critérios estabelecidos para as diferentes modalidades de ingresso da Universidade, regido por editais específicos, pela Portaria Normativa MEC 02/2010 e pela Resolução das Normas Acadêmicas de Graduação da UNIPAMPA. Assim sendo, no curso de Relações Públicas, que oferta 50 vagas anualmente, bem como nos demais cursos da Universidade, o ingresso é realizado a partir dos processos a seguir pontuados:

a) Processo seletivo pelo Sistema de Seleção Unificada (SiSU) com a utilização das notas obtidas no Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM):

i. ocorre para todos os cursos de graduação 1 (uma) vez por ano, no 1º (primeiro) semestre, conforme o número de vagas estabelecido pela Instituição e, excepcionalmente, no 2º (segundo) semestre, se autorizado pelo Conselho Universitário, para cursos específicos;

ii. é realizado por meio do Sistema de Seleção Unificada (SiSU) da Secretaria de Educação Superior (SESu), Ministério da Educação (MEC), utilizando exclusivamente as notas obtidas pelos candidatos no Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM).

Parágrafo único. Excepcionalmente podem ser realizados processos seletivos

específicos autorizados pelo Conselho Universitário.

b) Reopção: forma de mobilidade acadêmica condicionada à existência de vagas, mediante a qual o discente, regularmente matriculado ou com matrícula trancada em curso de graduação da UNIPAMPA, poderá transferir-se para outro curso de graduação desta Universidade. A mudança de curso ou turno pode ocorrer até duas vezes.

c) Processo seletivo complementar:

I. Reingresso: ingresso de ex-discente da UNIPAMPA em situação de abandono ou cancelamento de curso há menos de dois anos.

II. Transferência voluntária: ingresso de discente regularmente matriculado ou com trancamento de matrícula em curso de graduação de outra Instituição de Ensino Superior (IES), que deseje transferir-se para esta Universidade.

III. Portador de Diploma: forma de ingresso para diplomados por outra IES, ou que tenham obtido diploma no exterior, desde que revalidado na forma da lei.

d) Transferência compulsória (EX OFFICIO): forma de ingresso concedida ao servidor público federal, civil ou militar, ou a 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.

e) Regime especial: consiste na inscrição em componentes curriculares para complementação ou atualização de conhecimentos, é concedida para portadores de diploma de curso superior, discente de outra IES e portador de certificado de conclusão de ensino médio com idade acima de 60 anos respeitada a existência de vagas e a obtenção de parecer favorável da Coordenação Acadêmica. A matrícula no Regime Especial não constitui vínculo com qualquer curso de graduação da instituição.

f) Programa estudante convênio: matrícula destinada à estudante estrangeiro mediante convênio cultural firmado entre o Brasil e os países conveniados.

g) Programa de mobilidade acadêmica interinstitucional: permite ao discente de outras IES cursar componentes curriculares da UNIPAMPA, como forma de

vinculação temporária pelo prazo estipulado pelo convênio assinado entre as Instituições.

h) Programa de mobilidade acadêmica intrainstitucional: permite ao discente da UNIPAMPA cursar, temporariamente, componentes curriculares em outros campi.

i) Matrícula Institucional de cortesia: consiste na admissão de estudantes estrangeiros funcionários internacionais ou seus dependentes, que figuram na lista diplomática ou consular, conforme Decreto Federal nº 89.758, de 06/06/84 e Portaria 121, de 02/10/84.

Ainda, em atendimento ao disposto na Lei nº 12.711, de 29 de agosto de 2012, regulamentada pelo Decreto nº 7.824, de 11 de outubro de 2012, e a Portaria nº 18, de 11 de outubro de 2012, a UNIPAMPA oferta 25% (vinte e cinco por cento) das vagas de cada curso para as ações afirmativas L1 e L2; 25% (vinte e cinco por cento) para as ações afirmativas L3 e L4; 3% (três por cento) para a ação afirmativa A1 e 47% (quarenta e sete por cento) para a ampla concorrência.

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 (ação afirmativa L2);

b) que não se autodeclararam pretos, pardos e indígenas. (ação afirmativa L1).

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; (ação afirmativa L4);

b) que não se autodeclararam pretos, pardos e indígenas. (ação afirmativa L3).

III - estudantes com deficiência (ação afirmativa A1).

IV - estudantes que independente da procedência escolar, renda familiar ou raça/etnia (denominada ampla concorrência ou AC).

2.3 Organização 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, a partir da edição de 2012, o exame foi obrigatório apenas para os cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, da área da Comunicação Social.

A carga horária do Curso segue as diretrizes curriculares para os cursos de Relações Públicas, a partir da Resolução nº 02, de 27 de setembro de 2013, do Ministério da Educação. Assim, os componentes curriculares estão distribuídos em Atividades Didáticas, Atividades de Estágio e Atividades Complementares de Graduação.

Componentes Curriculares Obrigatórios, incluso Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório em Relações Públicas	3.045
Atividades Complementares de Graduação	200
Carga horária total mínima	**3.245**

PRAZO PARA A INTEGRALIZAÇÃO CURRICULAR EM SEMESTRES:

Mínimo	8
Médio (estabelecido pela Sequência Aconselhada do Curso)	8
Máximo (estabelecido pela Seq. Aconselhada + 50%)	16

LIMITES DE CARGA HORÁRIA REQUERÍVEL POR SEMESTRE:

Mínimo	150 (10 créditos
Máxima	600 (40 créditos)

NÚMERO DE TRANCAMENTOS POSSÍVEIS:

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

NÚMERO DE COMPONENTES CURRICULARES: 39

2.3.2 Plano de integralização da carga horária

O desdobramento dos conteúdos das diretrizes curriculares será feito através de eixos de formação a serem cumpridos pelo aluno no decorrer do curso. Os conteúdos serão desenvolvidos através de quatro eixos de formação: Geral, Comunicação, Relações Públicas e Suplementar (Diretrizes estabelecidas a partir da Resolução nº 02, de 27 de Setembro de 2013, do Ministério da Educação). A carga horária segue a seguinte distribuição:

Formação Geral	435
Formação Comunicação	450
Formação Relações Públicas	1425
Formação Suplementar – ênfase em produção cultural	525
Estágio Curricular Supervisionado em Relações Públicas	210
Atividades Complementares de Graduação	200
Total	**3.245**

Eixo Formação Geral:

O eixo de Formação Geral contempla conteúdos de cultura geral e de formação ética e humanística, estabelecidas na base do conhecimento das Humanidades e das Ciências Sociais Aplicadas, da filosofia e da sociologia, com foco na ética e nas questões da sociedade contemporânea. A formação geral procura estabelecer ligações com a diversidade cultural, direitos humanos, desenvolvimento regional e sustentabilidade. Os componentes curriculares complementares de graduação, compartilhados com outros cursos do Campus, poderão ser aproveitados sem gerar novas ofertas.

Nº	Código	Nome do Componente curricular 1º semestre	CHS[7]	CHSP[8]	CHP[9]	T-P[10]
01		Leitura e Produção Textual	75	15	60	3-2
02		Estudos da Cultura	75	15	60	5-0

Nº	Código	Nome do Componente curricular 2º semestre	CHS	CHSP	CHP	T-P
03		Fundamentos da Ciência Política	75	15	60	5-0
04		Psicologia Social e Organizacional	60	30	30	4-0

Nº	Código	Nome do Componente curricular 5º semestre	CHS	CHSP	CHP	T-P

[7] CHS: Carga-horária semestral

[8] CHSP: Carga-horária semipresencial

[9] CHP: Carga-horária presencial

[10] T-P: Crédito Teórico – Prático

05		Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade	75	15	60	4-1

Nº	**Código**	**Nome do Componente curricular 7º semestre**	**CHS**	**CHSP**	**CHP**	**T-P**
06		Filosofia do Conhecimento	75	15	60	5-0

Eixo Comunicação:

O eixo Comunicação contempla conteúdos das ciências da comunicação em suas dimensões teóricas e aplicadas, enfatizando aquelas que contribuem para o entendimento dos processos e práticas de relações públicas. Trata-se de conteúdos sobre os fundamentos teóricos da comunicação e de linguagens, mídias e tecnologias.

Nº	**Código**	**Nome do Componente curricular 1º semestre**	**CHS**	**CHSP**	**CHP**	**T-P**
01		Sociologia da Comunicação	75	15	60	5-0

Nº	**Código**	**Nome do Componente curricular 2º semestre**	**CHS**	**CHSP**	**CHP**	**T-P**
02		Teoria da Comunicação	75	15	60	5-0
03		Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação	75	15	60	3-2

Nº	**Código**	**Nome do Componente curricular 3º semestre**	**CHS**	**CHSP**	**CHP**	**T-P**
04		Comunicação Integrada	75	15	60	3-2

Nº	**Código**	**Nome do Componente curricular 6º semestre**	**CHS**	**CHSP**	**CHP**	**T-P**
05		Comunicação e Política	75	15	60	4-1
06		Comunicação, Cidadania e Diversidade Sociocultural	75	15	60	5-0

Eixo Relações Públicas

É formado pelos componentes curriculares fundamentais para a formação profissional em Relações Públicas, tendo como objetivo alcançar um perfil profissional que contemple o Projeto Político-Pedagógico de Curso de Relações Públicas, o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e as Diretrizes Curriculares do Conselho Nacional de Educação/Ministério da Educação.

Destaca-se também a importância do pré-requisito em alguns componentes curriculares, considerando a necessidade de seus conteúdos para o prosseguimento do estudo pelos discentes.

Nº	Código	Nome do Componente curricular 1º semestre	CHS	CHSP	CHP	T-P
01		Fundamentos de Relações Públicas e de Produção Cultural	75	15	60	4-1

Nº	Código	Nome do Componente curricular 2º semestre	CHS	CHSP	CHP	T-P
02		Redação em RP I	75	15	60	2-3

Nº	Código	Nome do Componente curricular 3º semestre	CHS	CHSP	CHP	T-P
03		Teoria e Técnica de Relações Públicas	75	15	60	5-0
04		Redação em RP II	75	15	60	2-3
05		Gestão de eventos e cerimonial e protocolo	75	15	60	1-4

Nº	Código	Nome do Componente curricular 4º semestre	CHS	CHSP	CHP	T-P

06		Fotografia em RP	75	15	60	1-4
07		Estratégias de relacionamento com os públicos	75	15	60	3-2
08		Planejamento de RP	75	15	60	3-2
09		Pesquisa aplicada em RP	75	15	60	2-3

Nº	**Código**	**Nome do Componente curricular 5º semestre**	**CHS**	**CHSP**	**CHP**	**T-P**
10		Estratégias de relacionamento com a mídia	75	15	60	1-4
11		Produção audiovisual institucional	75	15	60	1-4
12		Produção gráfica em RP	75	15	60	1-4

Nº	**Código**	**Nome do Componente curricular 6º semestre**	**CHS**	**CHSP**	**CHP**	**T-P**
13		Ética e legislação em RP	75	15	60	5-0
14		Gestão de mídias sociais	75	15	60	2-3

Nº	**Código**	**Nome do Componente curricular 7º semestre**	**CHS**	**CHSP**	**CHP**	**T-P**
15		RP e empreendedorismo	75	15	60	2-3
16		Relações públicas governamental e internacional	75	15	60	3-2
17		Projeto em Relações P. e PC	75	15	60	1-4

Nº	**Código**	**Nome do Componente curricular 8º semestre**	**CHS**	**CHSP**	**CHP**	**T-P**
18		Trabalho de Conclusão de Curso	150	150	150	5-5

Formação Suplementar – ênfase em produção cultural:

O eixo de Formação Suplementar contempla conteúdos de domínios conexos à

ênfase em produção cultural. Reconhece-se a interface entre Relações Públicas e produção cultural, procurando estabelecer discussões teóricas e o desenvolvimento de práticas articuladas nos dois campos de saber.

Nº	Código	Nome do Componente curricular 1º semestre	CHS	CHSP	CHP	T-P
01		Economia Criativa	75	15	60	4-1

Nº	Código	Nome do Componente curricular 3º semestre	CHS	CHSP	CHP	T-P
02		Política Cultural	75	15	60	4-1

Nº	Código	Nome do Componente curricular 4º semestre	CHS	CHSP	CHP	T-P
03		RP na produção cultural	75	15	60	4-1

Nº	Código	Nome do Componente curricular 5º semestre	CHS	CHSP	CHP	T-P
04		Marketing Cultural	75	15	60	4-1

Nº	Código	Nome do Componente curricular 6º semestre	CHS	CHSP	CHP	T-P
05		Gestão de espaços culturais	75	15	60	3-2

Nº	Código	Nome do Componente curricular 7º semestre	CHS	CHSP	CHP	T-P
06		Libras	75	15	60	3-2

Nº	Código	Nome do Componente curricular 8º semestre	CHS	CHSP	CHP	T-P
07		Tópicos especiais	75	15	60	2-3

2.3.3 Matriz curricular

Tabela organizada por semestre, contendo nome dos componentes curriculares, códigos e carga horária.

Nº	Código	Nome do Componente Curricular 1º semestre	Tipo	(T–P)	CHS
01		Leitura e produção textual	OBR	3-2	75
02		Estudos da Cultura	OBR	5-0	75
03		Sociologia da Comunicação	OBR	5-0	75
04		Fundamentos de Relações Públicas e de Produção Cultural	OBR	4-1	75
05		Economia Criativa	OBR	4-1	75
		Subtotais		**25**	**375**

Nº	Código	2º semestre	Tipo	(T–P)	CHS
06		Fundamentos da Ciência Política	OBR	5-0	75
07		Psicologia social e organizacional	OBR	4-0	60
08		Teoria da Comunicação	OBR	5-0	75
09		Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação	OBR	3-2	75
10		Redação em Relações Públicas I	OBR	2-3	75
		Subtotais		**24**	**360**

Nº	Código	3º semestre	Tipo	(T-P)	CHS
11		Teoria e Técnica de Relações Públicas	OBR	5-0	75
12		Redação em Relações Públicas II	OBR	2-3	75
13		Gestão de eventos e cerimonial e protocolo	OBR	1-4	75
14		Comunicação Integrada	OBR	3-2	75
15		Política Cultural	OBR	4-1	75

		Subtotais		**25**	**375**

Nº	**Código**	**4º semestre**	**Tipo***	**(T-P)**	**CHS**
16		Fotografia em Relações Públicas	OBR	1-4	75
17		Estratégias de relacionamento com os públicos	OBR	3-2	75
18		Planejamento de Relações Públicas	OBR	3-2	75
19		Pesquisa aplicada em Relações Públicas	OBR	2-3	75
20		Relações Públicas na produção cultural	OBR	4-1	75
		Subtotais		**25**	**375**

Nº	**Código**	**5º semestre**	**Tipo**	**(T–P)**	**CHS**
21		Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade	BR	4-1	75
22		Estratégias de relacionamento com a mídia	BR	1-4	75
23		Produção audiovisual institucional	BR	1-4	75
24		Produção gráfica em Relações Públicas	BR	1-4	75
25		Marketing Cultural	BR	4-1	75
26		Estágio Curricular Supervisionado em Relações Públicas I	BR	0-7	105
		Subtotais		**32**	**480**

Nº	**Código**	**6º semestre**	**Tipo**	**(T-P)**	**CHS**
27		Comunicação e Política	OBR	4-1	75
28		Comunicação, cidadania e diversidade sociocultural	OBR	5-0	75
29		Ética e legislação em Relações Públicas	OBR	5-0	75
30		Gestão de mídias sociais	OBR	2-3	75
31		Gestão de espaços culturais	OBR	3-2	75
32		Estágio Curricular Supervisionado em Relações Públicas II	OBR	0-7	105
		Subtotais		**32**	**480**

Nº	Código	7º semestre	Tipo*	(T-P)	CHS**
33		Filosofia do conhecimento	OBR	5-0	75
34		RP e empreendedorismo	OBR	2-3	75
35		Relações públicas governamental e internacional	OBR	3-2	75
36		Projeto em Relações Públicas e Produção Cultural	OBR	1-4	75
37		Libras	OBR	3-2	75
		Subtotais		**25**	**375**

Nº	Código	8º semestre	Tipo*	(T-P)	CHS**
38		Trabalho de Conclusão de Curso	OBR	5-5	150
39		Tópicos especiais	OBR	2-3	75
		Subtotais		**14**	**225**

Matriz de componentes curriculares com pré-requisitos

Componente	Semestre	Pré-Requisito	Semestre
Redação em Relações Públicas I	2º	Leitura e produção textual	1º
Teoria e Técnica de Relações Públicas	3º	Fundamentos de Relações Públicas e de Produção Cultural	1º
Redação em Relações Públicas II	3º	Redação em Relações Públicas I	2º
Comunicação Integrada	3º	Fundamentos de Relações Públicas e de Produção Cultural	1º
Planejamento de Relações Públicas	4º	Fundamentos de Relações Públicas e de Produção Cultural	1º
		Teoria e Técnica de Relações Públicas	3º

Relações Públicas na produção cultural	4º	Teoria e Técnica de Relações Públicas	3º
Estágio Curricular Supervisionado em Relações Públicas I	5º	Fundamentos de Relações Públicas e de Produção Cultural	1º
		Redação em Relações Públicas I	2º
		Redação em Relações Públicas II	3º
		Teoria e Técnica de Relações Públicas	3º
		Planejamento de Relações Públicas	4º
Estágio Curricular Supervisionado em Relações Públicas II	6º	Fundamentos de Relações Públicas e de Produção Cultural	1º
		Redação em Relações Públicas I	2º
		Redação em Relações Públicas II	3º
		Teoria e Técnica de Relações Públicas	3º
		Planejamento de Relações Públicas	4º
		Estágio Curricular Supervisionado em Relações Públicas I	5º
Projeto em Relações Públicas e Produção Cultural	7º	Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação	2º
		Pesquisa aplicada em Relações Públicas	4º
		Teoria da Comunicação	2º

Trabalho de Conclusão de Curso	8º	Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação	2º
		Pesquisa aplicada em Relações Públicas	4º
		Projeto em Relações Públicas e Produção Cultural	7º

2.3.4 Metodologias de ensino-aprendizagem e avaliação

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

A avaliação é concebida no curso como parte indissociável do processo educativo. Ela possui um caráter diagnóstico, processual, cumulativo e formativo, pautado em um trabalho constante de ação e reflexão, por parte dos docentes, dos avanços alcançados pelos discentes em sua formação técnico-científica e pedagógica. A avaliação da aprendizagem, conforme a Lei de Diretrizes de Bases da Educação Nacional (LDB), Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, pode ser adotada com vistas à promoção, aceleração de estudos e classificação, e deve ser desenvolvida refletindo a proposta expressa em seu projeto político-pedagógico. Importante observar que a avaliação da aprendizagem deve assumir caráter educativo, viabilizando, especialmente ao discente, a condição de analisar seu percurso e, ao docente, identificar dificuldades e potencialidades individuais e coletivas.

O trabalho integrado busca melhorias na qualidade do ensino, na medida em que passa a ser instrumento capaz de articular a aprendizagem e o processo avaliativo num espaço interdisciplinar. A relação interdisciplinar fomenta práticas pedagógicas teórico-práticas capazes de absorver os diversos conhecimentos e demais aspectos do contexto do discente, bem como garantir o cumprimento dos objetivos e metas a serem atingidos pelo componente curricular em desenvolvimento. Nessa perspectiva, o instrumento avaliativo se dá na processualidade do componente curricular, levando em consideração desde as intervenções reflexivas do estudante, passando pelos exercícios propostos pelo docente, por provas dissertativas, até a produção de artigos científicos, que aliem as reflexões teóricas com os procedimentos empíricos. Sendo assim, essa prática avaliativa produz desenvolvimento gradual do estudante numa metodologia de ensino que se centra na aprendizagem do estudante.

Sobre isso, vale ressaltar também que a Comissão de Curso acompanha tanto o rendimento dos componentes curriculares ministrados pelos docentes quanto a aprendizagem dos discentes, a partir de instrumentos avaliativos específicos, por exemplo, questionário aplicado aos discentes, sendo que esse material é sistematizado e divulgado para a comunidade acadêmica.

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

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

Dessa forma, considera-se que listas de exercícios, estudos de caso, grupos de estudos, seminários,atendimentos pessoais, oficinas de aprendizagem, atividades de monitorias, provas, produção de resenhas, artigos e ensaios são instrumentos metodológicos de ensino-aprendizagem e avaliação indispensáveis para a concretização da qualidade da educação profissional.Instrumentos avaliativos esses que também requerem uma postura cidadã, pois prezam pela troca de saberes entre discentes e o corpo docente do curso de Relações Públicas.

A concepção de avaliação promovida pelo curso de Relações Públicas é de processo, por isso, as aulas expositivas são acompanhadas pela prática de seminários, que são previamente organizados a partir de leituras, pesquisas bibliográficas e demais conteúdos pedagógicos. Os debates e as 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 produção textual, através de gêneros textuais diversos, é um elemento indispensável a ser praticado, tendo em vista as habilidades requeridas pelo profissional de Relações Públicas. Ainda compõe esse cenário a leitura individual e/ou coletiva que, além de estimular a reflexão individual, também é ação metodológica essencial para o despertar da opinião pública, da crítica e da colaboração dialógica entre os envolvidos no processo de ensino-aprendizagem e avaliação.

A leitura bibliográfica - previamente requerida pelos respectivos planos de aula – é um instrumento metodológico essencial para avançar no processo avaliativo. Isso porque 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, quanto no que se refere ao contato com outros suportes, especialmente com as mídias digitais. Essas leituras são avaliadas a partir das intervenções dos estudantes em sala de aula, momento em que relacionam o conteúdo estudado com as experiências vivenciadas no cotidiano, isto é, quando conseguem estabelecer relações com outras situações. Outro modo de avaliar essas diversas leituras está na promoção de atividades que aliem textos científicos e a prática cotidiana.

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

Outra prática de ensino-aprendizagem e avaliação é a elaboração de resenhas críticas a partir da bibliografia da temática em questão. A resenha é um espaço para a exposição crítica do discente, que poderá emitir juízo, posicionar-se sobre teorias, autores e, posteriormente, reutilizar o respectivo conteúdo para avaliações. 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, é aconselhado o uso desse instrumento associado a outras formas de avaliação no decorrer do componente curricular. Trata-se, portanto, de uma forma de ensino-aprendizagem e avaliação complementar aos demais recursos possíveis. Nos componentes curriculares práticos, 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 são desenvolvidas no Curso de Relações Públicas de acordo com os Planos de Ensino elaborados pelo docente responsável.

Conforme a Resolução das Normas Acadêmicas de Graduação da UNIPAMPA, as notas atribuídas aos resultados obtidos pelos discentes em suas produções seguem uma escala numérica crescente de 0 (zero) a 10 (dez). O discente obtém aprovação no componente curricular quando atende dois requisitos: frequência de 75% (setenta e cinco por cento) na carga horária do componente curricular e nota final igual ou maior que 6 (seis) (artigo 59, §5º e §6º). As atividades de recuperação são asseguradas ao discente e promovidas ao longo do desenvolvimento do componente curricular.

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 acadêmicas de graduação vigente (UNIPAMPA, 2011), além das atividades de recuperação descritas no respectivo Plano de Ensino, ressalvado ao docente o direito do planejamento dessas atividades, lembrando que a relação que segue também compõe o processo avaliativo durante cada semestre letivo, isto é, fazem parte dos instrumentos de avaliação dos componentes curriculares ministrados no curso:

I – listas de exercícios;

II – estudos de caso;

III – grupos de estudos;

IV – seminários;

V – atendimentos pessoais;

VI – oficinas de aprendizagem;

VII – atividades de monitorias;

VIII – provas.

A avaliação emancipatória como eixo reafirma a opção por práticas democráticas em todas as instâncias das políticas educacionais. A universidade é o espaço privilegiado para a aprendizagem dessas práticas, uma vez que tem o compromisso com o desenvolvimento de capacidades e habilidades humanas para a participação social e cidadã de seus alunos. Práticas e decisões democráticas se legitimam na participação e se qualificam na reunião de iguais e diferentes, na organização de coletivos, na intermediação e superação de conflitos e na convivência com o contraditório. Nessa perspectiva, a avaliação emancipatória insere-se no processo educacional como o eixo fundamental do processo de aprendizagem, não somente porque parte da realidade, ou porque sinaliza os avanços do aluno em suas aprendizagens, como também aponta no seu processo os meios para superação das dificuldades, mas, especialmente, porque se traduz na melhor oportunidade de refletir e rever as práticas na educação.

2.3.5 Conteúdos e Acessibilidade

Isso posto, é importante ressaltar que os conteúdos fazem parte do conjunto dos elementos curriculares. E considerando a importância deles para a formação dos estudantes, a acessibilidade é provida por dispositivos/estratégias de acesso, com a inserção das seguintes adequações:

(a) na introdução/apresentação dos conteúdos: utilização de recursos materiais diversificados; utilização de diferentes formas de apresentação do conteúdo (visual, sonora, tátil, gráfica, lúdica, por experimentação, etc.);
(b) apresentação dos conteúdos por meio de recursos de tecnologia assistiva (TA);

(c) complementação de estudos com base em monitoria e/ou trabalho colaborativo em sala de aula (mediação do conhecimento por pares).

Desse modo, o entendimento é o de que um currículo flexível não elimina ou empobrece a oferta de seus conteúdos, mas os tornam acessíveis aos estudantes, de acordo com suas características de desenvolvimento pessoal e acadêmico. Do mesmo modo, evita-se a introdução de conteúdos meramente individualizados, tendo como referência uma simples diferenciação curricular.

Para efetivar o acesso aos conteúdos, há coerência entre a metodologia, o uso de tecnologias da informação e comunicação e das tecnologias assistivas, elementos essenciais para a acessibilidade ao currículo que, por sua vez, extrapola a noção de um simples rol de conteúdos. De acordo com os pressupostos do PDI 2014-2018, a UNIPAMPA reafirma o compromisso com a inclusão social e com o reconhecimento da diversidade como direito e como fonte de enriquecimento das experiências a serem vivenciadas através do currículo. As metodologias ativas de construção do conhecimento possibilitam essa construção e têm como base as premissas fundamentais da acessibilidade pedagógica e atitudinal, que pressupõe as diferentes formas de acessar, construir, vivenciar e expressar o conhecimento.

Além das pessoas que não enxergam, não ouvem ou que possuem uma deficiência física ou intelectual, para as quais o acesso aos espaços físicos e à informação se dá de diferentes formas, também há pessoas que, aparentemente, não possuem nenhuma deficiência, mas que se beneficiam de formas alternativas de abordagem do conhecimento acadêmico. Portanto, busca-se configurar uma metodologia que seja suficientemente flexível para atingir a todos.

A UNIPAMPA tem como compromisso a inclusão educacional de seus estudantes materializada pelo trabalho do Núcleo de Inclusão e Acessibilidade (NInA). Esse trabalho é realizado de modo transversal, intersetorial e multidisciplinar na Universidade, alcançando de modo ramificado todas as unidades acadêmicas, setores da Reitoria e Pró-Reitorias. Para tanto, além do grupo de servidores próprio do NInA/Reitoria, o Núcleo conta com uma rede de servidores (Interfaces NInA) para área da inclusão e acessibilidade nos dez *campi*, os quais atuam como

facilitadores/mediadores no processo de articulação entre as demandas existentes no campus e o NInA.

O NInA é o setor responsável pela articulação de ações visando ao desenvolvimento e execução das políticas de inclusão e acessibilidade na UNIPAMPA.São ações variadas, conforme as áreas da acessibilidade e políticas internas, a saber:

(a) formação continuada de docentes e técnico-administrativos em educação;
(b) orientação, cooperação e planejamento junto aos Núcleos de Desenvolvimento Educacional (NuDE) em cada campus;
(c) aquisição de recursos de acessibilidade;
(d) realização de levantamentos de dados e acompanhamento pedagógico dos alunos com deficiência na instituição (AEE – atendimento educacional especializado);
(e) fomento e planejamento da acessibilidade arquitetônica e da infraestrutura, na comunicação e informação, nos projetos pedagógicos dos cursos, em materiais pedagógicos e recursos de apoio à aprendizagem, entre outras ações.

A política de apoio ao estudante é efetivada por meio dos Núcleos de Desenvolvimento Educacional (NuDE). Esse setor é constituído por técnico-administrativos de apoio pedagógico e da assistência estudantil, que efetivam a operacionalização das ações de atendimento educacional especializado e acompanhamento aos estudantes com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento e altas habilidades/superdotação.

Dentre as ações de apoio realizadas aos estudantes, destacam-se:

(a) programa de monitores/tutores NInA-NuDE, de periodicidade anual;
(b) ações de atendimento educacional especializado: conjunto de atividades, recursos de acessibilidade e pedagógicos organizados institucional e continuamente, prestado das seguintes formas: I - complementar à formação dos estudantes com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento, como apoio permanente e limitado no tempo e

na frequência dos estudantes às salas de recursos multifuncionais; ou II - suplementar à formação de estudantes com altas habilidades ou superdotação.

Assim, o apoio ao discente tem como meta eliminar barreiras físicas, de comunicação e de informação que restringem a participação e o desenvolvimento acadêmico e social de estudantes com deficiência.

2.3.6 Ementário

1º Semestre

Identificação do Componente		
Código:	**Leitura e produção textual**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
Conceito de língua e linguagem. Modalidade oral e escrita. Expressão linguística. Sintaxe e semântica. Mecanismos de construção textual. Leitura, interpretação e produção de textos. Principais gêneros textuais relativos à comunicação social. A redação institucional. Textos teórico-científicos. Coesão e coerência. Desenvolvimento da argumentação, raciocínio lógico, crítico e persuasão. Gramática aplicada à produção textual.		
Objetivos		
Objetivo geral - Tornar o aluno multiletrado nas dimensões da leitura, da produção e da interpretação de textos. **Objetivos específicos** - Propiciar situações que permitam ao aluno a caracterização de textos a partir de sua função social. - Desenvolver competências de leitura e produção de textos a partir do estudo de aspectos fundamentais que constituem os diferentes gêneros textuais. - Oportunizar situações em que o aluno possa refletir sobre a sua atuação no âmbito da comunicação, exercitando atividades de análise, de leitura crítica e de reelaboração textual.		
Referências Bibliográficas Básicas		
KOCH, Ingedore G. V. **Argumentação e linguagem**. 13. ed.São Paulo: Cortez, 2011. KOCH, Ingedore Villaça e ELIAS, Vanda M. **Ler e compreender:** os sentidos do texto. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2011. FIORIN, José L.; SAVIOLI, Francisco P. **Para entender o texto**: leitura e redação. 16. ed. São Paulo: Ática, 2006. REIZ, Pedro. **Redação científica moderna**. São Paulo: Hyria, 2013.		
Referências Bibliográficas Complementares		
CUNHA, Celso e CINTRA. **Nova gramática do português contemporâneo**. 5. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. FARACO, Carlos A.; TEZZA, Cristóvão. **Prática de texto**. 18. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. FÁVERO, Leonor L. **Coesão e coerência textuais**. 11. ed. São Paulo: Ática, 2009. GARCIA, Othon M. **Comunicação em prosa moderna**. 26. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. MEDEIROS, João Bosco. **Redação Científica**. 11.ed. São Paulo: Atlas, 2009.		

Identificação do Componente		
Código:	**Sociologia da Comunicação**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
As percepções sociológicas clássicas e contemporâneas 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		
Objetivo geral:		

- Desenvolver capacidade reflexiva sobre os processos sociais e a relação com a comunicação.

Objetivos específicos:

-Compreender as transformações da vida social operadas pelas tecnologias de comunicação;

- Mostrar ao aluno a importância da disciplina para a formação humanística, crítica e ampla sobre a realidade social.

- Entender a vida social e as práticas organizacionais.

Referências Bibliográficas Básicas

CASTELLS, Manuel. **Fim de milênio: volume III** / 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade: volume II** / 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede (volume 1)**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

DURKHEIN, Émile. **As regras do método sociológico.** São Paulo: Martin Claret: 2008.

_____ **Da divisão social do trabalho**. São Paulo. Martins Fontes, 2010.

MARXS, Karl. **A questão judaica.** São Paulo: Centauro, 2007.

_____ **Manifesto Comunista**. São Paulo: BoiTempo, 2011

_____ **Manuscritos econômicos - filosóficos**. São Paulo: BoiTempo, 2008

_____ **O capital**: crítica de economia política. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no Século XX.** O espírito do tempo 2: Necrose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no Século XX.** O espírito do tempo 1: Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

TARDE, Gabriel. **A opinião e as Massas**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia / 12. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

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

WEBER, Max. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Martin Claret, 2007.

_____ **Ciência e Política**: duas vocações. São Paulo: Cultrix, 2011

_____ **Economia e Sociedade**: fundamentos da Sociologia Compreensiva -vol2.Brasília: UnB, 2009.

Referências Bibliográficas Complementares

ARON, Raymond. **As etapas do pensamento sociológico**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

BOUDRILLARD, Jean. **A sociedade do consumo** / 2. ed. Lisboa, Portugal: 70, 2010

BERGER, Peter. **Perspectivas Sociológicas**: Uma visão humanística. Petrópolis: Vozes, 2007.

COLLINS, Randall. **Quatro tradições sociológicas.** Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

FERNANDES, Florestan. **Mudanças sociais no Brasil:** aspectos do desenvolvimento da sociedade brasileira / 4. ed. São Paulo: Global, 2008.

GIDDENS, Anthony. & TURNER, Jonatham. **Teoria Social Hoje**. São Paulo: UNESP, 1999.

GERTH, Hans H & MILLS, Wright (org) WEBBER. **Ensaios da sociologia**, 5° edição. Rio de Janeiro, 2008.

HARVEY, David, **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens do mundo cultura / 23. ed. São Paulo, SP: Loyola, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. **A cultura-mundo**: resposta a uma sociedade desorientada. São Paulo, SP: Companhia de Letras, 2011.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia**: indivíduo e sociedade / Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2006.

Identificação do Componente		
Código:	**Fundamentos de Relações Públicas e de Produção Cultural**	Carga horária: 75 horas

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.

Objetivos

Objetivo Geral

Proporcionar ao discente a compreender o surgimento das Relações Públicas e da produção cultural, associando princípios e técnicas da pratica profissional a referenciais teóricos do pensamento moderno e contemporâneo.

Objetivos Específicos

- conhecer o desenvolvimento histórico das Relações Públicas;
- compreender o que é a atividade de Relações Públicas e suas funções básicas e específicas;
- abordagem crítica das Relações Públicas como atividade mediadora de conflitos comunicacionais.

Referências Bibliográficas Básicas

CESCA, Cleuza Gimenes. **Relações Públicas e suas interfaces.** São Paulo: Summus, 2006.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas:** processo, funções, tecnologia e estratégias.3 ed. São Paulo: Summus, 2003.

PERUZZO, Cicilia K. Peruzzo. **Relações Públicas no Modo de Produção Capitalista.** 2ed. São Paulo: Summus, 1986.

Referências Bibliográficas Complementares

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

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

NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação Empresarial Integrada:** como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica e crises empresariais. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

PINHO, J. B**. Comunicação nas Organizações**. Viçosa. Ed: UFV, 2006.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas:** Função Política. 3 ed. São Paulo: Summus, 1995.

Identificação do Componente		
Código:	**Estudos da Cultura**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
Etimologia e história da cultura. Sociologia da cultura. Escolas do pensamento cultural (Frankfurt, Birmingham). A globalização cultural, cultura regional e cultura organizacional. As mediações culturais e os processos comunicacionais. A comunicação como cultura e a cultura como forma de comunicação. Cibercultura.		
Objetivos		
Objetivo geral Capacitar o aluno a se posicionar de modo sustentado e crítico acerca das práticas culturais da sociedade contemporânea. **Objetivos específicos** - Propiciar ao aluno uma visão de conjunto sobre a cultura, enfatizando os fundamentos teóricos, bem como as suas aplicabilidades nas práticas comunicacionais históricas e contemporâneas. - Apresentar os pressupostos históricos, epistemológicos e sociológicos da cultura e os contextos dessas produções, desenvolvendo um 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 Bibliográficas Básicas		
CUCHE, Denys de. **A noção de cultura nas ciências sociais.** Bauru: EDUSC, 1999. GRUSZYNSKI, Ana Claudia (org.). **Comunicação e práticas culturais.** Porto Alegre: UFRGS Editora, 2004. KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001.		
Referências Bibliográficas Complementares		
MORAES, Denis. (org.). **Por uma outra comunicação** – mídia, mundialização cultural e poder. São Paulo: Record, 2003. OLIVEN, Ruben George. **A Parte e o Todo.** A diversidade cultural no Brasil-nação. Petrópolis: Vozes, 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. ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.		

Identificação do Componente		
Código:	**Economia Criativa**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
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.		
Objetivos		
Objetivo geral: Compreender a dinâmica da cultura na economia, bem como a economia criativa. **Objetivos específicos:** - Estudar conceitos básicos de economia, cultura e criatividade; - Refletir sobre a realidade contemporânea das indústrias criativas na economia da criativa; - Entender a relação entre economia, cultura, comunicação e desenvolvimento.		
Referências Bibliográficas Básicas		
BERTINI, Alfredo. **Economia da cultura**. Porto Alegre: Saraiva, 2008. BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2011. ROSSETTI, Jose Paschoal. **Introdução à economia**. São Paulo: Atlas, 2003.		
Referências Bibliográficas Complementares		
BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil, 2005. BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Cotia: Ateliê, 2007. CASTRO, Antônio Barros de. **Introdução à economia**: uma abordagem estruturalista. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável:** o caleidoscópio da cultura. Barueri: Editora Manole, 2007. THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2002.		

2º Semestre

Identificação do Componente		
Código:	**Fundamentos de Ciência Política**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
Definição de política. Noções básicas: Estado e instituições políticas; processo decisório; estrutura e dinâmica do governo brasileiro. Sistema Político. Voto e opinião pública. Políticas Públicas.		
Objetivos		
Objetivo Geral: - Compreender os diferentes tópicos pertinentes à ciência política. Serão estudados conceitos fundamentais, como poder, Estado, governo, cidadania e sociedade civil, bem como princípios de análise política, formação do Estado brasileiro, burocracia, temas atuais ligados à dinâmica da relação entre os Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário. **Objetivos específicos:** - Identificar conceitos fundamentais da ciência política; Identificar a estrutura básica do governo brasileiro; **-** Compreender o papel das principais instituições políticas e a relação entre os poderes da República.		
Referências Bibliográficas Básicas		
AVELAR, Lúcia; CINTRA, Antônio Octávio. **Sistema Político Brasileiro**: uma introdução. 2. ed. São Paulo: Ed. Unesp, 2007.		

DIAS, Reinaldo; MATOS, Fernanda. **Políticas Públicas**: princípios, propósitos e processos. São Paulo: Atlas, 2012.
WEFFORT, Francisco (Org.). **Os clássicos da política**. São Paulo: Ática, 2006.

Referências Bibliográficas Complementares

ARENDT, H. **Origens do Totalitarismo**. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 1989.
_____. **A condição Humana.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.
BOBBIO, N. **Teoria Geral da Política**: a filosofia e as lições dos clássicos. Michelangelo Bovero (Org.). Rio de Janeiro: Campus, 2000.
BOBBIO, N. **Dicionário da Política**. Brasília: Ed. UnB, 1986.
MAQUIAVEL, N. **O Príncipe**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2008.
WEBER, M. **Ciência e política**; duas vocações. São Paulo, Cultrix: 2011.

Identificação do Componente		
Código:	**Teorias da Comunicação**	Carga horária: 75 horas

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

Objetivo geral:

Compreender a história das teorias da comunicação no desenvolvimento da sociedade.

Objetivos específicos:

- Preparar profissionais com senso crítico e reflexivo, capaz de desenvolver pesquisas científicas a partir dos pressupostos teóricos da comunicação.
- Estudar as abordagens das teorias da comunicação a partir da construção histórica.
- Compreender as interfaces e diferenças entre as teorias da comunicação.

Referências Bibliográficas Básicas

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

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

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

Referências Bibliográficas 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.

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

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

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

Identificação do Componente		
Código:	**Redação em Relações Públicas I**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
Redação administrativa, comercial e oficial. Discurso escrito e oral. Comunicação administrativa. Meios gráficos, eletrônicos, digitais, de massa e dirigidos.		
Objetivos		
Objetivo geral: Trabalhar a produção textual de textos (escritos, orais e digitais) específicos da área de Relações Públicas. **Objetivos específicos:** - Produzir documentos administrativos, comerciais e oficiais (cartas, avisos, memorandos, ofícios, atas, requerimentos, convites, etc.). - Elaborar discursos e cerimoniais (escrito e oral). - Aplicar estratégias de comunicação administrativa em diferentes meios.		
Referências Bibliográficas Básicas		
DINTEL, Felipe. **Como escrever textos técnicos e profissionais**: todas as orientações para elaborar relatórios, cartas e documentos eficazes. Belo Horizonte: Gutenberg, 2011. GOLD, Miriam. **Redação empresarial**: escrevendo com sucesso na era da globalização. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. MOURA, Leonardo. **Como escrever na rede**: manual de conteúdo e redação para internet. Rio de Janeiro: Record, 2002.		
Referências Bibliográficas Complementares		
CESCA, Cleuza G. G. **Comunicação dirigida escrita na empresa**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2006. FORTES, Waldyr G. **Relações Públicas:** processo, funções, tecnologia e estratégias. 2ª ed. São Paulo: Summus, 2003. MUSBURGER, Robert B.; **Roteiro para midia eletrônica:**tv, radio, animação e treinamento corporativo. Rio de Janeiro, Elsevier 2008. SQUARISI, Dad. **A arte de escrever bem:** um guia para jornalistas e profissionais do texto. São Paulo: Contexto, 2010. VIANA, Antônio Carlos Mangueira. **Roteiro de redação:** lendo e argumentando. São Paulo: Scipione, 2010.		

Identificação do Componente		
Código:	**Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**	Carga horária: 75 horas

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 bibliográfica, documental, levantamento, estudo de caso, participante, pesquisa ação, etnografia, estudo de campo, dentre outras. Elaboração, aplicação e análise de projetos de pesquisa.

Objetivos

Objetivo geral:

- Estudar os principais métodos, técnicas e instrumentos de pesquisa científica adotados nos estudos do campo da comunicação, mais especificamente das relações públicas.

Objetivos específicos:

- 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.

Referências Bibliográficas Básicas

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2011.

DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

Referências Bibliográficas Complementares

LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico.** 7º ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2005.

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas – Disponível em: http://www.abnt.org.br . Acesso em 08 de dez. de 2015.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23ª ed. São Paulo: Cortez Editora, 2007.

Identificação do Componente		
Código:	**Psicologia Social e Organizacional**	Carga horária: 75 horas

Ementa

Psicologia e suas principais teorias. Importância das relações e da comunicação humana no contexto pessoal e do trabalho. O desenvolvimento de competências. Relações Humanas e técnicas de dinâmicas de grupo.

Objetivos

Objetivo geral:

Desenvolver habilidades de relacionamento, despertando o interesse pelo aprimoramento pessoal e profissional que contribua para o exercício da profissão, através de discussões de temas envolvendo relações humanas, competência emocional, e comunicação, a disciplina tem como objetivo principal.

Objetivos específicos:

- Desenvolver habilidades de integração grupal e relacionamento;
- Aumentar a sensibilidade dos próprios discentes em relação as suas ações e como estas afetam os demais;
- Através das práticas grupais vivenciadas possibilitar aos discentes a aprendizagem como facilitadores de diferentes grupos sociais.
- Possibilitar autoconhecimento, desenvolvimento pessoal e profissional.

Referências Bibliográficas Básicas

BOCK, Ana, FURTADO, Odair, TEIXEIRA, Maria de Lurdes. **Psicologias.** São Paulo: Saraiva, 2008.

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

MOSCOVICI, Felá. **Desenvolvimento Interpessoal:** treinamento em Grupo. 9. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2011.

Referências Complementares

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

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

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

MINICUCCI, Agostinho. **Relações humanas**: psicologia das relações interpessoais / 6. ed. São Paulo, SP : Atlas, 2012.

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

3º Semestre

Identificação do Componente		
Código:	**Política Cultural**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
Compreensão das políticas públicas e privadas na área da cultura. 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.		
Objetivos		
Objetivo geral: Discutir as dimensões e perspectivas das políticas culturais no Brasil. **Objetivos específicos:** - Discorrer e entender as dimensões da cultura, políticas públicas e políticas culturais; - Discutir sobre as políticas públicas e culturais na esfera federal, estadual e municipal; - Analisar a articulação e sinergia entre as atividades de Relações Públicas, Marketing Cultural e Produtor Cultural.		
Referências Bibliográficas Básicas		
CALABRE, Lia. **Políticas Culturais:** Teoria e Práxis. São Paulo: Itaú Cultural, Rio de Janeiro: Fundação Casa Rui Barbosa, 2011. CESNIK, Fabio de Sá. **Guia de incentivo à cultura**. 2ª ed. Manole, 2007. COELHO, Teixeira. Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário. São Paulo, Fapesp / Iluminuras, 2012.		
Referências Bibliográficas Complementares		
CALABRE, Lia. Políticas culturais no Brasil: dos anos 1930 ao século XXI. Rio de Janeiro, RJ: FG, 2009. MATTELART, Armand. **Diversidade Cultural e Mundialização**. São Paulo, Parábola, 2005. NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. **O mercado da cultura em tempos (pós) modernos**. Santa Maria, RS: Editora UFSM, 2000. 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.** São Paulo, SP: FVG, 2000.		

Identificação do Componente		
Código:	**Gestão de Eventos e Cerimonial e Protocolo**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
Estudo da teoria geral de eventos, origens e funções sociais e econômicas; classificação e tipologia de eventos. Planejamento, coordenação, organização e execução de eventos. Projetos de eventos; legislação e formas de patrocínio/parcerias para eventos; cerimonial e protocolo; etiqueta e postura profissional e social; gestão de pessoas e empreendimentos na área de eventos. Estudo do cerimonial e protocolo na sua função tática, estratégica e operacional dos eventos, observando normas e decretos para a realização dos mais diversos tipos de cerimônias. Práticas de postura e oratória em laboratório audiovisual.		

Objetivos
Objetivo Geral: - Qualificar os alunos através do estudo aprofundado do conceito de evento e os setores adjacentes, tornando-os capazes de analisar e explorar o mercado de eventos em expansão, como um elemento fomentador do desenvolvimento econômico e cultural em abrangência local, regional, estadual, nacional e internacional. **Objetivos Específicos:** **-** Capacitar Profissionais para atuar em eventos, utilizando recursos de gestão, planejando a organização, através de aplicações de atividades práticas visando à projeção das teorias existentes na área específica de eventos. - Apresentar informações práticas sobre cerimonial, etiqueta e protocolo vigentes na sociedade, bem como oferecer instruções sobre cerimonial público, nos termos do Decreto Federal nº 70.274 de 09/03/1972, que regulamenta a sua utilização, em solenidades oficiais brasileiras.
Referências Bibliográficas Básicas
ALLEN, Johnny [et al.] (org.). **Organização e Gestão de Eventos.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de eventos: manual para planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 2008. MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas.** Barueri: Manole, 2010.
Referências Bibliográficas Complementares
GIACAGLIA, Maria Cecilia. **Organização de eventos: teoria e prática.** São Paulo: Cengage Learning, 2008. GIACOMO, Cristina. **Tudo acaba em festa: evento, líder de opinião, motivação e público**. São Paulo: Summus, 2007. LUKOWER, Ana. **Cerimonial e protocolo**. São Paulo: Contexto, 2012. MELO NETO, Francisco Paulo de. **Criatividade em eventos**. São Paulo: Contexto, 2012. ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. São Paulo: Atlas, 2008.

Identificação do Componente		
Código:	**Teoria e Técnica de Relações Públicas**	Carga horária: 75 horas

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

Objetivo geral:

Desenvolver capacidade reflexiva da teorização e compreensão das relações públicas como área específica das ciências sociais aplicadas.

Objetivos específicos:

- Compreender as estratégias aplicadas nas Relações Públicas;
- Entender os públicos e os relacionamentos entre estes e as organizações.

Referências Bibliográficas Básicas

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

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

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

Referências Bibliográficas Complementares

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

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

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

PERUZZO, CiciliaKrohling. **RelaçõesPúblicas no modo de produção capitalista**. 4ª ed. São Paulo:Summus,1986.

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

Identificação do Componente		
Código:	**Redação em Relações Públicas II**	Carga horária: 75 horas

Ementa

Texto persuasivo, promocional e institucional. Comunicação interna, mercadológica e institucional. Públicos organizacionais. Meios gráficos, eletrônicos, digitais, de massa e dirigidos.

Objetivos

Objetivo geral:

Possibilitar aos discentes o domínio do processo de produção de textos do âmbito das Relações Públicas.

Objetivos específicos:

- Produzir documentos de comunicação interna, institucional e mercadológica (releases, boletins, jornais, relatórios, projetos etc.).
- Analisar e produzir textos persuasivos, promocionais e institucionais em situações reais de comunicação, criando estratégias de comunicação para diferentes públicos e contextos sócio-históricos.
- Empregar estrategicamente diferentes meios na comunicação organização-públicos.

Referências Bibliográficas Básicas

DUARTE, Jorge (org.) **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a Mídia.** 2. ed. São Paulo, Atlas, 2006.

FRANÇA, Fábio. **Públicos. Como Identificá-los em uma nova visão estratégica.** 2. ed. São Caetano do Sul-SP: Difusão, 2008.

TORQUATTO REGO, Francisco Gaudêncio. **Comunicação empresarial, comunicação institucional**: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986.

Referências Bibliográficas Complementares

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

FORTES, Waldyr G. **Relações Públicas:** processo, funções, tecnologia e estratégias. 3.ed. São Paulo: Summus, 2003.

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

SQUARISI, Dad. **A arte de escrever bem:** um guia para jornalistas e profissionais do texto. 7. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

Identificação do Componente		
Código:	**Comunicação Integrada**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
Compreensão dos objetivos da comunicação integrada. Análise do composto da comunicação. Contextualização do composto da comunicação com as demais áreas da comunicação. Estudos sobre o planejamento da comunicação integrada de marketing.		
Objetivos		
Objetivo geral: - Planejar estratégias de comunicação integrada. **Objetivos específicos:** - Compreender os conceitos e princípios da comunicação integrada; - Identificar formas, ações e objetivos da comunicação; - Avaliar o impacto e o efeito da comunicação.		
Referências Bibliográficas Básicas		
KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003. (00040950) NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada:** como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação, crises empresariais. Rio de Janeiro: Mauad, 2004. OGDEN, James. **Comunicação Integrada de Marketing:** conceitos, técnicas e práticas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. (00041611)		
Referências Bibliográficas Complementares		
MENEGHETTI, Sylvia Bojunga. **Comunicação e Marketing**: fazendo a diferença no dia a dia de organizações da sociedade civil. 2. ed. São Paulo: Global, 2003. (00029078) PINHO, J. B. **Comunicação em marketing**: princípios da comunicação mercadológica. Campinas, São Paulo: Papirus, 2006. (00041686) RIES, Al; TROUT, Jack. **Posicionamento:** a Batalha por sua Mente. São Paulo: M.Books do Brasil, 2009. (00064648) SHIMP, Terence A. **Comunicação Integrada de Marketing:** propaganda e promoção. Porto Alegre: Bookman, 2009. (00040931)		

4º Semestre

Identificação do Componente		
Código:	**Fotografia em Relações Públicas**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
"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.		
Objetivos		
Objetivo geral: - Proporcionar ao acadêmico o conhecimento sobre análise e produção fotográfica direcionada às Relações Públicas. **Objetivos específicos:** - Capacitar o discente para o trabalho de Direção de Fotografia; - Refletir sobre os usos da fotografia em tempos de mídias e redes sociais; - Pesquisar sobre as formas e significações na fotografia.		
Referências Bibliográficas Básicas		
ADAMS, Ansel. **A câmera**. São Paulo: Editora SENAC, 2006. AUMONT , JACQUES . **A imagem**. 11º ed. campinas: Papirus, 2006. KELBY, Scott. **Fotografia Digital na Prática:** volume 2. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.		
Referências Bibliográficas Complementares		
BRESLIN. Jan Roberts. **Produção de imagem e som**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. FABRIS, Annateresa. **Fotografia**: usos e funções no século XIX. 2. ed. 1. reimpr. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2008. MANGUEL, Alberto. **Lendo Imagens**. São Paulo, Companhia das Letras, 2001. SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. TRIGO JUNIOR, Thales. **Equipamento fotográfico**: teoria e prática. São Paulo: Ed. SENAC, 1998.		

Identificação do Componente		
Código:	**Estratégia de Relacionamento com os Públicos**	Carga horária: 75 horas

Ementa

Conceitos de estratégia. Aspectos teóricos da comunicação estratégica. Estudo dos públicos. Apreciação e análise crítica de públicos, observando tendências contemporâneas e novas perspectivas. Conceito de comunicação dirigida, estudo das diversas ferramentas de comunicação dirigida: auxiliar, aproximativa,escrita e oral. Contextualização dos instrumentos e técnicas de comunicação dirigida, enfocando:produção gráfica, mídias impressas, mídias eletrônicas, mídias digitais, vídeo e cinema e áudio e rádio. Planejamento da comunicação estratégica dirigida considerando os públicos organizacionais.

Objetivos

Objetivo Geral:

Estimular a identificação dos públicos e desafios da comunicação estratégica dirigida.

Objetivos Específicos:

- Aplicar as ferramentas de comunicação dirigida nas atividades de relações públicas;
- Identificar, através do diagnóstico, as ferramentas mais apropriadas de acordo com cada público organizacional;
- Usar a comunicação dirigida como estratégia de relações públicas.

Referências Bibliográficas Básicas

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

FRANÇA, Fábio. Públicos. **Como Identificá-los em uma nova visão estratégica**. São Caetano do Sul-SP: Difusão, 2004.

KUNSCH, Margarida M. K. (org.). **Obtendo resultados com Relações Públicas**: como utilizar adequadamente as relações públicas em benefício das organizações e da sociedade em geral. São Paulo: Pioneira, 1997.

Referências Bibliográficas Complementares

CESCA, Cleuza G. G. **Comunicação dirigida escrita na empresa**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2006.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas – Processo, funções, tecnologia e estratégias**. 2.ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida M. K. (org.). **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

_____. (org.) **Relações Públicas**: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, 2009.

MUYLAERT, Roberto. **Marketing Cultural e Comunicação Dirigida**. 5. ed. São Paulo: Globo, 2000.

Identificação do Componente		
Código:	**Planejamento de Relações Públicas**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
As bases do planejamento estratégico, desenvolvendo competências que lhes permitam conquistar melhores resultados operacionais e competitividade nas organizações através da comunicação.		
Objetivos		
Objetivo Geral Realizar o planejamento de relações públicas. **Objetivos específicos** - Compreender os conceitos e definições do planejamento estratégico; - Conhecer a metodologia para a elaboração e implementação do planejamento estratégico; - Elaborar planos, programas e projetos de relações públicas.		
Referências Bibliográficas Básicas		
CORREA, Roberto. **Comunicação Integrada de Marketing: uma visão global.** São Paulo: Saraiva, 2006. KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** São Paulo: Summus, 2003. KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **Obtendo Resultados com Relações Públicas.** 2ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.		
Referências Bibliográficas Complementares		
CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática.** 4ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. FERREIRA, Ademir Antonio. **Gestão Empresarial: de Taylor aos nossos dias: evolução e tendências da moderna administração de empresas.** São Paulo: Thompson Learning, 2006. GANDIN, Danilo. **Planejamento como prática educativa.** 15 ed. São Paulo: Loyola, 2005. LERNER, Walter. **Como Planejar e organizar negócios competitivos.** São Paulo: IOB: Pioneira Thompson Learning, 2002. PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência.** 2ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.		

Identificação do Componente		
Código:	**Pesquisa Aplicada em Relações Públicas**	Carga horária: 75 horas

Ementa

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

Objetivos

Objetivo geral:

Proporcionar ao acadêmico a teoria, a técnica e a prática da realização de pesquisas de opinião pública.

Objetivos específicos:

- Entender de estrutura de pesquisa de opinião, compreendendo:
- elaboração de questionários;
- metodologias e estatísticas;
- relatórios finais com análise e mensuração.

Referências Bibliográficas Básicas

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

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

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

Referências Bibliográficas Complementares

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

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

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

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

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

Identificação do Componente		
Código:	**Relações Públicas na Produção Cultural**	Carga horária: 75 horas

Ementa

A articulação das relações públicas com a produção cultural através do reconhecimento das estratégias e das práticas de RP aplicadas à produção da cultura, assim como da cultura como forma de relacionamento com os públicos. As relações públicas em projetos e organizações culturais, os públicos na cultura e o uso das manifestações culturais no relacionamento organizacional.

Objetivos

Objetivo geral:

Compreender a atuação das relações públicas dentro do sistema cultural, reconhecendo sua funcionalidade e importância na produção da cultura.

Objetivos específicos:

- Apontar ações de relações públicas nas organizações culturais e a possibilidade de inserção profissional;
- Refletir sobre o uso da produção cultural como estratégia de relacionamento entre as organizações e seus públicos.

Referências Bibliográficas Básicas

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

RUBIM, Linda(org.). **Organização e produção da cultura**. Salvador: EDUFBA; FACOM/CULT, 2005. Disponível em: http://www.repositorio.ufba.br/ri/handle/ufba/146

NUSSBAUMER, Gisele M. **Teorias & políticas da cultura – visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007. Disponível em: http://www.repositorio.ufba.br/ri/handle/ufba/139

Referências Bibliográficas Complementares

CUNHA, Maria Helena. **Gestão Cultural –Profissão em Formação**. Disponível em: http://www.gestaocultural.org/gc/es/pdf/BGC_AsocGC_MHCunha.pdf.

KUNSH, Margarida Krohling. **Obtendo resultados com relações públicas.** 3. ed. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2010.

NUSSBAUMER, Gisele M. **O mercado da cultura em tempos (pós) modernos**. Santa Maria: Editora UFSM, 2000.

WILLIANS, Raymond. **Cultura e materialismo**. São Paulo, SP: Unesp, 2011.

YOUDICE, Ggeorge. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Belo Horizonte, MG: UFMG, 2006.

5º Semestre

Identificação da Componente		
Código:	**Estágio Curricular Supervisionado em Relações Públicas I**	Carga horária: 105 horas

Ementa

Contribuir para o desenvolvimento do processo de aprendizagem do aluno, através de experiências de trabalho no campo profissional, incentivando a aplicação dos conhecimentos adquiridos em estudos teóricos e práticos na graduação, inserindo o discente em práticas do mercado, ensejando a interação entre a formação acadêmica e a formação profissional.

Objetivos

Objetivo Geral
Promover a interação do discente com o mercado de trabalho com o intuito de atender as demandas do campo profissional em vista das áreas de atuação.
Objetivos Específicos
- 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;
- Verificar a aplicabilidade prática do conhecimento teórico aprendido em sala de aula através da realização de atividades do escopo das Relações Públicas nas diferentes organizações e instituições.

Referências Bibliográficas Básicas

ARGENTI, Paul A. **Comunicação empresarial**: A construção da identidade, imagem e reputação. Tradução Adriana CeshinRieche. 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 Bibliográficas Complementares

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

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

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

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

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

Identificação do Componente		
Código:	**Estratégias de Relacionamento com a Mídia**	Carga horária: 75 horas

Ementa

Funcionamento e dinâmica de trabalho dos meios de comunicação de massa no país, estado e cidade. As relações entre as organizações, mídia e sociedade. Consultoria de mídia. Produção de releases e press-kit. Mailing list. Clipping. Treinamentos em mídia. Análise de mídia. Relatórios de avaliação. Coletivas e exclusivas de imprensa.

Objetivos

Objetivo geral:
Capacitar o aluno a mediar o contato com os mais variados meios de comunicação de massa, passando por atendimento à imprensa, produção de releases, prevenção de crises e media training.
Objetivos específicos:
- Dimensionar a amplitude das estratégias de assessoria de imprensa;
- Capacitar a realização de entrevistas coletivas e exclusivas;
- Ensinar a elaboração de releases e comunicados;
- Realizar de forma prática relatórios de clipping.

Referências Bibliográficas Básicas

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa**: Como Fazer. São Paulo: Summus, 2003.

DUARTE, Jorge (org.) **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. São Paulo: publicação Atlas, 2006.

LIMA, Gerson Moreira. **Releasemania:** uma contribuição para o estudo do press-release no Brasil.

Referências Bibliográficas Complementares

LUCAS, Luciene e FREITAS, Ricardo F. (org). **Desafios contemporâneos em comunicação**: perspectiva de relações públicas. São Paulo: Summus, 2002.

LUCAS, Luciane (org.). **Media training**: como agregar valor melhorando a relação com a imprensa. São Paulo: Summus, 2007.

KOPPLIN, Elisa, FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de Imprensa**: Teoria E Prática. 3.Ed. Porto Alegre: Editora Sagra, 2001.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de Imprensa**: como se relacionar com a mídia. São Paulo: CONTEXTO, 2004.

SULLIVAN, Marguerite Hoxie. **Uma assessoria de imprensa responsável na era digital**. Washington: Bureau de Programas de Informações Internacionais Departamento de Estado dos Estados Unidos, 2012. Disponível em: < http://goo.gl/EwYbh1>. Acesso em: 15 dez. 2015.

Identificação do Componente		
Código:	**Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade**	Carga horária: 75 horas

Ementa

O contexto histórico e contemporâneo do desenvolvimento regional e da sustentabilidade e as suas implicações na sociedade. As teorias do desenvolvimento articulados com o contexto local, regional e global; com o meio ambiente e a sustentabilidade. O capital social articulado com o desenvolvimento regional. A formação histórica do oeste do Estado do Rio Grande do Sul vista a partir dos seus diversos "modelos" de desenvolvimento, construídos na dinâmica das interações entre os atores.

Objetivos

Objetivo geral:
Compreender o desenvolvimento regional e a sustentabilidade e as suas implicações na sociedade.
Objetivos específicos:
- Contextualizar historicamente a construção de algumas das principais teorias do desenvolvimento regional e da sustentabilidade;
- Refletir sobre as diversas dimensões do desenvolvimento e a sua articulação territorial.

Referências Bibliográficas Básicas

DOWBOR, Ladislau; IANNI, Octávio; RESENDE, Paulo-Edgar (org.). **Desafios da globalização**. Petrópolis: Vozes, 1998.
IANNI, Octávio. **A era do Globalismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
MATTOS, João Matello de. **Desenvolvimento Regional:** uma resposta as crises. Bauru, SP: EDUSC, 2011.

Referências Bibliográficas Complementares

ETGES, Virginia Elisabeta. **Crises do Capitalismo, estado e desenvolvimento regional**. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2014.
GEERTZ, Clifford. **O saber local**. Petrópolis: Vozes, 1999.
MARTINS, Tiago C. (org). **Política e economia da cultura e os gastos públicos municipais:** um estudo na Região das Missões - RS [recurso eletrônico]. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2016. Disponível em: https://www.unisc.br/pt/home/editora/e-books?id_livro=432
SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
VEIGA, Jose Eli da.**Desenvolvimento sustentável:** o desafio do século XXI. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: Garamond, 2008.

Identificação do Componente		
Código:	**Produção Audiovisual Institucional**	Carga horária: 75 horas
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.		
Objetivos		
Objetivo geral: 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. **Objetivos específicos:** - Discutir sobre temas e processos relacionados à comunicação audiovisual; - Estender os processos e técnicas da produção audiovisual; - Capacitar o discente para o planejamento e a produção de produtos institucionais.		
Referências Bibliográficas Básicas		
GRACIOSO, Francisco. **Propaganda institucional**: nova arma estratégica da empresa. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006. McLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. Trad. Mauro Silva. São Paulo: Summus, 2001. MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). **Teorias do rádio**: textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2008.		
Referências Bibliográficas Complementares		
BRESLIN. Jan Roberts. **Produção de imagem e som**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro.** Rio de Janeiro: Artemídia Rocco, 1195. JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2011. MARTIN-BARBERO, Jesus. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo, SP: Editora SENAC, 2004. PRADO, Magaly. **Produção de rádio**: um manual prático. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.		

Identificação do Componente		
Código:	**Produção Gráfica em Relações Públicas**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
Processo criativo; Grid (linear e não linear); Tipografia; Psicodinâmica e uso das cores; Noções básicas das ferramentas (Photoshop, InDesign, Illustrator e Corel Draw); Criação visual para plataformas digitais e off-line; Fechamento de arquivos; Direito autoral e uso de imagens (copyright e licenças abertas).		
Objetivos		
Objetivo geral: Possibilitar que o acadêmico desenvolva peças gráficas a partir de um pensamento estratégico e criativo, considerando o cenário comunicacional e as tendências visuais contemporâneas. **Objetivos específicos:** - Compreender as metodologias e técnicas para o desenvolvimento do processo criativo; - Oportunizar ao aluno conhecer e exercitar a elaboração de peças gráficas em softwares de edição de imagem e desenho vetorial.		
Referências Bibliográficas Básicas		
FARINA, M.. **Psicodinâmica das cores em Comunicação.**5 ed. São Paulo: Edgar Blusher, 2006. FRASER, T.; BANKS, A. **O guia completo da cor.** São Paulo: Ed. Senac, 2010. HURLBURT, A.. **Layout:** o design da página impressa**.** São Paulo: Nobel, 2002.		
Referências Bibliográficas Complementares		
ALIPRANDI,S.***Creative Commons:*** a userguide**,** 2010. Disponível em: http://www.aliprandi.org/cc-user-guide/aliprandi_cc_user_2.pdf CESAR, N. **Direção de arte em propaganda**. 10. ed. Brasília, DF: SENAC, 2011. LUPTON, E. ; COLE-PHILLIPS, J. **Novos fundamentos do design.** São Paulo, Cosac Naify, 2008. MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual**: contribuição para uma metodologia didática. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2006. WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**: noções básicas de planejamento visual.2. ed. São Paulo: Callis, 2006.		

Identificação do Componente		
Código:	**Marketing Cultural**	Carga horária: 75 horas
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		
Objetivo geral: Compreender o marketing cultural no contexto e mercado da comunicação e das relações públicas. **Objetivos específicos:** - Proporcionar o conhecimento sobre marketing e marketing cultural; - Tecer aproximações teóricas e práticas entre relações públicas e marketing cultural; - Estruturar planos de marketing cultural no âmbito das relações públicas.		
Referências Bibliográficas Básicas		
COBRA, Marcos. **Marketing básico: uma abordagem brasileira**. São Paulo: Atlas, 1997. FISCHER, Micky. **Marketing cultural:** legislação, planejamento e exemplos práticos. São Paulo, SP: Global, 2002. KOTLER, Philip. **Princípios de marketing.** São Paulo, SP: Prentice Hall, 2008.		
Referências Bibliográficas Complementares		
GRANDE, Ildefonso. **Marketing Cross-Cultural.** São Paulo: Thomson Learning, 2007. NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. **O mercado da cultura em tempos (pós) modernos.** Santa Maria, RS: Editora UFSM, 2000. MACHADO NETO, Manoel Marcondes. **Marketing cultural**: das práticas a teoria / 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: Ciência Moderna, 2005. REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing Cultural e financiamento da cultura.** Editora Cengage Learning, São Paulo, 2009. VAZ, Gil Nuno. **Marketing institucional**: o mercado de ideias de imagens / 2. ed. São Paulo, SP: Pioneira Thompson Learning, 2003.		

6º Semestre

Identificação da Componente		
Código:	**Estágio Curricular Supervisionado em Relações Públicas II**	Carga horária: 105 horas
Ementa		
Desenvolver atividades de aprendizagem profissional, cultural e social. Propiciar ao discente a participação em situação real de trabalho. O Estágio deverá obedecer ao(s) critério(s) de compatibilidade com a natureza e os objetivos do Curso de Relações Públicas.		
Objetivos		
Objetivo geral: Promover a interação do discente com o mercado de trabalho com o intuito de atender as demandas do campo profissional em vista das áreas de atuação. **Objetivos específicos:** **-** 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; - Verificar a aplicabilidade prática do conhecimento teórico aprendido em sala de aula através da realização de atividades do escopo das Relações Públicas nas diferentes organizações e instituições.		
Referências Bibliográficas Básicas		
ARGENTI, Paul A. **Comunicação empresarial**: **A construção da identidade, imagem e reputação**. Tradução Adriana CeshinRieche. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003. NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.		
Referências Bibliográficas Complementares		
ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza. **Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos**. São Paulo: Atlas, 1994. CROSS, Rob. **Redes Sociais:** como empresários e executivos de vanguarda as utilizam para obtenção de resultados. Tradução: Carlos Szlak – São Paulo: Editora Gente, 2009. DUARTE, Jorge (org.) **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia.** São Paulo: Atlas, 2002. FRANÇA, Fábio. **Públicos**: como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul: Yendis Editora, 2008. LATTIMORE, Dan. **Relações Públicas: profissão e prática***.* Porto Alegre: AMGH, 2012.		

Identificação do Componente		
Código:	**Comunicação e Política**	Carga horária: 75 horas

Ementa

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.

Objetivos

Objetivo geral:
Estimular o debate crítico sobre comunicação e política e democracia.
Objetivos específicos:
- Discutir sobre comunicação e democracia no mundo digital;
- Analisar a profissionalização das campanhas políticas e a utilização de estratégias de comunicação e marketing;
-Apresentar subsídios para a elaboração de um planejamento de comunicação estratégica para área política.

Referências Bibliográficas Básicas

BOBBIO, Norberto. **Estado, governo e sociedade. Para uma teoria geral da política**. 8ª ed. Trad. Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

GOMES, Wilson, MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e Democracia**: problemas e perspectiva. São Paulo, SP: Paulus, 2008.

MATOS, Heloiza. **Capital social e comunicação**: interfaces e articulações. São Paulo, SP: Summus, 2009.

Referências Bibliográficas Complementares

BEZZON, Lara Crivelaro. **Comunicação, política e sociedade**. São Paulo: Alinea, 2005.

BORDIEU, Pierre. **Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político.** São Paulo: Contexto, 2011.

DALLARI, Dalmo de Abreu. **O que é participação política**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

TARDE, Gabriel de. **A opinião e as massas**. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2005.

Identificação do Componente		
Código:	**Comunicação, Cidadania e Diversidade Sociocultural**	Carga horária: 75 horas

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.

Objetivos

Objetivo geral:

Contribuir para o desenvolvimento da capacidade crítica do aluno no processo de estudo dos conceitos de comunicação pública, cidadania e democracia e diversidade.

Objetivos específicos:

- Desenvolver conteúdos que possibilitem a reflexão e a compreensão do papel do profissional da comunicação em uma sociedade democrática e para o exercício da cidadania;
- Estudar a formação do terceiro setor sob a ótica da comunicação e das relações públicas;
- Refletir sobre diversidade e inclusão na sociedade contemporânea e nas práticas comunicacionais.

Referências Bibliográficas Básicas

COGO, Denise; MAIA, Jõao (Org). **Comunicação para a cidadania.** Rio de Janeiro: EdUERJ, 2006.

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

KUNSCH, Margarida M. K.; KUNSCH, Waldemar L. (Org). **Relações Públicas Comunitárias.** A comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.

Referências Bibliográficas Complementares

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

DUARTE, Jorge (Org). **Comunicação pública**. Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2012.

JARDIM, Denise F.; LOPEZ, Laura C. (Org). **Políticas da diversidade:** (in)visibilidades, pluralidade e cidadania em uma perspectiva antropológica. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2013.

COSTA, Maria Cristina Castilho (Org). **Gestão da Comunicação**: terceiro setor, organizações não-governamentais, responsabilidade social e novas formas de cidadania. São Paulo: Atlas, 2006.

PERUZZO, Cicília K. **Comunicação nos movimentos populares:** a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 2004.

Identificação do Componente		
Código:	**Ética e Legislação em Relações Públicas**	Carga horária: 75 horas

Ementa

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.

Objetivos

Objetivo Geral

Trabalhar com conceitos básicos sobre ética e moral aplicados às atividades da área de Relações Públicas.

Objetivos Específicos

Estimular o debate crítico sobre temas relativos à ética profissional;
Oportunizar o conhecimento da legislação que rege a área de Relações Públicas;
Problematizar questões relacionadas com as práticas da profissão e a legislação.

Referências Bibliográficas Básicas

BARROS FILHO, Clóvis de (org.). **Ética e comunicação organizacional.** São Paulo: Paulus, 2007.

CONFFERP. **Código de ética de Relações Públicas.** Disponível em: <http://conferp.org.br/codigo-de-edital/>. Acesso em 26 de mar. 2019.

VEIRA, Stalimir. **Marca:o que o coração não sente os olhos não vêem**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2008.

Referências Bibliográficas Complementares

FREITAS, Ricardo Ferreira e SANTOS, Luciane Lucas. **Desafios Contemporâneos em Comunicação**. São Paulo: Summus, 2002.

DUPAS, Gilberto. **Ética e corporações**: tensões entre interesse público e privado. Disponível em: www.revistaorganicom.org.brAcesso em 08 de dez. de 2015.

PERUZZO, CiciliaM.K.e KUNSCH, Margarida .K. **Transformação da comunicação: ética e técnicas.** Victoria. UFes/Intercom, 1995.

SROUR, Robert Henry. **Por que empresas eticamente orientadas?** Disponível em: www.revistaorganicom.org.br Acesso em 08 de dez. de 2015.

Identificação do Componente		
Código:	**Gestão de Mídias Sociais**	Carga horária: 75 horas

Ementa

O componente curricular tem como base a exposição e o debate de teorias relacionadas às possibilidades estratégicas da comunicação digital as Relações Públicas Digitais. Estes podem ser recursos importantes para as ações dos profissionais da comunicação contemporâneos. Mídia. Redes Sociais. Gestão de Conteúdo digital. Mensuração digital. Meios de Comunicação digitais. Habilidades técnicas de produção, edição e difusão de conteúdo digital em ambiente de convergência de mídias.

Objetivos

Objetivo geral:

Tornar os acadêmicos de Relações Públicas aptos à realização de estratégias comunicacionais digitais que atendam às demandas atuais da cultura da convergência.

Objetivos específicos:

- Exercitar a prática estratégica de Relações Públicas nas mídias sociais;
- Refletir sobre as alterações sociais, culturais, econômicas, políticas e comunicacionais sob a ótica das mídias sociais, com ênfase nas redes sociais digitais;
- Articular a realidade de São Borja e região no que tange a comunicação digital.

Referências Bibliográficas Básicas

CROSS, Rob. **Redes sociais:** como empresários e executivos de vanguarda as utilizam para obtenção de resultados. São Paulo: Editora Gente, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2013.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marcos; ZAGO, Gabriela. **Análise de Redes para Mídia Socia**l. Porto Alegre: Editora Sulina, 2015.

Referências Bibliográficas Complementares

GITOMER, Jeffrey H.**Boom de mídias sociais.**São Paulo: M. Books do Brasil, 2012.

RAMALHO, Jose Antonio A. **Mídias sociais na prática**. São Paulo: Editora Elsevier, 2010.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; MARCHIORI, Mariane, (Org.). **Redes Sociais, Comunicação, Organização.** São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2012.

SÁ MARTINO, Luís Mauro. **Teoria das Mídias Digitais:** linguagens, ambientes e redes. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

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

Identificação do Componente		
Código:	**Gestão de Espaços Culturais**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
A institucionalização dos espaços de expressões culturais e a aplicabilidade do conceito de gestão de espaços culturais. As tipologias dos espaços culturais e as noções de gerenciamento e administração. Os fluxos e os processos gerenciais na configuração de centro culturais públicos, privados; ONGs, Organizações Sociais (OSs) e Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscips).		
Objetivos		
Objetivo geral: Estudar e desenvolver competências teórico-práticas para a gestão de/em espaços culturais. **Objetivos específicos:** - Compreender as especificidades de gestão de espaços culturais; - Analisar os tipos e funcionalidades dos espaços culturais; - Aplicar práticas de gerenciamento de espaços culturais.		
Referências Bibliográficas Básicas		
PONTE, Elizabeth. **Por uma cultura pública**: organizações sociais, Oscips e a gestão pública não estatal na área da cultura. São Paulo: Itaú Cultural/Iluminuras, 2012. REIS, Ana C. F. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável**: o caleidoscópio da cultura. Barueri, SP: Manole, 2007. DURÃO, Fábio, ZUIN, Antônio; VAZ, Alexandre (Orgs.) **A indústria cultural hoje**. São Paulo: Boitempo, 2008.		
Referências Bibliográficas Complementares		
FOSSATI, Nelson Costa. **Gestão da comunicação**: na esfera pública municipal. Porto Alegre, RS: Sulina, 2006. HARVEY, David. Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo, SP: Loyola, 2007. KUNSCH, Margarida M. K. (org.). **Obtendo resultados com Relações Públicas**: como utilizar adequadamente as relações públicas em benefício das organizações e da sociedade em geral. São Paulo: Pioneira, 1997. MASON, Timothy. **Gestão museológica**: desafios e práticas. São Paulo, SP: EDUSP, 2004. ORLICKAS, Elizenda. **Modelos de gestão**: das teorias da administração a gestão estratégica. Curitiba, PR: Intersaberes, 2012.		

7º Semestre

Identificação do Componente		
Código:	**Relações Públicas e Empreendedorismo**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
As teorias da administração e das organizações. Modelos de gestão dos empreendimentos de comunicação. O papel do comunicador como gestor dos processos comunicacionais das organizações no seu contexto. Organização em redes. Estratégias empresariais e competitividade. O negócio da comunicação. Fluxos administrativos. A formação do empreendedor. Estudo de casos.		
Objetivos		
Objetivo geral: Conhecer as teorias administrativas, o empreendedorismo e relacioná-los com as relações públicas. **Objetivos específicos:** - Estudar os processos administrativos e seus desenvolvimentos históricos; - Compreender a articulação contemporânea das relações públicas com a administração na gestão das organizações; - Discutir os espaços para empreender na área da comunicação.		
Referências Bibliográficas Básicas		
DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. HISRICH, Roberto D. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009. MOTTA, Fernando C. P.; VASCONCELOS, Isabella F. G. **Teoria da Administração Geral**. São Paulo: Cencage Learning, 2008.		
Referências Bibliográficas Complementares		
AIDAR, Marcelo Marinho. **Empreendedorismo estratégico**: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: Cencage Learning, 2008. CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2008. DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996. NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação Empresarial integrada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.		

Identificação do Componente		
Código:	**Filosofia do Conhecimento**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
Natureza do conhecimento. Produção do conhecimento. Racionalismo e empirismo. A construção da realidade e as formas de saber. Conhecimento e sociedade. Interdisciplinaridade. Paradigma da complexidade.		
Objetivos		
Objetivo geral: Proporcionar a visão histórica sobre a natureza do conhecimento, enfatizando as condições intelectuais e sociais da produção do conhecimento, bem como os diferentes tipos de saberes. **Objetivos específicos:** - Identificar os pressupostos teóricos das condições intelectuais e sociais da produção do conhecimento e os contextos do saber; - Discutir a importância da ciência no campo da comunicação; - Refletir sobre a relação entre o pensamento científico e a construção da autonomia e emancipação humana.		
Referências Bibliográficas Básicas		
CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2008. DEMO, Pedro. **Saber pensar.** São Paulo: Cortez, 2011. MORIN, Edgar.**A cabeça bem-feita:** repensar a reforma, reformar o pensamento. Rio de Janeiro: Bretrand Brasil, 2011.		
Referências Bibliográficas Complementares		
ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitário, 1991. DESCARTES, Rene. **Discurso do método**. Porto Alegre: L&PM, 2006. DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Campinas, SP: Pontes, 1987. FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas:** uma arqueologia das ciências humanas. São Paulo: Martins fontes, 2002. LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos demetodologia científica**. São Paulo:Atlas, 2001.		

Identificação do Componente		
Código:	**Relações Públicas Governamental e Internacional**	Carga horária: 75 horas

Ementa

Comunicação Governamental/Política. Comunicação Pública. Lobby. Relacionamento entre nações (relações governamentais, transações econômicas, interações entre cidadãos). Diplomacia.

Objetivos

Objetivo geral:

Compreender os processos de mediação entre governo -sociedade - nações - cidadãos.

Objetivos específicos:

- Articular os conceitos no contexto das Relações Públicas;

- Analisar e interpretar a atividade das relações públicas no âmbito governamental e das relações internacionais;

- Entender as funções de diploma e de lobby.

Referências Bibliográficas Básicas

DUARTE, Jorge Antônio Menna (org) **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2007. v. 1. 200 p.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

NOGUEIRA, João Pontes. MESSARI, Nizar. Teorias de Relações Internacionais. Correntes e Debates. São Paulo: Campus, 2005.

Referências Bibliográficas Complementares

IANNI, Octavio. **A sociedade global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

PECEQUILO, Cristina Soreanu. **Introdução às relações internacionais:** temas, atores e visões. 8ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

REVISTA COMPOLITICA. Disponível em: <http://compolitica.org/revista/index.php/issue/archive>. Acesso em: 22 ago. 2018.

MOURA, Cristina Patriota de. **O Instituto Rio Branco e a diplomacia brasileira**: um estudo de carreira e socialização / Rio de Janeiro, RJ: FGV, 2007.

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

Identificação da Componente		
Código:	**Projetos em Relações Públicas e Produção Cultural**	Carga horária: 75 horas

Ementa

Análise, problematização e discussão de temática de interesse do/a acadêmico/a com formação em RelaçõesPúblicas. Elaboração do Projeto de pesquisa em RelaçõesPúblicas. Elaboração do Projeto de experimental em RelaçõesPúblicas.

Objetivos

Objetivo geral:

Elaborar projeto experimental ou de pesquisa nas áreas de Relações Públicas e/ou Produção Cultural.

Objetivos específicos:

- Optar pelo tipo de trabalho final de conclusão de curso;
- Definir o objeto de investigação, os métodos e técnicas de pesquisa;
- Defender proposta para banca.

Referências Bibliográficas Básicas

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2011.

DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

Referências Bibliográficas Complementares

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2007. (0034427)

LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 6º ed. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatoria, publicação e trabalhos científicos. 7º ed. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **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.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação**. 8. ed. São Paulo, SP: Loyola, 2005. (00028854)

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.) **Pesquisa Social:** teoria, método e criatividade. 25 ed. Petrópolis: Vozes, 2007. (00057940)

Identificação do Componente		
Código:	**Libras**	Carga horária: 75 horas

Ementa

Fundamentos linguísticos e culturais da Língua Brasileira de Sinais. Desenvolvimento de habilidades básicas expressivas e receptivas em Libras para promover comunicação entre seus usuários. Introdução aos Estudos Surdos.

Objetivos

Objetivo geral:

Desenvolver as habilidades de recepção e de produção sinalizada, visando às competências linguística, discursiva e sociolinguística na Língua Brasileira de Sinais e propor uma reflexão sobre o papel da Língua de Sinais na vida dos surdos e nos espaços de interação entre surdos e ouvintes.

Objetivos específicos:

- Desenvolver a competência linguística na Língua Brasileira Sinais, em nível básico elementar;
- Aprender uma comunicação básica de Libras;
- Refletir e discutir sobre a língua em questão e o processo de aprendizagem;
- Compreender os surdos e sua língua a partir de uma perspectiva cultural.

Referências Bibliográficas Básicas

GESSER, Audrei. **LIBRAS: Que língua é essa?** São Paulo: Parábola, 2009.

QUADROS, Ronice; KARNOPP, Lodenir. **Língua de sinais brasileira:** estudos linguísticos. Porto Alegre: Artmed, 2004.

PEREIRA, Maria Cristina da Cunha. **LIBRAS: conhecimento Além dos Sinais**. São Paulo: Pearson Education, 2011.

Referências Bibliográficas Complementares

CAPOVILLA, Fernando César; RAPHAEL, Walkiria Duarte; MAURICIO, Aline Cristina L. **Novo DEIT-LIBRAS:** Dicionário Enciclopédico Ilustrado Trilíngue da Língua de Sinais Brasileira. 2. ed. São Paulo: Editora EDUSP, 2012. v. 1 e 2.

FLAVIA, Brandão. **Dicionário Ilustrado de LIBRAS - Língua Brasileira de Sinais**. São Paulo: Global Editora, 2011.

NOVAES, Edmarcius Carvalho. **Surdos**: educação, direito e cidadania. 2ª edição. Rio de Janeiro: Wak editora, 2014.

QUADROS, Ronice Müller de, CRUZ, Carina Rebello. **Língua de Sinais: instrumentos de Avaliação**. Editora Artmed, 2011.

ZIESMANN, Cleusa Inês; LEPKE, Sonize. **Reflexões, experiências e estudos da LIBRAS na perspectiva da educação**. Santa Maria. Editora e Gráfica Curso Caxias, 2018.

8º Semestre

Identificação da Componente		
Código:	**Tópicos Especiais**	Carga horária: 75 horas
Ementa		
Estudo das teorias, processos e práticas relacionadas à linguagem na comunicação das/nas organizações. O reconhecimento da linguagem na constituição de toda e qualquer organização, pensada não apenas como espaço de produção discursiva e ideológica, mas também narrativa. O papel da linguagem na construção de sentido e de representações, bem como sua influência na comunicação originada no interior das organizações e/ou por ela difundida. Revisão das diferentes perspectivas relacionadas às apropriações da linguagem no contexto organizacional, focalizando as dimensões linguísticas e construções simbólicas.		
Objetivos		
Objetivo geral: Estudar as diferentes perspectivas e as implicações da linguagem na comunicação das organizações. **Objetivos específicos:** - Analisar as apropriações da linguagem no contexto organizacional; - Compreender e analisar as dimensões discursivas e enunciativas nos processos e produtos comunicacionais; - Observar o papel da linguagem na produção de sentido nas organizações.		
Referências Bibliográficas Básicas		
FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia**. São Paulo-SP: Ática, 2007. KUNSCH, Margarida M. K. (Org.). **Comunicação organizacional**: linguagem, gestão e perspectivas. São Paulo-SP: Saraiva, 2009. ORLANDI, Eni Puccinelli. **Interpretação:** autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, 2004.		
Referências Bibliográficas Complementares		
AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. **Entre a transparência e a opacidade**: um estudo enunciativo do sentido. Porto Alegre, RS: EDIPUCRS, 2004. DUCROT, Oswald; TODOROV, Tzvetan. **Dicionário enciclopédico das ciências da linguagem**. São Paulo, SP: Perspectiva, 2010. FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no College de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 21. ed. São Paulo, SP: Loyola, 2011. KOCK, IngedoreGrunfeldVillaca. **Argumentação e linguagem**. 13. ed. São Paulo, SP: Cortez, 2011 ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso: princípios & procedimentos**. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009		

Identificação da Componente		
Código:	**Trabalho de Conclusão de Curso**	Carga horária: 150 horas

Ementa

Orienta o aluno no desenvolvimento de um trabalho monográfico ou prático sobre um tema relacionado às problemáticas teóricas pertinentes ao currículo do Curso de RP.

Objetivos

Objetivo geral:

Elaborar pesquisa ou produto nas áreas de Relações Públicas e/ou Produção Cultural.

Objetivos específicos:

- Dar continuidade na realização de trabalho final de conclusão de curso, aquele projetado no Componente Curricular “Projeto em RP”;
- Construir texto acadêmico;
- Defender proposta para banca.

Referências Bibliográficas Básicas

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2011. (00037268)

DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010. (00040828)

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007. (00025437)

Referências Bibliográficas Complementares

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 6º ed. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **Metodologia do trabalho científico:** procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatoria, publicação e trabalhos científicos. 7º ed. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **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.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.) **Pesquisa Social:** teoria, método e criatividade. 25 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

2.3.7 Flexibilização Curricular

2.3.7.1 Atividades Curriculares Complementares de Graduação

O Curso aprovou o regulamento de Atividades Complementares de Graduação, ata nº 05/2012, de 07 de maio de 2012. As atividades complementares de Graduação preveem a realização de 200 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.

As Diretrizes Curriculares Nacionais de Relações Públicas mencionam as atividades complementares, que preveem tanto Atividades quanto Componentes cursados em outros cursos. O Curso de Relações Públicas, desde 2016, não tem mais disciplinas complementares. Nesse sentido, são considerados ACCGs os componentes curriculares dos cursos de Jornalismo (Anexo D) e Publicidade e Propaganda (Anexo E) da UNIPAMPA. Componentes cursados em outros cursos deverão passar por análise da coordenação de curso e podem ser ACGS na modalidade ensino quando o conteúdo seja complementar à formação superior em Relações Públicas.

2.3.7.2 Trabalhos de conclusão de curso

O componente curricular obrigatório denominado “Trabalho de Conclusão de Curso”[11], com carga horária de 150h, do curso de Relações Públicas conduzirá à produção do trabalho de conclusão de curso ao longo do último ano de estudos. Será considerado Trabalho de Conclusão de Curso, o estudo que desenvolva uma reflexão teórico-prática ou de formação profissional, como atividade de síntese e integração de conhecimentos e consolidação das técnicas de pesquisa.

[11] O Trabalho de Conclusão de Curso está organizado segundo as orientações da Resolução 02/2013 (Diretrizes curriculares Nacionais de Relações Públicas) e a Resolução das Normas Acadêmicas de Graduação.

O discente poderá escolher entre duas modalidades de Trabalho de Conclusão de Curso:

1. trabalho monográfico, individual, podendo versar sobre tema específico de relações públicas e/ou estudos do campo da comunicação, de modo mais amplo;

1.1 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.

2. trabalho específico de relações públicas, aplicado a organizações do primeiro, segundo ou terceiro setores, elaborado individualmente ou em dupla, acompanhado de fundamentação, reflexão teórica e intervenção documentada que se denomina Projeto Experimental (**Apêndice K**).

2.1 O trabalho específico de relações públicas deverá ser apresentado na forma de um produto (plano de comunicação; vídeo institucional, entre outros), a ser planejado, executado e avaliado seguindo procedimentos teórico-metodológicos e ao final ser anexado ao relatório técnico

O Trabalho de Conclusão de Curso deverá ser orientado, em ambos os casos, por docente da UNIPAMPA e avaliado por banca composta por docentes e/ou profissionais com formação na área de conhecimento do TCC, conforme resolução das Normas Acadêmicas de Graduação. Além disso, os projetos também podem ser co-orientados por docentes de outros cursos da UNIPAMPA.

A aprovação é conferida ao aluno que obtiver no mínimo nota 6,0 (seis).

A seguir, o passo a passo para a entrega e apresentação do TCC.

Antes da banca:

a) é de responsabilidade do discente entregar, na data acordada, o Trabalho de Conclusão de Curso ao docente responsável pelo componente curricular de TCC em três versões impressas (ou digitais, caso o professor orientador e/ou os membros da Banca Examinadora assim preferirem).

A banca:

a) A realização da apresentação do Trabalho Final de Graduação deverá ser realizada de 15 a 20 min. Posteriormente, os dois professores que compõem a banca e o orientador terão 10 minutos, cada um, para apresentar suas reflexões, indagações e contribuições. O acadêmico terá à disposição cerca de 10 minutos em cada bloco para responder aos questionamentos dos integrantes da banca, conforme recomendação do orientador no início da apresentação dos trabalhos; b) na data fixada para avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso, conforme o calendário acadêmico da UNIPAMPA, o aluno apresentará pessoalmente seu trabalho final à Banca Examinadora, submetendo-o a seu exame e avaliação.

Depois da banca:

a) após a Sessão de Defesa (se aprovado), o discente deverá enviar, em até sete dias, a versão definitiva do TCC (em formatos ".doc" e ".pdf") e a Folha de Aprovação (escaneada e devidamente assinada pela Banca Examinadora) ao e-mail do professor responsável pelo componente curricular. Além disso, deverá entregar duas cópias digitais, devidamente identificadas em CD ROM;
b) entregar (até a data combinada), em formato impresso, o Termo de Autorização de disponibilização do Trabalho na Biblioteca do Campus;
c) os trabalhos entregues na Biblioteca do Campus também serão disponibilizados no *site* do curso de Relações Públicas.

A orientação

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

À Comissão de TCC, designada pela Comissão do curso de Relações Públicas, 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 da realização 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 o Calendário de Defesas, proposto a partir das datas sugeridas pelos orientadores,para aprovação da Comissão do curso de Relações Públicas;

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;

i) encaminhar o convite a docentes de outras instituições de ensino superior e/ou profissionais para composição de bancas, promovendo também a prática interdisciplinar e intercâmbio interinstitucional;

j) receber os Trabalhos de Conclusão de Curso, procedendo ao seu protocolo na Coordenação do curso de Relações Públicas, 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 diários de classe;

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;

b) estabelecer parâmetros e tempos de orientação do trabalho desenvolvido pelo aluno;

c) avaliar o desempenho do orientando na sua globalidade, lembrando que o Trabalho de Conclusão de Curso constitui-se num trabalho conclusivo de qualquer Curso de Relações Públicas;

d) avaliar se o trabalho tem qualidade suficiente para ir à banca e, em caso negativo, informar à Comissão de Trabalho de Conclusão de Cursoa reprovação do aluno;

e) definir e avalizar 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 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 no semestre, na apresentação e defesa 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) apresentar sugestões e correções ao TCC com o objetivo de contribuir e aperfeiçoar o processo de aprendizagem;

b) analisar o Trabalho de Conclusão de Curso;

c) atribuir nota final ao TCC, aprovando ou reprovando.

Ao Acadêmico orientando, matriculado em 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 de Trabalho de Conclusão de Curso e atender à linha de orientação do professor orientador;

c) entregar o Trabalho de Conclusão de Curso à Comissão de Trabalho de Conclusão de Curso, protocolando-o 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 Trabalho 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 Trabalho de Conclusão de Curso, comprovando o recebimento das cópias pelos membros da banca avaliadora à Comissão de Trabalho de Conclusão de Curso.

Condições do 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, 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 Trabalho de Conclusão de Curso será avaliado em duas instâncias:

1. 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.

2. pela Banca Examinadora, constituindo a nota de Segunda Avaliação, que é 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 Trabalho de Conclusão de Curso, estabelecendo a necessidade ou não de reformulações ou correções.

A Banca Examinadora avaliará o Trabalho de Conclusão de Curso como produto final, considerando a validade e a pertinência do conteúdo, a correção gramatical e os atributos comunicacionais, bem como a observância das normas de apresentação de um trabalho científico. A Banca 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 aprovação do trabalho, a banca avaliadora deve recomendar 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 Trabalho de Conclusão de Curso.

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

2.3.7.3 Estágios

O Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório do curso de Relações Públicas, conforme previsto nas Diretrizes Curriculares Nacionais da área, representa um momento importante na vida acadêmica e no desenvolvimento profissional do discente. Isso na medida em que consiste em um processo planejado, visando à integração entre conhecimentos práticos e teóricos, que complementam a formação do graduando.

Ao integrar teoria e prática, o Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório constitui uma fase de aquisição e aprimoramento de conhecimentos e de habilidades essenciais ao exercício profissional. Sendo assim, diversas atividades relacionadas com a profissão são praticadas, pelos alunos, durante o período do estágio. Nesse sentido, o Estágio tem por objetivo maior a integração entre a aprendizagem acadêmica e a compreensão da dinâmica das instituições, oferecendo aos estudantes, situações que irão vivenciar no mundo do trabalho.

Além do desenvolvimento de habilidades técnicas, o Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório também permite o desenvolvimento de habilidades interpessoais, visando uma formação profissional calcada na ética.

Tendo o suporte necessário em vários Componentes Curriculares basilares para o exercício profissional e, em especial, no semestre antecedente, com o componente de Planejamento de Relações Públicas, o Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório tem carga horária total de 210 horas e integra o currículo do Curso de Relações Públicas da UNIPAMPA.

Dessa forma, o estágio supervisionado será ofertado em dois módulos: no 5º e no 6º semestre letivo, com carga horária de 105 horas em cada, ou seja, serão sete créditos em cada semestre, totalizando 14 créditos de estágio.

2.3.7.4 Pesquisa e Extensão

A concepção de pesquisa do curso insere-se na perspectiva da própria Universidade, descrita em seu PDI 2014/2018, 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 PDI 2014/2018 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.

Já as atividades de extensão desenvolvidas no curso seguem a diretriz definida pela UNIPAMPA, assumindo o papel de promover a articulação entre a universidade e a sociedade, tanto no movimento de levar o conhecimento até a sociedade, quanto no de realimentar suas práticas acadêmicas a partir dessa relação dialógica.[12] Em consonância com os princípios gerais do PDI 2014/2018 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 as atividades de pesquisa e extensão na UNIPAMPA é considerado indispensável. Todos os professores do curso de Relações Públicas possuem dedicação exclusiva e disponibilizam tempo e dedicação para executar atividades referentes à pesquisa e à extensão. A Universidade possibilita o afastamento para a capacitação ou concessão de horário especial, quando necessário, bem como auxilia com recursos para participação em eventos da área.

[12] Assegura-se, no mínimo, 10% do total de créditos curriculares exigidos para a graduação em programas e projetos de extensão universitária, os quais poderão estar vinculados aos componentes curriculares, incluindo-se, nesse percentual , as Atividades Complementares de Graduação (ACGs), na modalidade “extensão”, em consonância com a estratégia 12.7 do Plano Nacional de Educação.

Os discentes também são incentivados a participar, elaborar e desenvolver atividades através de projetos construídos em conjunto com os docentes. Há na UNIPAMPA, em cada semestre, a distribuição de bolsas de pesquisa, ensino, monitoria e extensão – para as 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 possibilita uma preparação complementar ao discente.

A UNIPAMPA tem, portanto, suas políticas de extensão e pesquisa, que incentivam a participação docente e discente. É seguindo essa política que o curso de Relações Públicas também estimula os docentes e discentes a promoverem e participarem de eventos que ampliem a participação em pesquisas e que integrem a comunidade à universidade. Sendo assim, desde 2012, o curso de Relações Públicas participa do Projeto Jovens Talentos do Ministério de Ciências e Tecnologias. Já internamente, os discentes participam de projetos de pesquisa e extensão com bolsas acadêmicas, o que incentiva ainda mais a participação discente. Além disso, 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 social, histórico e cultural e, dessa forma, auxiliar o desenvolvimento regional através de novas ações e projetos.

2.3.7.5 A Agência Experimental

Em face da necessidade e relevância de uma maior integração dos acadêmicos do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal da UNIPAMPA com o mundo do trabalho e, consequentemente, com os públicos de interesse (organizações não governamentais, órgãos públicos, instituições educacionais, entre outros), além da importância de realizar trabalhos práticos para a própria universidade, optou-se por estruturar a Agência Experimental de Relações Públicas e Produção Cultural.

Primeiramente, em caráter de laboratório, a agência presta serviços através do

Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório do curso.

O objetivo geral da Agência é oportunizar aos acadêmicos de Relações Públicas a inter-relação 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.

Nesse sentido, 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. Propiciar, assim, apoio às iniciativas das áreas de comunicação e cultura, constituindo-se enquanto espaço de formação acadêmica.

No que tange aos 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 interesse 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 nove docentes do curso (base de 2019-1) e outros dois de áreas complementares. Porém, este quadro se modifica a cada semestre.

1. Profª. Dra. Carmen Regina Abreu Gonçalves – RELAÇÕES PÚBLICAS;
2. Profª. Dra. Elisa Lübeck - RELAÇÕES PÚBLICAS;
3. Prof. Me. Erick Melo Maciel – ADMINISTRADOR (em afastamento);
4. Profª.Dra. Fernanda Sagrilo – RELAÇÕES PÚBLICAS;
5. Profª. Dra. Larissa Conceição dos Santos – RELAÇÕES PÚBLICAS;
6. Profª. Me. Keli Krause - LIBRAS;
7. Profª. Dra. Marcela Guimarães e Silva - RELAÇÕES PÚBLICAS;
8. Profª. Dra. Paula Daniele Pavan - LETRAS;
9. Prof. Dr. Tiago Costa Martins - RELAÇÕES PÚBLICAS;
10. Prof. Dr. Valmor Rhoden - RELAÇÕES PÚBLICAS;
11. Prof. Dr. César Beras - SOCIÓLOGO.

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

Anualmente, a Universidade realiza o processo de Avaliação do desenvolvimento didático dos docentes com a participação dos discentes, sob a responsabilidade da Comissão de Curso, segundo a Resolução nº. 80/2014. Os resultados deste instrumento, após apresentados aos membros da Comissão de Curso, são veiculados no *site* do curso e em murais internos.

3.2 Corpo Discente e Programas de apoio

A UNIPAMPA desenvolve 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 Coordenadoria de Desenvolvimento Pedagógico – COORDEP, com o Núcleo de Desenvolvimento Educacional (NuDE), com Coordenadores Acadêmicos e Coordenadores de Cursos.

A Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis e Comunitários (PRAEC) 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:

- Plano de Permanência (PP), que auxilia os estudantes de graduação, em vulnerabilidade socioeconômica, situação que pode comprometer a continuidade de seus estudos. O PP visa melhorar o desempenho acadêmico e prevenir a evasão e retenção.

O plano é constituído pelos seguintes programas: Programa de Alimentação Subsidiada Talheres do Pampa – contribui para o provimento das necessidades de refeição diária do aluno. São modalidades desse programa: subsídio integral (beneficiários do Plano de Permanência em situação de vulnerabilidade socioeconômica), subsídio parcial (todos os alunos matriculados) e auxílio alimentação (para beneficiários do Plano de Permanência em situação de vulnerabilidade

socioeconômica em unidades sem RU). No campus São Borja os(as) alunos(as) podem acessar o Restaurante Universitário (RU); Programa de Moradia Estudantil João-de-Barro: 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 fixar residência em região urbana no município de seu Campus; Programa de Apoio ao Transporte, que contribui com as despesas de transporte vinculadas às atividades acadêmicas regulares. Os auxílios são de R$ 80,00 para Alimentação (além de almoço e jantar gratuitos no RU), R$ 250,00 para auxílio moradia (onde não há casa do estudante); R$ 80,00 para auxílio transporte e R$ 100,00 para auxílio transporte rural (para alunos que comprovem continuar residindo na zona rural) e para auxílio creche, R$80,00 para até no máximo três crianças. O aluno que ingressar neste Plano poderá receber os benefícios até se formar, desde que continue atendendo aos critérios acadêmicos e socioeconômicos, por meio de comprovação periódica junto ao assistente social de sua unidade. São realizadas edições anuais de seleção para entrada de beneficiários no Plano. A avaliação para a concessão do benefício é feita pelo NuDE, que conta com assistentes sociais nos dez Campi da Universidade, depois de avaliados os dados socioeconômicos, a PRAEC foica responsável por fazer a distribuição dos recursos e bolsas. Em 2014, foram beneficiados 186 alunos de São Borja, aos quais foram repassados 181 auxílios alimentação, 98 auxílios moradia e 163 auxílios transporte.

- Programa de Apoio à Instalação Estudantil (PBI), que é destinado aos estudantes ingressantes, em situação de vulnerabilidade socioeconômica, não residentes no município onde está situada a sua unidade acadêmica ou que não residam em região urbana pertencente ao município do seu campus, mas que precisam 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. 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.

- Programa de Desenvolvimento Acadêmico (PDA), que 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 às dos principais órgãos de fomento. 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 PP, e não ter pendências documentais relativas ao PDA.

- Programa de Apoio à Participação Discente em Eventos (PAPE), que 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.

- Programa Anauê, que prevê o acompanhamento dos estudantes indígenas aldeados.

O Programa funciona 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 (instalação, alimentação, moradia e transporte); e atenção especial à interculturalidade, por meio do desenvolvimento de atividades acadêmicas relacionadas à temática indígena.

- Programa de Ações Afirmativas, que busca dar suporte às atividades desenvolvidas pelos Núcleos de Desenvolvimento Educacional (NUDEs) e Núcleos de Inclusão e Acessibilidade (NInAs) das unidades acadêmicas na realização das atividades que concretizam as políticas de Ações Afirmativas na UNIPAMPA.

Para isso, a Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis e Comunitários (PRAEC) prevê cotas de bolsas para seleção de bolsistas pelo Programa de Desenvolvimento Acadêmico, na modalidade Iniciação ao Ensino - Monitoria. 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, auxiliando no provimento de tecnologia assistiva, dentre outras ações. Foram concedidas duas bolsas por campus.

O Programa INCLUIR: acessibilidade na educação superior (MEC/SECADI/SESu) configura-se como uma ação central na consolidação dessa política interna de inclusão e acessibilidade na Universidade. O Programa atua no desenvolvimento e na orientação da estruturação do trabalho de inclusão e acessibilidade a nível nacional para as instituições federais, disponibilizando recursos financeiros para investimento em ações relacionadas diretamente a essas áreas.

O objetivo do Programa INCLUIR é 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. 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 NuDEs. Já o Projeto UNIPAMPA Acessível visa promover o acesso à informação e aos espaços, por parte dos discentes, dos servidores e da comunidade em geral, bem como o atendimento aos requisitos de acessibilidade, no que se refere à infraestrutura arquitetônica, aos projetos políticos-pedagógicos dos cursos, ao atendimento ao público, ao sítio eletrônico e ao acervo cultural e pedagógico.

- Programa de Educação Tutorial (PET), que foi criado para apoiar atividades acadêmicas que integrem 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 provados na UNIPAMPA: PET Linguística, Letras e Artes, campus Jaguarão; PET Produção e Política Cultural, campus Jaguarão; PET Engenharia, campus Bagé e PET Engenharias, campus Alegrete.

- Recepção e Acompanhamento, que são ações implementadas, em interface com a PRAEC, com a COORDEP e com os NuDES, para fins de recepção, acompanhamento social, pedagógico e de acolhimento aos novos estudantes.

Como por exemplo, 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.

Além desses Programas, também estão sendo desenvolvidas 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 obrigatório 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. No campus de São Borja, desde 2010, é oferecido componente curricular de Libras. O curso de Relações Públicas da UNIPAMPA contempla o ensino de Libras (Decreton° 5.626/2005) com a oferta do Componente Curricular “Libras: Língua Brasileira de Sinais", disponibilizada como componente curricular obrigatório, com carga horária de 75h.

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) são tratadas e fazem parte de discussões em seminários que congregam alunos e professores. Há, dessa forma, a busca pela integração da educação ambiental com os componentes e atividades do curso de modo transversal, contínuo e permanente. O componente, do quinto semestre letivo, "Desenvolvimento regional e sustentabilidade" contempla esta temática.

3.2.3 Cultura Afro-Brasileira e Indígena

As temáticas - Educação das Relações Étnico-raciais, História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena, conforme a Lei n° 11.645 de 10/03/2008 e Resolução CNE/CP n° 01 de 17 de junho de 2004, constam nas ementas e conteúdos programáticos do componente "Comunicação, cidadania e diversidade sociocultural", ofertado no sexto semestre, com 75h[13]. Este componente curricular possibilita a leitura crítica a partir de estudos direcionados a questões que tangenciam ou propriamente dizem respeito aos Direitos Humanos na sua diversidade.

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 três prédios já prontos, está em construção o terceiro prédio acadêmico no campus II, numa área de aproximadamente 49 hectares.

[13] A temática "cultura afro-brasileira" também está respaldada pelas ações da Comissão Especial de Estudos sobre História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena –(HiCABI/UNIPAMPA) e também pelo Núcleo de Estudos Afro Brasileiros (NEAB/UNIPAMPA),que acompanham a implantação da legislação nos programas e projetos de ensino, pesquisa e extensão.

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

Fazem parte da prática discente laboratórios de Rádio, Vídeo, TV, fotografia, produção gráfica, Pesquisa de Opinião e de informática. Cada um deles possui um sistema de atendimento, que prioriza as demandas dos componentes curriculares dos cursos da área da Comunicação Social do campus. Os laboratórios de informática são disponibilizados aos alunos em diferentes períodos do dia e noite, facilitando a utilização pelos discentes, pois não é necessário o agendamento durante os períodos que excedam o uso feito pelos componentes curriculares.

3.3.1 Laboratório de criação e produção gráfica

O Laboratório de Criação e Produção Gráfica conta com um espaço físico de 70,72 m². É um local que está destinado como laboratório de Agência I e Agência II do curso de Publicidade e Propaganda. E é utilizado pelo componente “Produção Gráfica em Relações Públicas”.

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

3.3.2 Laboratório de informática

O Laboratório de Informática estrutura-se em um espaço físico de 56,80m². Contempla o 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, conforme a necessidade dos componentes curriculares. Atualmente, o laboratório de informática conta com 12 computadores, ambos com: software para produção gráfica; projetor de mídia; tela de projeção. Onze computadores com licenças SoundForge Pro 10, licenças adobe CS4 Master Collection, Adobe Audition. Todos com Corel Draw GraphicsSuite X4 e todos com Microsoft Office.

3.3.3 Laboratório de redação

O curso também conta com mais um laboratório de redação devidamente instalado em uma área de 76,96 m². Este laboratório dispõe dos seguintes equipamentos: 24 computadores com software para produção; projetor de mídia; tela de projeção; televisor de LCD e reprodutor de DVD. Todos os computadores possuem licenças SoundForge Pro 10, licenças adobe CS4 Master Collection, Adobe Audition. Todos estão equipados com Corel Draw GraphicsSuite X4 e Microsoft Office. Leitura e Produção Textual, Redação em RP I e Redação em RP II são os componentes que utilizam este laboratório.

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 m 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 900 x 2100, 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 de fórmica, para realização de debates, com 5 cadeiras; Uma mesa escolar com cadeira; duas mesas em fórmica retangulares com quatro cadeiras cada.

O estúdio de gravação e edição possui sete tomadas, um terminal para conexão à internet e um interruptor de iluminação; duas mesas em fórmica para computador; duas cadeiras giratórias; três armários e um gaveteiro.

O estúdio de rádio é utilizado pelo componente de produção audiovisual institucional, bem como atende a outros componentes, conforme a demanda.

3.3.5 Laboratório de vídeo

O laboratório de vídeo situa-se em uma sala de 6m x 4m e conta com um técnico responsável, uma estrutura física e equipamentos. Para o curso de Relações Públicas, funciona como um laboratório nas atividades que envolvam o audiovisual, trabalhado em no componente Produção audiovisual Institucional, além de ser auxiliar para outros componentes que possuem atividades práticas.

3.3.6 Estúdio de TV

Este estúdio serve como laboratório auxiliar ao curso de Relações Públicas, principalmente no componente Produção audiovisual institucional e nos demais componentes que demandam atividades práticas. Este estúdio conta com um espaço de 170 metros quadrados, com duas ilhas de edição, painel chroma-key, gride de iluminação fixa e com controle digital.

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. Esses equipamentos estão à disposição do componente Fotografia em RP e demais componentes que demandam atividades práticas.

3.3.8 Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública e Social

O laboratório de pesquisa de opinião é vinculado às atividades de ensino que utilizam a análise de banco de dados, a construção e a aplicação de questionários, de pesquisas qualitativas e quantitativas. É previsto no uso da sala a dotação de computadores com software de análise estatística. Fundamentalmente, o laboratório permite o desenvolvimento de práticas de pesquisa quantitativa, conforme as exigências didáticas e os projetos político-pedagógicos dos cursos. Embora ligado principalmente ao tipo de pesquisa quantitativa, o Laboratório pretende considerar e incluir na sua realização o aporte fundamental da pesquisa qualitativa.É por isso que, em linha geral, é aqui proposta a denominação de “Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública e Social”.

O curso de Relações Públicas utiliza o laboratório através dos componentes Pesquisa aplicada em RP, Projeto Experimental (Apêndice K), além da Agência Experimental de Relações Públicas, bem como pelos os projetos desenvolvidos na extensão e na pesquisa.

3.3.9 Agência Experimental de Relações Públicas

A agência experimental de relações públicas é um espaço privilegiado de formação para os acadêmicos do curso. Atualmente, são atendidos prioritariamente clientes internos, a direção do campus e os cursos. Ela foi criada em 2013 e tinha como professores responsáveis os docentes dos componentes curriculares práticos de

Assessoria de Comunicação I e II. Com o estágio curricular, a agência passou a ser ainda mais um suporte para a realização destes trabalhos, podendo ampliar a atuação também para instituições do terceiro setor e/ou filantrópicas sem fins lucrativos locais.

3.4 Biblioteca

A biblioteca possui, hoje, um espaço de 240m² e conta com 7 Computadores: 2 computadores para processamento técnico, 3 computadores para empréstimo e referência, 2 computadores para acesso a base de dados. Todo acervo da biblioteca é de livre acesso, atendendo tanto à comunidade universitária como ao 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, podendo também acessar a biblioteca através da internet para fazer consultas ao acervo, renovação ou reserva de material. O acervo é composto por livros, periódicos e CD-ROMs específicos dos cursos oferecidos no campus de São Borja, além de algumas obras de referência.

A biblioteca do Campus São Borja da UNIPAMPA é a que possui o segundo maior acervo dentre os dez campi da Instituição, contando com número superior de títulos e exemplares se comparada a de outros campi que tiveram seus mestrados (tanto na modalidade acadêmica quanto profissional) aprovados pela CAPES.

Abaixo seguem as informações detalhadas sobre o acervo:

Títulos: **7.721**

Exemplares: **29.135**

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

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

ÁREAS DO CONHECIMENTO	TÍTULOS	EXEMPLARES
Ciências Exatas e da Terra	94	521
Ciências Biológicas	60	286

Engenharias	13	28
Ciências da Saúde	103	385
Ciências Agrárias	12	42
Gestão Ambiental	01	3
Ciências Sociais Aplicadas	2.786	12.516
Ciências Humanas	3.501	19.437
Linguística, Letras e Artes	1.788	4.892
Multidisciplinar	163	775
TOTAL	**8.521**	**38.885**

Fonte: SIE, relatórios: 13.2.99.20 – Total de Itens e registros bibliográficos por área do CNPq e 13.2.99.21 - Total de registros bibliográficos por área do CNPq

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

ÁREAS DO CONHECIMENTO	TÍTULOS	EXEMPLARES
Ciências Exatas e da Terra	-	-
Ciências Biológicas	2	8
Engenharias	-	-
Ciências da Saúde	8	11
Ciências Agrárias	-	-
Gestão Ambiental	-	-
Ciências Sociais Aplicadas	15	31
Ciências Humanas	13	30
Linguística, Letras e Artes	1	1
Multidisciplinar	1	1
TOTAL	**40**	**82**

Fonte: SIE, relatórios: 13.2.99.20 – Total de Itens e registros bibliográficos por área do CNPq e 13.2.99.21 - Total de registros bibliográficos por área do CNPq

Dados Quantitativos do Acervo de Dissertações e Teses por Área do Conhecimento (CNPq)

ÁREAS DO CONHECIMENTO	TÍTULOS	EXEMPLARES
Ciências Exatas e da Terra	-	-

Ciências Biológicas	-	-
Engenharias	-	-
Ciências da Saúde	-	-
Ciências Agrárias	-	-
Gestão Ambiental	-	-
Ciências Sociais Aplicadas	6	6
Ciências Humanas	5	5
Linguística, Letras e Artes	-	-
Multidisciplinar	-	-
TOTAL	**11**	**11**

Fonte: SIE, relatórios: 13.2.99.20 – Total de Itens e registros bibliográficos por área do CNPq e 13.2.99.21 - Total de registros bibliográficos por área do CNPq

Dados Quantitativos do Acervo de Monografias e TCCs por Área do Conhecimento (CNPq)

ÁREAS DO CONHECIMENTO	TÍTULOS	EXEMPLARES
Ciências Exatas e da Terra	-	-
Ciências Biológicas	-	-
Engenharias	-	-
Ciências da Saúde	1	2
Ciências Agrárias	-	-
Gestão Ambiental	-	-
Ciências Sociais Aplicadas	263	377
Ciências Humanas	26	42
Linguística, Letras e Artes	3	4
Multidisciplinar	-	-
TOTAL	**293**	**425**

Fonte: SIE, relatórios: 13.2.99.20 – Total de Itens e registros bibliográficos por área do CNPq e 13.2.99.21 - Total de registros bibliográficos por área do CNPq

Dados Quantitativos do Acervo Multimídia

ÁREAS DO CONHECIMENTO	TÍTULOS	EXEMPLARES
Ciências Exatas e da Terra	3	10
Ciências Biológicas	-	-
Engenharias	-	-
Ciências da Saúde	8	22
Ciências Agrárias	-	-
Ciências Sociais Aplicadas	84	170
Ciências Humanas	70	163
Linguística, Letras e Artes	94	139
Multidisciplinar	13	53
TOTAL	**272**	**557**

Fonte: SIE, relatórios: 13.2.99.20 – Total de Itens e registros bibliográficos por área do CNPq e 13.2.99.21 - Total de registros bibliográficos por área do CNPq

Dados Quantitativos do Acervo de Periódicos

ÁREAS DO CONHECIMENTO	TÍTULOS
Ciências Exatas e da Terra	1
Ciências Biológicas	3
Engenharias	-
Ciências da Saúde	3
Ciências Agrárias	1
Gestão Ambiental	-
Ciências Sociais Aplicadas	28
Ciências Humanas	29
Linguística, Letras e Artes	4
Multidisciplinar	-
TOTAL	**69**

Fonte: SIE, relatórios: 13.2.99.20 – Total de Itens e registros bibliográficos por área do CNPq e 13.2.99.21 - Total de registros bibliográficos por área do CNPq

Estatística de Circulação

RETIRADAS	DEVOLUÇÕES	RENOVAÇÕES NO BALCÃO	RENOVAÇÕES NA WEB
11.062	**11.107**	**1.527**	**16.187**

Fonte: SIE, relatório 13.4.7.10 – Estatística de circulação por biblioteca e período

Total de empréstimo por grupo de usuário:

GRUPO DE USUÁRIOS	QUANTIDADE
Aluno de graduação	9.090
Aluno de pós-graduação	619
Docente	904
Técnico-administrativo	449
Total	**11.062**

Fonte: SIE, relatório 13.4.7.02 – Total de empréstimo por grupo de usuário

Total de empréstimo por grupo de usuário:

GRUPO DE USUÁRIOS	QUANTIDADE
Aluno de graduação	9.090
Aluno de pós-graduação	619
Docente	904
Técnico-administrativo	449
Total	**11.062**

Fonte: SIE, relatório 13.4.7.02 – Total de empréstimo por grupo de usuário

Dados Estatísticos sobre empréstimo por horários

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

20:00 - 21:00	1.110
21:00 - 22:00	258
TOTAL	10.340

Dados Estatísticos sobre empréstimos e renovações

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

Livro mais reservado:12 reservas

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

Título mais retirado:

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

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

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

Existe o acesso ao Portal de Periódicos da CAPES, incluindo o Portal IEEE, podendo ser acessados diretamente pelas máquinas distribuídas em todo o campus.

O horário de atendimento da Biblioteca é das 8h às 21h45min. Abaixo segue a lista dos Servidores responsáveis:

Bibliotecária:

Dilva Carvalho Marques

Assistentes em Administração:

Chaiane Ferrazza Gomes

Helena Claudia de Pelegrin Basso Feil
Jeferson Andrade Duda
Rafaela Pereira Correa
Tanize Damian Pizzuti da Silva

4. AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL

4.1 Acompanhamento dos Egressos

A primeira turma de egressos do curso se formou em 2014/1. Para estabelecer um relacionamento contínuo com o egresso é aplicado um questionário anual para adaptar estratégias e meios de comunicação eficazes.

A avaliação e a autoavaliação do Curso seguem princípios e procedimentos previstos pelo Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) e, em conformidade com o Plano de Desenvolvimento Institucional 2014-2018, 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, a autoavaliação é realizada seguindo as normas da UNIPAMPA. Entre as atividades de autoavaliação destacam-se:

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 pedagógica 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 é 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/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 avaliação para qualificação do PPC do Curso. Igualmente, os dados de avaliação coletados institucionalmente pela Comissão Própria de Avaliação (composta pelo Comitê Local de Avaliação em cada campus e pelo Comitê Central de Avaliação) contribuem para que o curso seja mais efetivo na tarefa de alcançar o perfil almejado de egresso.

4.2 Autoavaliação do Curso

A autoavaliação ou avaliação interna integra o processo de avaliação institucional, proposto pela Lei Federal n° 10.861, de 14 de abril de 2004,que institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES). Esse sistema 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. A UNIPAMPA realiza a autoavaliação de todos os cursos anualmente. O processo avaliativo 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. O ato formal e constituição da CPA ocorreu no ano de 2010 quando a Comissão foi institucionalizada pela Portaria n° 697, de 26 de março de 2010.

O curso de Relações Públicas realiza uma avaliação discente regularmente – avaliando os componentes curriculares, docentes e coordenação do curso de forma geral[14]. Os relatórios destas avaliações estão disponíveis em cópias impressas na coordenação do curso e são enviadas e discutidas pelo NDE e pela Comissão de Curso com objetivo de avaliar e melhorar o processo ensino-aprendizagem.

Além disso, foi criada a *fanpage* “Espaço do egresso de Relações Públicas”, que é atualizada através da Agência Experimental do Curso e traz informações sobre concursos e oportunidades do mercado de trabalho, cursos de pós-graduação no país e exterior, bem como informações sobre eventos.

[14] Modelo de Avaliação do curso pelos Discentes, conforme Apêndice 11.

REFERÊNCIAS

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. **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.

BRASIL. Lei nº 10.639/2003, que altera a Lei nº 9.394/1996, a qual estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da Rede de **Ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira**", e dá outras providências.

BRASIL. Parecer CNE/CP nº 03/2004, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o **Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana**; e a Resolução nº 01/2004, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana.

BRASIL. Parecer CNE/CP nº 08/2012 e a Resolução nº 01/2012, que estabelecem as Diretrizes Nacionais para a **Educação em Direitos Humanos**.

BRASIL. Nota Técnica MEC nº 24/2015, a qual apresenta a dimensão de **gênero e orientação sexual** nos planos de educação.

BRASIL. Lei nº 9.795/1999, que dispõe sobre a educação ambiental, instituindo a

Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências; o Decreto nº 4.281/2002, o qual regulamenta a Lei nº 9.795/1999 e a Resolução nº 02/2012, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a **Educação Ambiental**.

BRASIL. Lei nº 11.645/2008 que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática "**História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena**".

BRASIL. Ordem normativa n° 04/2014, a qual **estabelece orientações sobre a aceitação de estagiários** no âmbito da Administração Pública Federal direta, autárquica e fundacional.

BRASIL. Decreto nº 5.296/2004, que regulamenta as Leis nos 10.048/2000, a qual dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098/2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a **promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida**.

BRASIL. Decreto nº 6.949/2009, o qual promulga a Convenção Internacional sobre os **Direitos das Pessoas com Deficiência** e seu Protocolo Facultativo.

BRASIL.Decreto nº 7.611/2011, que dispõe sobre a **educação especial** e o atendimento educacional especializado.

BRASIL. Lei n° 12.764/2012; a qual dispõe sobre a **Proteção dos Direitos de Pessoas com Transtorno de Espectro Autista**.

BRASIL.Decreto nº 5.626/2005, que dispõe sobre a **Língua Brasileira de Sinais** – Libras.

BRASIL. Portaria nº 3.284/2003, na qual dispõe sobre requisitos de **acessibilidade de pessoas portadoras de deficiências,** para instruir os processos de autorização e de reconhecimento de cursos, e de credenciamento de instituições.

BRASIL. Lei nº 13.005/2014, que aprova o **Plano Nacional de Educação** (PNE) e dá

outras providências.

BRASIL. Lei nº 13.146/2015, a qual institui o **Estatuto da Pessoa com Deficiência**.

BRASIL. Portaria nº 4.059/2004 que dispõe sobre **oferta na modalidade semipresencial**.

BRASIL. Decreto nº 5.622/2005, art. 4°, inciso II, § 2° - **Prevalência da Avaliação presencial de EAD**.

UNIPAMPA. Resolução nº 05/2010, a qual aprova o **Regimento Geral da UNIPAMPA**; alterado pela Resolução 27/2011.

UNIPAMPA. Resolução nº 80/2014, a qual aprova o **Programa de Avaliação de Desempenho Docente na UNIPAMPA**.

UNIPAMPA. Resolução nº 01/2010 , que normatiza o **Núcleo Docente Estruturante**.

UNIPAMPA. Resolução nº 97/2015, a qual normatiza **o Núcleo Docente Estruturante** na UNIPAMPA.

UNIPAMPA. Resolução nº 71/2014, que aprova o **Plano de Desenvolvimento Institucional (2014 – 2018)**.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES ELETRÔNICAS

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

Plano Nacional de Cultura: Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/plano-nacional-de-cultura-pnc->. Acesso em: 12 de set. de 2015.

APÊNCIDES

APÊNDICE A – Modelo do Projeto TCC

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA (UNIPAMPA)
CAMPUS SÃO BORJA
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

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 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. HIPÓTESE

7. METODOLOGIA

8 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

9 CRONOGRAMA

10 ROTEIRO PROVISÓRIO

REFERÊNCIAS

1 TEMA

O Projeto é um roteiro para a elaboração de pesquisa em uma determinada área,possibilitando 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 a temática. Você também pode se apoiar nas leituras de livros e nas conversas com os professores.

Feitas 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 a uma boa fundamentação teórica. 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 em 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 que 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 com 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 a seção 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 à 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), são a segunda etapa primordial do Projeto de Pesquisa, pois elas são 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, o porquê de alguns autores serem escolhidos e outros não.

A metodologia compreende ainda a 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 são necessárias ainda a delimitação e a 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 haver pesquisas iguais ou semelhantes, ou mesmo complementares de certos aspectos da pesquisa pretendida. Uma procura dessas 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. Dessa forma, a literatura deverá:

- ser condizente com o problema em estudo;
- ser relevante e atual sobre o assunto a ser estudado;
- apontar alguns dos autores que serão consultados;
- demonstrar entendimento acerca do que já existe sobre o tema.
- conter citações feitas de acordo com as normas da ABNT.

9 CRONOGRAMA

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

(Exemplo)

ETAPAS	mês	mês	mês	mês	mês	mês	mês
Levantamento bibliográfico	X						
Organização de questionários	X	X	X				
Aplicação de questionários		X	X				
Tabulação de dados		X	X				
Organização do roteiro				X			
Redação do trabalho				X			
Revisão e					X	X	

redação final							
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 exige que a produção textual tenha no mínimo 40 páginas e pode conter ilustrações e outros anexos.

Outra dica é que, se possível, os 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 deve ser um roteiro PROVISÓRIO, que, munido pelas hipóteses, metodologia e revisão bibliográfica, deve ser construído de forma a apresentar o quê será produzido.

REFERÊNCIAS

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, podem 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 B – Modelo De TCC

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA (UNIPAMPA)
CAMPUS SÃO BORJA
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

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 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

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA
DESENVOLVIMENTO
ANÁLISE
CONCLUSÃO
REFERÊNCIAS
ANEXOS

APÊNDICE C - CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS
ATA E PARECER DE AVALIAÇÃO DO PROJETO EM RELAÇÕES PÚBLICAS E PRODUÇÃO CULTURAL

Aos _____dia do mês de _____do ano de ____, às _____horas, realizou-se na sala _____ da Universidade Federal do Pampa em São Borja, a sessão pública de apresentação do Projeto em Relações Públicas e Produção Cultural do Curso de Relações Públicas, intitulado "_____
_____
_____", apresentado pelo acadêmico: _____.

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

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

Assinaturas

	NOME	ASSINATURA
ORIENTADOR		
AVALIADOR 1		
AVALIADOR 2		
ACADÊMICO		

São Borja ____de_____de ____.

APÊNDICE D – INDICAÇÃO DE ORIENTADOR(A)

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC

Eu, _____,
matrícula n° _____, devidamente matriculado no componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) manifesto o interesse em ser orientado pelos seguintes professores, em ordem de preferência:

1°_____

2°_____

3°_____

APÊNDICE E– 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 Bacharel / Bacharela em Relações Públicas. 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))
Discente.....(orientando(a))
Observações: ( ) Com recomendações ( ) Sem recomendações
_____
_____
_____

APÊNDICE F - 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 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 G - 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 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 H - 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 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 K - Manual para elaboração de Projeto Experimental em Relações Públicas

1. Apresentação:

Este Manual para Elaboração de Projeto Experimental em Relações Públicas tem como objetivo expor as diretrizes a serem consideradas no processo de produção, execução e avaliação de um projeto experimental. Sendo este construído essencialmente a partir da revisão sistemática dos conteúdos estudados nos componentes curriculares que o antecedem no curso de graduação, e que constituem as áreas temáticas a serem abordadas nas futuras propostas de trabalho.

Diante disto, este Manual contém a estrutura básica do pré-projeto experimental para proposição do projeto experimental, uma das possibilidades de trabalho de conclusão de curso.

Além disso, o Manual de Orientações Gerais para Elaboração do Projeto Experimental em Relações Públicas traz algumas instruções para o processo de apresentação e de defesa do relatório técnico do projeto experimental e sistema de avaliação a ser empregado no componente curricular.

2. Áreas Temáticas:

O Projeto Experimental em Relações Públicas deverá ser elaborado a partir de temáticas relacionadas com o desenvolvimento teórico/prático no campo das Relações Públicas.

Algumas sugestões:

1. Teorias da Comunicação Social;
2. Teorias e Técnicas de Relações Públicas;
3. Planejamento e Assessoria de Comunicação;
4. Cultura; Arte; Produção Cultural; Marketing Cultural; e Economia da Cultura;
5. Interfaces das Relações Públicas: responsabilidade social; turismo; esporte; lazer; educação; sustentabilidade; cidadania; etc.
6. Gestão, políticas e estratégias de comunicação nas organizações;
7. Comunicação dirigida (audiovisual; impresso; virtual; aproximativa) e;
8. Estudos de Mídias; Pesquisa de Opinião Pública.

Orientações Gerais:

O Pré-projeto Experimental, assim como o Projeto Experimental em Relações Públicas poderá ser desenvolvido individualmente ou dupla, conforme a demanda da proposta, da mesma forma ocorre com o Relatório Técnico.

Para fins de avaliação serão considerados o Pré-projeto Experimental; o Projeto Experimental em Relações Públicas; o Relatório Técnico; e a Defesa e Apresentação do Projeto Experimental e Relatório Técnico.

Os resultados finais (notas, pareceres, avaliações) serão atribuídos

individualmente e constituído de modo processual a cada etapa prevista.

3. Pré-Projeto Experimental

É necessário elaborar primeiramente o pré-projeto experimental, que visa auxiliar os discentes no melhor desenvolvimento do projeto experimental. E deve conter as seguintes etapas:

Estrutura do Pré-Projeto Experimental:
Capa
Folha de Rosto
Dados de Identificação do Pré-Projeto Experimental
Sumário
1. Introdução
2. Justificativa
3. Objetivo Geral e Específico(s)
4. Fundamentação Teórica
5. Métodos e procedimentos
6. Cronograma
7. Orçamento

Referências Bibliográficas
Anexos e Apêndices (opcional)

Formatação do Pré-Projeto Experimental:
Folha A4.
Margens: 3 cm esquerda e superior; 2cm direita e inferior.
Numeração: canto superior direito da página.
Texto: justificado; fonte arial ou times, corpo 12, parágrafo 1,5 cm, espaço entre linha 1,5.
Títulos: negrito, justificado, corpo 14, fonte do texto.
Subtítulo: negrito, justificado, corpo 12, fonte do texto.
Citações e Referências: conforme normas da ABNT
Impressão em P&B.
- Entregar uma cópia impressa do Pré-Projeto Experimental no dia da apresentação do mesmo.

4. Projeto Experimental

O projeto experimental poderá ser nas seguintes formas: processo (planejamento de comunicação ou produto. Em ambos os casos deverá ser planejado, executado e avaliado seguindo procedimentos teórico-metodológicos e ao final ser anexado ao relatório técnico.

Considera-se como Projeto Experimental um conjunto de atividades práticas, desenvolvidas a partir de bases teórico-metodológicas, observadas como instrumento de pesquisa e de caráter inovador, tais como:

- Atuação em caráter experimental em uma (ou mais) área da comunicação e respectiva reflexão acerca dos processos e ferramentas necessárias à realização da atividade (teoria x prática);
- Planejamento, criação, desenvolvimento e veiculação em caráter experimental de um produto comunicacional e respectiva reflexão que trate de incluir a base teórica e definições metodológicas referentes às etapas e processos desempenhados pelo discente no desenvolvimento do produto apresentado;
- Planejamento, criação e desenvolvimento em caráter experimental de um produto comunicacional e respectiva análise de sua inovação ou adequação frente ao mercado;
- Planejamento, criação e desenvolvimento em caráter experimental de plataformas, softwares ou ferramentas metodológicas que contribuam com o desenvolvimento dos processos pertencentes ao fluxo de uma agência ou ao exercício de uma área em específico.

ESTRUTURA DO PROJETO EXPERIMENTAL (PROCESSO):

1. Dados de Identificação
2. Introdução
3. Justificativa
4. Briefing
- 4.1 Histórico da organização
- 4.2 Dados da organização
- 4.3 Objetivos da organização (missão, visão e valores)
- 4.4 Sistema e políticas de comunicação
- 4.5 Valores a serem considerados na prática da comunicação da organização

5. Diagnóstico
- 5.1 Pontos Fortes
- 5.2 Pontos Fracos
- 5.3 Oportunidades
- 5.4 Ameaças

6. Objetivos
- 6.1 Objetivo Geral
- 6.2 Objetivos Específicos

7. Públicos de Interesse
8. Estratégias de Ação
9. Cronograma
10. Recursos (materiais, humanos e financeiros)
11. Orçamento
12. Sistema de Controle e Avaliação
Referências Bibliográficas
Apêndices
Anexos

Orientações Gerais:
- se o projeto experimental for uma peça/produto poderá ser feito o planejamento do mesmo, porém dispensa-se esta estrutura, pois é exclusiva para processo, podendo ser utilizada a estrutura do pré-projeto.
- Formato do Projeto Experimental conforme as regras do Pré-Projeto Experimental.
- Entregar de uma cópia impressa do Projeto Experimental (processo, produto ou peças) no dia da apresentação do mesmo.

5. Relatório Técnico Final

A realização prática experimental requer a apresentação de um relatório que contenha base teórica e metodológica que a sustente. Este relatório consiste no registro e transmissão do conhecimento construído pelo discente ou grupo ao longo do processo de execução do projeto experimental, podendo transformar-se em referência para trabalhos futuros.

O relatório técnico consiste na reflexão a partir da execução do Projeto Experimental e deve conter as seguintes etapas:

ELEMENOS PRÉ-TEXTUAIS
1. CAPA
2. FOLHA DE ROSTO
3. FICHA CATALOGRÁFICA
4. FOLHA DE APROVAÇÃO
5. DEDICATÓRIA / EPÍGRAFE / AGRADECIMENTOS (opcional)
7. RESUMO EM PORTUGUÊS
8. LISTAS (opcionais)
9. SUMÁRIO

ELEMENOS TEXTUAIS
1. INTRODUÇÃO
2. JUSTIFICATIVA
3. OBJETIVOS
4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS
5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO
6. CONSIDERAÇÕES

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ELEMENTOS PÓS-TEXTUAIS
APÊNDICES
ANEXOS

Orientações Gerais:
- Formato do Relatório Técnico conforme regras do Pré-Projeto Experimental.
- Entrega de uma cópia impressa do Relatório Técnico com o Pré-Projeto Experimental e o Projeto Experimental em anexo e se for o caso um CD com o processo, o produto ou as peças.

6. Apresentação e Defesa do Relatório Técnico do Projeto Experimental

Para a Apresentação e Defasa do Relatório Técnico do Projeto Experimental em Relações Públicas o discente ou dupla deverá observar as seguintes orientações:

- O Relatório Técnico do Projeto Experimental deverá ser enviado em PDF por e-mail para seu orientador dias antes da defesa acompanhado do produto/peça ou processo, ou seja, do Projeto Experimental;
- Elaborar uma apresentação em *power point* ou formato similar, bem como providenciar todos os equipamentos necessários para a sua apresentação (som, vídeo, etc.);
- Se em grupo, os discentes deverão eleger um representante para apresentar, sendo que todos os discentes poderão participar do processo de defesa;
- Tempo para exposição: 15 minutos;
- Tempo para arguição da banca: 10 minutos;
- Tempo para resposta: 10 minutos.
- Participarão do processo de Apresentação e Defesa, professores e técnicos da área da comunicação, conforme a proposta de trabalho a ser avaliada.
- O processo será público e por isso divulgado o calendário das apresentações com antecedência nos espaços da UNIPAMPA.

7. Sistema de Avaliação

A constituição da média final do discente será a partir da avaliação processual a ser realidade a cada etapa, mediante as orientações contidas neste manual. A banca de avaliação final será construída pelo professor orientador e pode ser um membro externo (técnico da área ou docente) a ser definido de acordo com a temática abordada.

APÊNDICE L – RESOLUÇÃO: Normas acadêmicas e Graduação/ACG

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

Dispõe também sobre as Atividades Complementares de Graduação - ACGs – do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA

Para o cumprimento das atividades complementares de graduação este regulamento é parte integrante do Projeto Político-pedagógico do Curso de Relações Públicas, tendo por objetivo apresentar as diretrizes para a definição e homologação dessas atividades no Curso. Assim, tais diretrizes são apresentadas conforme os artigos abaixo:

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

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

Art. 3º – Em consonância com a Resolução nº 02, de 27 de setembro de 2013 (Ministério da Educação), que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Relações Públicas, no seu Artigo 10, inciso III, as atividades complementares terão carga horária de 200 horas (140 horas ACGs e 60 horas em CCCGs).

PARÁGRAFO ÚNICO – A Comissão de Curso definirá a planilha de atividades complementares reconhecidas e validadas, bem como a carga horária individual máxima permitida para estas atividades, devendo divulgar amplamente tal planilha junto aos discentes.

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.

PARÁGRAFO ÚNICO – Os discentes deverão preencher uma carga horária mínima de 20 horas em cada um dos grupos.

Art. 5º – As atividades do GRUPO I – Atividades de Ensino – incluem, entre outras, as seguintes modalidades:
I – Componentes curriculares cursados na UNIPAMPA ou em outras IES, desde que aprovados pela Comissão do Curso e não previstos na matriz curricular do curso nem no respectivo Projeto Político-Pedagógico;
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 na área da pesquisa;
III - Publicação de artigos em jornais de circulação local, regional e nacional;
IV - Publicação de artigo científico em revistas e/ou anais de congressos na área da pesquisa;
V - Publicação de livro e/ou capítulo de livro na área da pesquisa;
VI - Participação, como ouvinte, em eventos (seminários, simpósios, congressos, semanas acadêmicas, palestras, entre outros) na área da pesquisa em temas afins ao Curso;
VII - Apresentação de trabalhos em eventos (seminários, simpósios, congressos, semanas acadêmicas, entre outros) na área da pesquisa em temas 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) na área da extensão em temas afins ao Curso;
VI - Apresentação de trabalhos em eventos (seminários, simpósios, congressos,

semanas acadêmicas, entre outros) na área da extensão em temas afins ao Curso;
VII - Organização de eventos;
VIII - Participação como conferencista em eventos (conferências, palestras, mesas redondas, entre outros) na área da extensão em temas 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 na área da extensão em temas afins ao 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 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.

PARÁGRAFO ÚNICO – 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.

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

PARÁGRAFO ÚNICO – O discente deverá seguir as normas da Secretaria Acadêmica para o cumprimento dos prazos, apresentação de comprovantes e demais procedimentos.

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 – Este regulamento entrará em vigor a partir da aprovação e aplicação no Projeto Político-pedagógico do Curso de Relações Públicas.

APÊNDICE M – AVALIAÇÃO DO CURSO PELOS DISCENTES

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS
AVALIAÇÃO DO CURSO PELOS DISCENTES

AVALIAÇÃO DISCENTE DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

1) Você considera que o projeto político-pedagógico (estrutura curricular; projetos de ensino, pesquisa e extensão e atividades complementares) é:
( ) Plenamente Satisfatório ( ) Satisfatório ( ) Insuficiente
Considerações:
_____

2) As suas expectativas em relação aos componentes curriculares 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/concorreram com o conteúdo de outros componentes curriculares

3) Como 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) ( ) Moodlec) ( ) Redes Sociais d) ( ) Atendimento

6) Quais canais ainda não são utilizados e que você considera importante que sejam criados?

_____

7) Suas expectativas em relação ao curso estão sendo contempladas?
( ) Sim ( ) Não ( ) Parcialmente
Justifique:

_____

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

_____

9) Você considera a participação, envolvimento e comprometimento discente de sua turma:
( ) Plenamente Satisfatório ( ) Satisfatório ( ) Insuficiente
Considerações:

_____

10) Como 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)Nas opções abaixo, marque aquelas que a formação em Relações Públicas 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 N - NORMAS DO ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS – DA UNIPAMPA

DA CARACTERIZAÇÃO DO ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO OBRIGATÓRIO

1. O Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório será regido por regras continuamente revisadas e aperfeiçoadas pelo Colegiado do Curso de Relações Públicas, em conformidade com a legislação vigente - Lei Federal nº 11.788, de 25 de setembro de 2008**,** com a Resolução nº 20, de 26 de novembro de 2010 da UNIPAMPA, com a Orientação Normativa nº 04 de 04 de julho de 2014 do MPOG, e com a Resolução nº 29 de 28 de abril de 2011 da UNIPAMPA, sobre as Normas Acadêmicas de Graduação.

2. O Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório tem carga horária total de 210 horas e integra o currículo do Curso de Relações Públicas da UNIPAMPA. Como o curso é noturno, é importante frisar que o sábado é considerado dia letivo e pode ser utilizado para este componente curricular.

3. O Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório será ofertado em dois módulos: no 5º e sexto semestre letivo, com carga horária de 105 horas em cada, ou seja, serão sete créditos em cada semestre, totalizando 14 créditos de estágio. O pré-requisito para fazer o estágio é componente curricular de Planejamento de Comunicação. Para fazer o estágio II é preciso I. Para fazer o estágio II é preciso ter concluído o I.

4. É vedado convalidar como Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório a prestação de serviços:

a) que não seja compatível com as funções profissionais de relações públicas;

b) que caracterize a substituição indevida de profissional formado;

c) que seja realizado sem Convênio de Estágio e em ambiente de trabalho sem a presença de um profissional da área de comunicação;

d) que seja realizado sem supervisão docente.

5. É vedado convalidar como Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório os trabalhos laboratoriais feitos durante o Curso.

DO TERMO DE COMPROMISSO DE ESTÁGIO

6. O Convênio de Estágio será firmado entre as instituições profissionais e a UNIPAMPA a partir de instrumento legal regulamentado pela legislação vigente e da

7. Os Termos de Compromisso de Estágio devem ser assinados pelo Coordenador Acadêmico, o Estudante e a Parte Concedente e serão revisados sempre que se fizer necessário, segundo avaliação de qualquer das partes.

8. O Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório poderá ser realizado em empresas, organizações governamentais e não governamentais, sindicatos, associações ou em setores da própria Instituição de Ensino, com projetos de ensino, extensão, ensino e gestão; em veículos autônomos ou assessorias de comunicação ou de relações públicas, agências de relações públicas e de publicidade e propaganda, produtoras culturais e organizações da mesma natureza desde que:

a) tenham convênio assinado com a UNIPAMPA;

b) tenham profissionais de comunicação contratado;

c) estejam sediadas em São Borja.

DOS OBJETIVOS DO ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO OBRIGATÓRIO

9. O estágio curricular supervisionado obrigatório tem como objetivos:

a) inserir o acadêmico de Relações Públicas no cotidiano da profissão, acionando conhecimentos adquiridos na academia;

b) consolidar práticas de desempenho profissional inerentes ao perfil do formando;

c) estabelecer relações entre mercado de trabalho e ambiente acadêmico.

DO FUNCIONAMENTO DO ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO

10. O estágio curricular supervisionado contará com um Coordenador de Estágio, integrante do corpo docente do Curso de Relações Públicas da UNIPAMPA.

11. O estágio curricular supervisionado contará com um supervisor de estágio na instituição profissional, com formação em curso superior na área de Comunicação Social.

DAS COMPETÊNCIAS DO COORDENADOR DE ESTÁGIO

12. O coordenador de estágio será indicado pela Comissão de Curso.

13. Cabe ao coordenador de estágio:

a) prospectar concedentes e solicitar concessão de estágio em instituições

profissionais capacitadas a receberem estagiários, de acordo com os itens 8 e 9 destas normas;
b) organizar os cronogramas de atividade semestral do estágio curricular supervisionado;
c) atender as demandas das instituições profissionais em caso de dúvidas ou dificuldades com os acadêmicos estagiários;

d) fazer o seguro, junto ao órgão competente, no caso dos acadêmicos que estiverem em atividade fora do âmbito da UNIPAMPA.

e) orientar as atividades do estagiário;

f) avaliar o estagiário.

DAS COMPETÊNCIAS DO ALUNO ESTAGIÁRIO

14. Cabe ao aluno:

a) contatar as Instituições Profissionais[15] para a realização do estágio, solicitando documento de aceite;

b) realizar, presencialmente, o estágio;

c) comparecer aos encontros de orientação agendados pelo Professor Orientador de Estágio e elaborar o Relatório Final de Estágio;

d) entregar o Relatório Final de Estágio no prazo estipulado ao Professor Orientador de Estágio no final das atividades de estágio;

e) respeitar as normas da Instituição Profissional que o recebe, e respeitar os limites da ética estabelecida pela profissão.

DAS COMPETÊNCIAS DA INSTITUIÇÃO PROFISSIONAL CONVENIADA

15. Cabe à Instituição Profissional:

a) destinar ambiente de trabalho pertinente ao aluno estagiário, com ventilação e iluminação adequada, computador, mesa e cadeira;

b) nomear um profissional de Relações Públicas para atuar como Supervisor de Estágio;

c) esclarecer o aluno estagiário quanto às suas funções e dar ciência das normas que

[15] Cabe à coordenação e/ou comissão de Estágio – delegada pelo Colegiado do curso– fazer contato prévio com as instituições para fazer o convênio.

regem as atividades na instituição;

d) enviar ao Coordenador de Estágios, no início do semestre, o aceite de estágio;

e) enviar ao Coordenador de Estágios, no final do semestre, ficha de avaliação do aluno.

DOS MECANISMOS E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

16. A Avaliação de Estágio será composta pelo Relatório Final do Supervisor de Estágio e pelo Relatório Final do Aluno Estagiário. Os documentos serão analisados pelo Coordenador de Estágios, que terá a competência de Avaliação Final do aluno estagiário e deverá computar o registro de avaliação como aprovado ou reprovado.

17. O Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório não terá exame e/ou prova de recuperação.

18. O não comparecimento do aluno em 75% das horas presenciais de Estágio, conforme avaliação do Supervisor de Estágio e do Professor Orientador de Estágio, acarretará em reprovação, por frequência, do Aluno Estagiário.

DAS OUTRAS COMPETÊNCIAS

19. Cabe ao Colegiado do Curso revisar e aperfeiçoar, quando necessário, o regulamento do Estágio Curricular Supervisionado.

20. Os casos omissos neste regulamento são decididos pela Comissão de Estágios em primeira instância, em consonância com a legislação.

Este Documento foi examinado e aprovado pela Comissão de Curso.
Em: 08_/09/ 2015.

_____
Coordenador do Curso de Relações Públicas

APÊNDICE O- CARTA DE APRESENTAÇÃO DE ESTÁGIO

Ministério da Educação

Universidade Federal do Pampa

Coordenação do Curso de Relações Públicas

CARTA DE APRESENTAÇÃO

Prezado Senhor,

Pelo presente, encaminho o (a) aluno (a) _____ _____, matrícula _____, discente no curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa. O (a) aluno (a) está matriculado no componente curricular na disciplina Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório e habilitado para requerer vaga de estágio em sua empresa, conforme normas do convênio firmado com a UNIPAMPA. Na condição de Coordenador de Estágio, solicito avaliação do pedido do aluno e manifestação sobre seu aceite, na medida de suas possibilidades.

Lembro que o Estágio Curricular é oferecido na UNIPAMPA como dois componentes curriculares obrigatórios, de 105 horas cada, totalizando 210 horas. Esse é o encargo máximo que pode ser atribuído ao estagiário por conta do aceite desta proposta. A empresa deve disponibilizar profissional Relações Públicas para acompanhamento e orientação das atividades de estágio.

Certo de sua atenção, despeço-me.

_____

nome

Coordenação de Estágios
Curso de Relações Públicas
Universidade Federal do Pampa
São Borja, ___ de _____ de ____.

ANEXOS

ANEXO A

MATRIZ DE APROVEITAMENTO ATIVIDADES COMPLEMENTARES DE GRADUAÇÃO

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
	Componentes Curriculares Cursados na Unipampa ou em outras IES	100
	Monitorias de disciplinas	80
	Participação em Projetos de Ensino	80
	Participação em projetos de extensão	80
	Estágios não obrigatórios	100

Extensão	Organização de eventos (sociais, culturais, científicos)	80
	Participação como conferencista em eventos da área do curso (conferência, palestras, mesa redonda, mini curso, congressos, seminários, semanas acadêmicas)	80
	Participação, como ouvinte, em eventos	60
	Apresentação de trabalhos em eventos (seminários, simpósios, congressos, semanas acadêmicas, entre outros)	80
	Representação discente em órgãos colegiados	60
	Organização e ministração de cursos e/ou mini-cursos	100
	Trabalho voluntário em organizações da sociedade civil ou organizações não governamentais	100
	Representação discente em diretórios acadêmicos	100
	Participação em cursos de extensão de área de interesse do curso	60
	Participação, como bolsista, em atividades de iniciação ao trabalho técnico-profissional e de gestão acadêmica	100
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

REQUERIMENTO DE VALIDAÇÃO DE ATIVIDADES CURRICULARES COMPLEMENTARES (ACG) – CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

NOME DO ALUNO:	
SEMESTRE:	**MATRÍCULA:**

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

GRUPOS: **I – Ensino** **II – Pesquisa** **III- Extensão** **IV – Gestão e outros**	**ATIVIDADES CURRICULARES COMPLEMENTARES DE GRADUAÇÃO**	**INÍCIO**	**TÉRMINO**	**CARGA HORÁRIA**
TOTAL DA CARGA HORÁRIA				

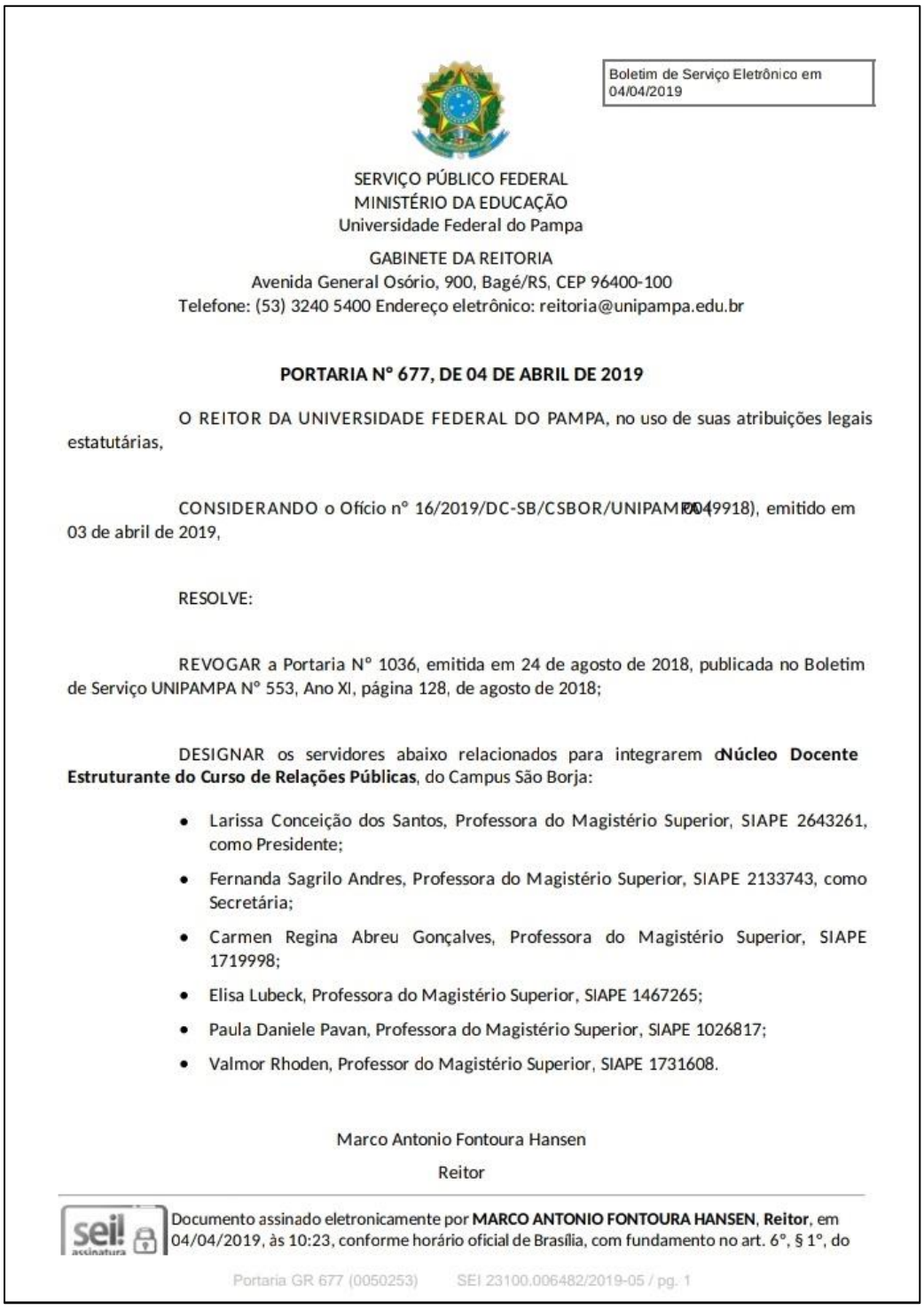
COMISSÃO DE ACG:	**CARGA HORÁRIA APROVADA:**
COORDENADOR DO CURSO:	**DATA:**

MARCA DA AGÊNCIA EXPERIMENTAL

O ponto central (foco) é o elemento que remete a um balão de diálogo onde a sigla se encontra dentro dele fazendo alusão a ideias, pensamentos e projetos a serem realizados pelo curso de ‘RP’ Ênfase em ‘PC’, como também enfatiza a letra "a" para reforçar o maior objetivo da marca, ilustrar e mostrar a primeira e mais nova Agência de Relações Públicas e Produção Cultural da UNIPAMPA.

Esta criação contém unicidade e continuidade do padrão das artes que estão sendo elaboradas para o Curso de relações públicas, pelas cores utilizadas como também das linhas pontilhadas formando novamente a letra ’a’, dando finalização e acabamento a todo processo de conhecimento e ideias dentro do balão.

ANEXO C – PORTARIA DE NOMEAÇÃO DO NDE DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS



Boletim de Serviço Eletrônico em 04/04/2019

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Universidade Federal do Pampa

GABINETE DA REITORIA
Avenida General Osório, 900, Bagé/RS, CEP 96400-100
Telefone: (53) 3240 5400 Endereço eletrônico: reitoria@unipampa.edu.br

PORTARIA Nº 677, DE 04 DE ABRIL DE 2019

O REITOR DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA, no uso de suas atribuições legais estatutárias,

CONSIDERANDO o Ofício nº 16/2019/DC-SB/CSBOR/UNIPAMPA (0049918), emitido em 03 de abril de 2019,

RESOLVE:

REVOGAR a Portaria Nº 1036, emitida em 24 de agosto de 2018, publicada no Boletim de Serviço UNIPAMPA Nº 553, Ano XI, página 128, de agosto de 2018;

DESIGNAR os servidores abaixo relacionados para integrarem o **Núcleo Docente Estruturante do Curso de Relações Públicas**, do Campus São Borja:

- Larissa Conceição dos Santos, Professora do Magistério Superior, SIAPE 2643261, como Presidente;
- Fernanda Sagrilo Andres, Professora do Magistério Superior, SIAPE 2133743, como Secretária;
- Carmen Regina Abreu Gonçalves, Professora do Magistério Superior, SIAPE 1719998;
- Elisa Lubeck, Professora do Magistério Superior, SIAPE 1467265;
- Paula Daniele Pavan, Professora do Magistério Superior, SIAPE 1026817;
- Valmor Rhoden, Professor do Magistério Superior, SIAPE 1731608.

Marco Antonio Fontoura Hansen

Reitor

Documento assinado eletronicamente por **MARCO ANTONIO FONTOURA HANSEN**, **Reitor**, em 04/04/2019, às 10:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do

Portaria GR 677 (0050253) SEI 23100.006482/2019-05 / pg. 1

ANEXO D

Componentes Curriculares complementares de Graduação possíveis de serem cursadas em Jornalismo da Unipampa

NOVA MATRIZ CURRICULAR DO CURSO DE JORNALISMO Vigência a partir de 2014					
N	**Código**	**Nome do Componente Curricular 1º semestre**	**TIPO**	**T - P** ***	**CH****
01	SB0182	Fundamentos de Jornalismo	OBR	(4-0)	60
02	SB0183	Comunicação e Conjuntura Contemporânea	OBR	(4-0)	60
03	SB0184	Redação Jornalística I	OBR	(2-2)	60
04	SB0185	Técnicas de Produção Jornalística	OBR	(2-2)	60
05	SB0186	Introdução à Fotografia	OBR	(2-2)	60
06	CCCG	Componente Curricular Complementar de Graduação	COMP	-x-	30
Carga Horária total do semestre				**22 créd.**	**330h**
		2º semestre			
09	SB0187	Comunicação e Cultura	OBR	(2-0)	30
10	SB0188	Redação Jornalística II	OBR	(2-2)	60
11	SB0189	Comunicação Digital	OBR	(4-0)	60
12	SB0190	Radiojornalismo I	OBR	(2-2)	60
13	SB0191	Introdução ao Pensamento Científico	OBR	(2-0)	30
Carga Horária total do semestre				**24 créd.**	**360h**
		3º semestre			

14	SB0192	Teorias do Jornalismo	OBR	(4-0)	60
15	SB0198	Fotojornalismo	OBR	(1-3)	60
16	SB0194	Planejamento Visual em Jornalismo	OBR	(2-2)	60
17	SB0195	Redação Jornalística III	OBR	(2-2)	60
18	SB0196	Jornalismo Digital I	OBR	(2-2)	60
19	SB0197	Radiojornalismo II	OBR	(1-3)	60
20	CCCG	Componente Curricular Complementar de Graduação	COMP	-x-	30
Carga Horária total do semestre				**26 créd.**	**390h**
		4º semestre			
22	SB0199	Produção de Jornal	OBR	(1-3)	60
23	SB0200	Editoração em Jornalismo	OBR	(1-3)	60
24	SB0201	Telejornalismo I	OBR	(2-2)	60
25	SB0202	Jornalismo Digital II	OBR	(1-3)	60
26	SB0203	Radiojornalismo III	OBR	(1-3)	60
27	CCCG	Componente Curricular Complementar de Graduação	COMP	-x-	30
Carga Horária total do semestre				**26 créd.**	**390h**
		5º semestre			
28	SB0204	Comunicação e Fronteira	OBR	(2-2)	60
29	SB0205	Produção de Revista	OBR	(1-3)	60
30	SB0206	Jornalismo Especializado	OBR	(1-3)	60
31	SB0207	Telejornalismo II	OBR	(1-3)	60
32	SB0208	Assessoria de Comunicação	OBR	(2-2)	60

33	CCCG	Componente Curricular Complementar de Graduação	COMP	-x-	60
Carga Horária total do semestre				**24 créd.**	**360h**
		6º semestre			
35	SB0210	Legislação e Ética em Jornalismo	OBR	(4-0)	60
36	SB0211	Produção Multiplataforma em Jornalismo I	OBR	(2-2)	60
37	SB0212	Telejornalismo III	OBR	(1-3)	60
38	SB0213	Empreendedorismo em Comunicação	OBR	(2-2)	60
39	CCCG	Componente Curricular Complementar de Graduação	CCCG	-x-	60
Carga Horária total do semestre				**24 créd.**	**360h**
		7º semestre			
40	SB0214	Produção Multiplataforma em Jornalismo II	OBR	(1-3)	60
41	SB0215	Trabalho de Conclusão de Curso I	OBR	(4-6)	150
42	Estágio	Estágio Supervisionado em Jornalismo I	Estágio	(0-7)	105
Carga Horária total do semestre				**14 créditos+ 105h estágio (7 créditos)**	**315h**
		8º semestre			
43	SB0217	Trabalho de Conclusão de Curso II	OBR	(2-8)	150
44	Estágio	Estágio Supervisionado em Jornalismo II	Estágio	(0-7)	105
Carga Horária total do semestre				**10 créditos+ 105hestágio (7créditos)**	**255h**

ANEXO E

Componentes Curriculares complementares de Graduação possíveis de serem cursadas em Curso de Publicidade e Propaganda da Unipampa

1º semestre	Créditos (T – P)	Carga horária
Eixo Academia/Pesquisa		
Laboratório de Experimentações Textuais I	4 (2 – 2)	60h
Eixo Profissão/Mercado		
Tendências e Experimentações Criativas	4 (2 – 2)	60h
Fundamentos da Publicidade e da Propaganda	4 (3 – 1)	60h
Fundamentos de Marketing	2 (2 – 0)	30h
Eixo Sociais& Humanidades		
TOTAL	**22 (18 – 4)**	**360h**

2º semestre	Créditos (T – P)	Carga horária
Eixo Academia/Pesquisa		
Laboratório de Experimentações Textuais II	4 (2 – 2)	60h
Eixo Profissão/Mercado		
Planejamento de Marketing	4 (2 – 2)	60h
Introdução à Linguagem Audiovisual	2 (2 – 0)	30h
Produção Gráfica	2 (2 – 0)	30h
Eixo Sociais& Humanidades		
Estética e História da Arte	2(1 – 1)	30h
Sociologia da Comunicação	2 (2 – 0)	30h
TOTAL	**24 (17 – 7)**	**360h**

3º semestre	Créditos (T – P)	Carga horária
Eixo Academia/Pesquisa		
Eixo Profissão/Mercado		
Redação Publicitária: Impresso e Rádio	2 (1 – 1)	30h
Introdução à Fotografia	4 (2 – 2)	60h
Atendimento e Planejamento Publicitário	4 (2 – 2)	60h
Produção Eletrônica em Áudio Publicitário	4 (2 – 2)	60h
Direção de Arte I	2 (1 – 1)	30h
Eixo Sociais& Humanidades		
Legislação Publicitária	2 (2 – 0)	30h
TOTAL	**22 (14 – 8)**	**330h**

4º semestre	Créditos (T – P)	Carga horária
Eixo Academia/Pesquisa		
Produção de Sentido na Publicidade	4 (4 – 0)	60h
Eixo Profissão/Mercado		
Redação Publicitária: Audiovisual	2 (1 – 1)	30h
Gestão de Contas	2 (1 – 1)	30h
Fotografia Publicitária	4 (2 – 2)	60h
Direção de Arte II	2 (1 – 1)	30h
Produção Eletrônica em Vídeo Publicitário	4 (2 – 2)	60h
Eixo Sociais& Humanidades		
Fundamentos da Psicologia	4 (4 – 0)	60h
TOTAL	**22 (15 – 7)**	**330h**

5º semestre	Créditos (T – P)	Carga horária
Eixo Academia/Pesquisa		
Comunicação Digital	4 (2 – 2)	60h
Eixo Profissão/Mercado		
Marketing de Varejo e Promoção de Vendas	2 (1 – 1)	30h
Planejamento e Pesquisa de Mídia	4 (2 – 2)	60h
Pesquisa de Opinião e Mercado	4 (2 – 2)	60h
Eixo Sociais& Humanidades		
Estudos sobre Consumo	4 (4 – 0)	60h
Realidade Socioeconômica e Política da América Latina	2 (2 – 0)	30h
TOTAL	**20 (13 – 7)**	**300h**

6º semestre	Créditos (T – P)	Carga horária
Eixo Academia/Pesquisa		
-	-	-
Eixo Profissão/Mercado		
Programação Visual e Gestão de Marcas	4 (2 – 2)	60h
Agência I	8 (2 – 6)	120h
Produção paraWeb e Marketing Digital	2 (1 – 1)	30h
Eixo Sociais& Humanidades		
Comunicação, Cultura e Ideologia	4 (4 – 0)	60h
Políticas de Comunicação e Realidade de Fronteira	2 (2 – 0)	30h
TOTAL	**20 (11 – 9)**	**300h**

7º semestre	Créditos (T – P)	Carga horária
Eixo Academia/Pesquisa		
Trabalho de Conclusão de Curso I: Projeto	4 (4 – 0)	60h
Eixo Profissão/Mercado		
Administraçãoem Publicidade e Propaganda	2 (2 – 0)	30h
Agência II	8 (2 – 6)	120h
Eixo Sociais& Humanidades		
Projeto de Extensão em Comunicação	4 (4 – 0)	60h
TOTAL	**18 (12 – 6)**	**270h**

8º semestre	Créditos	Carga horária
Eixo Academia/Pesquisa		
Trabalho de Conclusão de Curso II: Monografia	4 (4 – 0)	60h
Eixo Profissão/Mercado		
Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda	4 (0 – 4)	60h
Eixo Sociais& Humanidades		
-	-	-
TOTAL	**8 (4 – 4)**	**120h**