

Ministério da Educação

Universidade de Brasília - UnB
Faculdade de Comunicação -
FAC Curso: Comunicação Social
(noturno)

Habilitação: Comunicação Organizacional

Projeto Pedagógico de Curso - PPC Comunicação Social
Habilitação: Comunicação Organizacional

Sumário

1. Apresentação	3
1.1. Quadro-Resumo	4
1.2. Objetivos de criação	4
1.3. Sobre o currículo	5
1.4. Objetivos do Curso	6
1.5. Metodologia	6
1.6. Políticas Institucionais do Curso	7
1.7. Apoio ao discente	7
1.8. Educação das relações étnico-raciais	10
1.9. Educação Ambiental	10
1.10. Direitos Humanos	10
1.11. Acessibilidade	11
1.12. Uso de TICs no Curso	11
1.13. Conceito de currículo	11
1.14. Nova metáfora	12
1.15. Estratégia de concepção do currículo	12
1.16. Princípios	14
2. Diretrizes Curriculares	15
2.1. Introdução	15
2.2. Perfil dos Formandos	16
a) Perfil Comum	16
b) Perfil Específico	17
3. Competências e Habilidades	18
4. Conteúdos Curriculares	18
5. Estágios e Atividades Complementares	19
6. Trabalho de Conclusão de Curso	22
7. Estrutura do Curso	22
8. Acompanhamento e Avaliação	24
9. ANEXOS	27
Regulamento do curso	
Fluxograma	
Regulamento do TCC	
Resolução de Estágio	
Resolução Atividades Complementares	
Equivalências de Disciplinas	
Ementas	
Docentes	
Regimento NDE	
Ato de criação NDE	
Composição NDE	

1. APRESENTAÇÃO

1.1 Quadro- Resumo

Denominação	COMUNICAÇÃO SOCIAL
Curso/opção SIGRA	1473 opção 8362 - COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL
Código EMEC	1140062
Grau	Bacharelado
Modalidade	Presencial
Turno	Noturno
Titulação conferida	Bacharel em Comunicação Social - habilitação em Comunicação Organizacional
Unidade Acadêmica	Faculdade de Comunicação
Carga Horária	2790 horas
Total de Créditos	186 créditos
Créditos das disciplinas obrigatórias	130 créditos
Créditos de TCC	10 créditos - 150 horas
Créditos das disciplinas optativas	Até 56 créditos - 840 horas

Atividades Complementares	Até 10 créditos em extensão e até 10 créditos em atividades complementares (150 horas cada)
Créditos das disciplinas de Módulo Livre	Até 24 créditos - 360 horas
Vagas (semestre/ano)	40 vagas por semestre (80 vagas anuais)
Limite máximo de permanência	14 semestres
Limite mínimo de permanência	8 semestres
Mínimo de créditos por semestre	14 créditos
Máximo de créditos por semestre	26 créditos por semestre
Local de oferta	Campus Darcy Ribeiro
Situação legal de criação	O curso foi criado em 26 de agosto de 2011, na 381ª reunião do Conselho Universitário da UnB, Resolução CONSUNI nº 17/2011
Situação legal de reconhecimento	Renovação de reconhecimento de curso, por meio da portaria 299 de 14/04/2015.

1.2. Objetivos de criação

No decorrer de 2008 e princípio de 2009 foram realizadas discussões entre professores da FAC, com a participação de representantes de estudantes, sobre a implantação do curso noturno em Comunicação, no âmbito do REUNI. Nessas discussões, foi amplamente majoritária a posição de que a Faculdade não deveria simplesmente repetir no curso noturno as três habilitações (Jornalismo, Publicidade e Audiovisual) ou mesmo apenas uma das habilitações do curso diurno, mas criar uma nova habilitação. Ficou definido que o curso noturno teria um projeto pedagógico semelhante ao das habilitações diurnas, para manter a homogeneidade do ensino na Faculdade como um todo. Assim, há no curso de Comunicação Organizacional conjuntos de disciplinas teóricas relacionadas às áreas de conhecimento da Comunicação, às teorias e práticas do Jornalismo, da Publicidade e Propaganda, do Audiovisual e de Relações Públicas, assim como disciplinas relacionadas ao planejamento e gestão da Comunicação em

organizações públicas, privadas e do terceiro setor.

As discussões que resultaram na proposta do curso noturno partiram do princípio de que há uma demanda crescente na sociedade por profissionais que, além de uma boa formação teórica e técnica, sejam capazes de planejar, formular estratégias e gerir projetos de Comunicação em consonância com a responsabilidade social e as questões éticas. A denominação Comunicação Organizacional para o novo curso foi escolhida tendo em vista que expressa hoje no Brasil, Estados Unidos e países europeus, entre outros, as atribuições, funções e técnicas de Comunicação utilizadas por organizações, empresas e instituições públicas, privadas e do terceiro setor. Trata-se de um campo de conhecimento profissional, com suas teorias e técnicas, que também se consolidou como campo de pesquisa acadêmica. Dessa forma, o currículo do novo curso tem uma série de disciplinas relacionadas ao campo geral da Comunicação, outras específicas de Comunicação Organizacional e um terço do currículo é formado por disciplinas optativas e de módulo livre, para que o estudante possa construir sua formação acadêmica complementar por conta própria, cursando, para isso, disciplinas optativas do próprio curso noturno, das habilitações diurnas da FAC ou outras unidades da UnB. Entendemos, assim, que o curso de Comunicação Organizacional está em sintonia com uma realidade do mercado profissional e acadêmico e é, inclusive, o primeiro curso regular de graduação com esta denominação no país. Para elaborar o projeto pedagógico, a grade curricular, bibliografia, ementas e programas das disciplinas do curso noturno a FAC contou com o apoio e participação dos professores e pesquisadores do seu quadro e com profissionais e pesquisadores da área.

1.3. Sobre o currículo

O currículo da habilitação Comunicação Organizacional, do curso de Comunicação Social Noturno, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, foi elaborado, portanto, com base no projeto pedagógico do curso de Comunicação diurno e suas três habilitações de então (Audiovisual, Jornalismo e Publicidade e Propaganda).

O projeto pedagógico tem a opção por uma formação que pressupõe a criação de um espaço coletivo de reflexão, crescimento e descoberta. Em linhas gerais, o trabalho teve como referência os *saberes necessários à prática educativa*, especialmente formulados na Pedagogia da Autonomia, de Paulo Freire. Uma das suas fortes marcas é o diálogo, seja do curso com a sociedade, dos docentes,

técnicos e discentes, das habilitações e cursos da FAC, do ensino, pesquisa e extensão e dos aspectos teóricos e práticos das disciplinas.

A denominação Comunicação Organizacional é a que melhor reflete as bases epistemológicas deste subcampo da Comunicação Social, se enquadrando naturalmente às Diretrizes Curriculares do Ministério da Educação, que busca manter um “padrão básico de referência para todas as instituições que mantenham Cursos de Graduação em Comunicação com habilitações em Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Cinema, Radialismo, Editoração, ou outras habilitações pertinentes ao campo da Comunicação que venham a ser criadas.” E que refere-se a uma área específica do saber, com tradição acadêmica consolidada e multidisciplinar, com o mérito de compreender a Comunicação em uma perspectiva técnica, estratégica e ético-política.

1.4 Objetivos do Curso

Formar profissionais e pesquisadores capazes de planejar, formular estratégias e gerir projetos de Comunicação em consonância com a responsabilidade social e as questões éticas, com conhecimentos adequados para atender aos desafios das atividades de Comunicação em Organizações públicas, privadas e do Terceiro Setor.

1.5 Metodologia de criação do curso

De forma geral, a metodologia para a criação do currículo do novo curso seguiu as seguintes etapas:

a) Diálogo com docentes e estudantes de Comunicação e com profissionais e pesquisadores da área de Comunicação Organizacional, para identificar carências e demandas sociais. Tentou-se responder à questão: Por que o novo curso é necessário?

b) Observação das grades curriculares de Jornalismo, Publicidade e Audiovisual para identificar similares e contribuições. Tentou-se responder à questão: Como o novo curso pode dialogar com as habilitações já existentes na FAC, complementando-as e sendo por elas complementado?

c) Desde a formação da primeira turma, são feitas consultas aos egressos. O curso está, portanto, em permanente construção. A pergunta é: O curso correspondeu às suas expectativas e o que falta para melhorá-lo?

d) Uma leitura transversal do curso realizada pelo Núcleo Docente estruturante e presente nas reuniões do Colegiado permite responder a seguinte

questão: De que forma as disciplinas dialogam entre si, de forma a superar a falsa dicotomia entre teoria e prática e construir um curso mais orgânico?

As respostas a essas informações subsidiam a criação dos planos de ensino, a realização de eventos como aulas inaugurais e semanas de Comunicação Organizacional.

1.6 Políticas Institucionais no Âmbito do Curso

No que se refere às políticas institucionais no Curso de Comunicação Organizacional, é necessário observar que o Curso está em consonância com as políticas da Universidade de Brasília. Entre tais políticas, vale destacar: a Criação do Fórum de Planejamento Estratégico na Graduação, que visa debater e construir políticas para diminuir a evasão e a retenção e incentivar a valorização e a inovação na docência, com ampla participação da coordenação do curso e com oferta de monitorias remuneradas voltadas para disciplinas com demandas específicas, tais como as laboratoriais. Neste âmbito, o curso também construiu suas próprias políticas para a redução da evasão, com a identificação dos estudantes afastados e o estímulo a que retomem seus estudos com o acompanhamento da coordenação e da chefia departamental. Outra política é a publicação de livros didáticos, que já se encontra no segundo volume, com o apoio de editais da UnB.

A retomada da política de acesso de Indígenas na UnB, com política de acompanhamento, já se encontra em aplicação no curso de Comunicação Organizacional, o qual disponibiliza duas vagas por semestre para estudantes indígenas, a partir do segundo semestre de 2018.

1.7 Apoio ao Discente

Para implementação das políticas institucionais, existe o apoio ao discente do curso de Comunicação Organizacional que conta com programas de apoio pedagógico e financeiro ao estímulo e à permanência; à organização estudantil; ao acompanhamento dos egressos; promovidos pelo Decanato de Assuntos Comunitários - DAC, tais como:

1) Programa Bolsa Alimentação: gratuidade das refeições servidas pelo RU (café da manhã, almoço e jantar) aos estudantes participantes dos Programas de Assistência Estudantil (PPAES).

2) Programa Auxílio Socioeconômico: concessão mensal de um auxílio financeiro de R\$ 465,00 com a finalidade de minimizar as desigualdades sociais

entre os estudantes, contribuir para a permanência e a diplomação dos discentes em situação de vulnerabilidade socioeconômica.

3) Programa Bolsa Permanência do Ministério da Educação - MEC: ação do Governo Federal de concessão de auxílio financeiro a estudantes matriculados em instituições federais de ensino superior em situação de vulnerabilidade socioeconômica, para estudantes indígenas e também quilombolas - seu valor é R\$ 900,00. Programa Auxílio Emergencial: destinado aos estudantes que se encontram em situação de vulnerabilidade socioeconômica inesperada e momentânea e que, prioritariamente, não estejam inseridos em Programas de Assistência Estudantil da Universidade.

4) Programa Moradia Estudantil - destinado aos estudantes em situação de vulnerabilidade socioeconômica regularmente matriculados em disciplinas dos cursos presenciais de graduação, cujas famílias residam fora do Distrito Federal - DF e não possuam imóveis no DF. Este programa oferece: a) vaga em apartamento na Casa do Estudante Universitário; b) concessão mensal de auxílio financeiro no valor de R\$ 530,00 quando não houver disponibilidade de vagas.

5) Editais publicados pela Diretoria da Diversidade - DIV para contemplar estudantes em situação de vulnerabilidade com a finalidade de inseri-los em atividades de ensino, pesquisa e extensão.

6) Editais de Fomento à Arte e à Cultura e Programas de Oficinas Comunitárias. Para estimular o desenvolvimento de atividades que possibilitem a integração da comunidade discente. Além dos editais de arte e cultura, são concedidos auxílios, por meio dos Centros Acadêmicos, para que os estudantes participem de encontros acadêmicos nacionais e regionais.

7) Programa de Acesso à Língua Estrangeira: disponibiliza até duas vagas por turma aos estudantes em situação de vulnerabilidade socioeconômica, com isenção de mensalidades.

8) Vale-Livro: oferece ao estudante participante dos programas de assistência estudantil cinco vales em cada semestre letivo, que dão direito a 10% de desconto, além do desconto de 20% já oferecido aos demais estudantes da Universidade, na compra de materiais editados pela Editora UnB.

9) Programa de Apoio às Pessoas com Necessidades Especiais (PPNE), que tem como objetivo estabelecer uma política permanente de atenção às pessoas com necessidades especiais e assegurar sua inclusão na vida acadêmica, por meio da igualdade de oportunidades e condições adequadas de permanência. Para isso, são realizadas parcerias, cursos e palestras para a comunidade interna e externa

à UnB.

10) Destacam-se, ainda, as seguintes ações vinculadas ao Decanato de Ensino de Graduação - DEG: 1) Implantação do programa de acolhimento aos estudantes - acolhimento aos estudantes na ocasião do registro do calouro: palestras, distribuição de agendas, atividades de apresentação da Instituição, projetos de criação de aplicativos, preparação do guia do calouro em formato digital, com links para a página do calouro, entre outros. Ademais, lançamento do edital Projeto Raízes, que prevê o acolhimento e acompanhamento dos estudantes oriundos de contextos culturais específicos: comunidades indígenas e alunos estrangeiros refugiados ou ingresso pelo Programa de Estudantes-Convênio de Graduação (PEC-G). 2) Programa de monitoria; programa de tutoria; auxílio para participação de alunos de graduação em eventos nacionais e auxílio para participação de alunos de graduação em eventos internacionais. 3) Reestruturação do apoio psicopedagógico - apoio acadêmico e de orientação psicoeducacional, visando contribuir de forma mais efetiva para a construção coletiva do desenvolvimento acadêmico integral do estudante. 4) Reintegração de ex-alunos - realizada em fluxo contínuo. 5) Apoio à atuação dos estudantes junto às organizações representativas de seus cursos que proporciona o aprendizado prático da necessidade de convivência com as diferenças e da importância do respeito ao próximo, auxiliando no desenvolvimento do sentimento de participação ativa e pertencimento à comunidade universitária. 6) Estímulo à prática de esporte. Reunir as pessoas que se dedicam à prática de uma modalidade esportiva cria um senso de pertencimento e propicia a formação de laços de amizade que são cruciais para o bem-estar dos membros da comunidade universitária. Ressalta-se também que a/o coordenador/a, a chefia do departamento, os/as professores/as e técnicos/as acompanham de perto os/as alunos/as em situação de vulnerabilidade e estão sempre disponíveis para ouvir os discentes. Além disso, o curso participa, realiza e propicia o envolvimento dos alunos nas mais diversas atividades acadêmicas com editais para compra de livros, compra de computadores, bolsas de monitoria remunerada e abertura de bolsas de monitoria voluntária, auxílio para a participação de discentes em eventos nacionais e internacionais, transporte para visita de campo na disciplina Comunicação e Sustentabilidade, bolsas para projetos de Iniciação científica (PROiC/PIBIC), contratação de professores substitutos para a saída dos docentes para o pós-doutorado e abertura de 4 vagas anuais para estudantes indígenas.

1.8. Educação das relações étnico-raciais

A Universidade de Brasília oferece, no âmbito da graduação, a disciplina Pensamento Negro Contemporâneo, aberta a estudantes de toda a Universidade e frequentada também por discentes de Comunicação Organizacional. No próprio espaço da Faculdade de Comunicação, é oferecida, em parceria com o Decanato de Extensão, a disciplina Cinema Negro, que possibilita aos discentes contato com obras produzidas por cineastas negros, assim como leituras e debates sobre o tema. Na grade curricular de Comunicação Organizacional, tanto a disciplina Políticas de Comunicação, Sociedade e Cidadania quanto a disciplina Gestão Estratégica para Sociedade abordam as questões raciais, a representatividade dos negros e indígenas na mídia e as possibilidades emancipatórias advindas da Comunicação.

1.9. Educação Ambiental

Em cumprimento a Lei 9.795 de 27/04/1999 e o Decreto 4.281 de 25/06/2002, o curso oferta a disciplina Comunicação e Sustentabilidade, que entra na grade curricular como Tópico Especial, foi ofertada seguidamente por três semestres e envolve discussões como o uso da água, os agrotóxicos, o acesso à terra, os índices abusivos de poluição e as possibilidades de novas leituras midiáticas sobre esses fenômenos. A disciplina Gestão Estratégica para Sociedade aborda a responsabilidade social dos profissionais de Comunicação ao desenvolver, em suas práticas profissionais, tais temáticas. A disciplina de Planejamento e Gestão em Organizações Públicas, Privadas e de Terceiro Setor realizou Observatórios de Comunicação na área de Ciência e Tecnologia e abordou aspectos de Educação Sócio-ambiental.

1.10. Direitos Humanos

A temática de Direitos Humanos está relacionada a pelo menos cinco disciplinas da grade curricular: Ética, Legislação e Responsabilidade Social, Políticas de Comunicação, Sociedade e Cidadania, Gestão Estratégica para Sociedade, Planejamento e Gestão em Marketing e Planejamento e Gestão em Organizações Públicas, Privadas e de Terceiro Setor. Os Direitos Humanos são discutidos em seu viés histórico e político, nas lutas das minorias por sua implementação e nas possibilidades aventadas pela mídia para o seu fortalecimento, sem deixar de apontar as críticas aos meios de comunicação pela falta de representatividade e descuido ao tratar do assunto. Percebe-se, porém, que em outras disciplinas há um esforço de que as práticas profissionais dialoguem

com o terceiro setor e o Estado na defesa desses direitos. Um exemplo é a disciplina Instrumento de Comunicação Organizacional, cuja proposta é fomentar nos estudantes o conhecimento de projetos públicos e de Organizações Não Governamentais vinculados aos Direitos Humanos, com o objetivo de desenvolver produtos e processos comunicacionais para dar visibilidade ao terceiro setor.

1.11. Acessibilidade

A Universidade atende a Lei 13.409 de 28 de dezembro de 2016, que estabelece o sistema de cotas para o acesso de candidatos com deficiência. Além disso, possui o Programa de Apoio às Pessoas com Necessidades Especiais (PPNE), que tem como objetivo estabelecer uma política permanente de atenção às pessoas com necessidades especiais e assegurar sua inclusão na vida acadêmica, por meio da igualdade de oportunidades e condições adequadas de permanência. Para isso, são realizadas parcerias, cursos e palestras para a comunidade interna e externa à UnB.

1.12 - Uso de TICs no curso

As novas tecnologias de Informação e de Comunicação são amplamente utilizadas no curso, pelo menos de quatro formas:

a) Por meio da Plataforma Aprender, disponibilizada pela Universidade de Brasília, como ferramenta de apoio às aulas, para lançamento de bibliografia, postagem de trabalhos, acompanhamento do desempenho dos estudantes etc.

b) Utilização de recursos audiovisuais, como curtas, para discussão de temas pertinentes aos conteúdos das disciplinas;

c) Estímulo à realização de trabalhos que utilizem essas tecnologias;

d) Reflexão sobre o uso das TICs em diversas disciplinas obrigatórias e optativas, que visam a discutir a sua contribuição para atingir os objetivos comunicacionais, as linguagens e a avaliação de resultados, o arcabouço legal que as regula etc.

1.13. Conceito de currículo

O currículo implantado pelo curso de Comunicação Social da FAC em 2003 foi um esforço coletivo. Naquele momento, adotamos referências que alertam que a realização coletiva pressupõe o confronto de expectativas e que a dificuldade está nesse confronto. Para superá-lo, é preciso encontrar um eixo aglutinador a

partir de visões particulares. Para se chegar ao eixo aglutinador é necessário declarar nossa convicção sobre a faculdade, o que implica a publicação de um princípio. O currículo assume papéis diferentes na história, correspondendo a determinado ponto de vista social, cultural e ideológico. Até os anos 70, a inovação baseava-se na autoridade de especialistas. A partir daí surgiu a concepção tecnológica e racionalista, em que a solução dos problemas da escola se dá por meio de controle e procedimentos lógicos que permitem tomar decisões. A rival da *tecnológica* foi a perspectiva *política*, incluindo processos ideológicos e sociais por trás das mudanças. A inovação passa a ser objeto de conflito/compromisso entre os grupos, e a cooperação deve ser conseguida pela negociação, com ênfase no pensamento, nas atitudes do professor e em como ele ensina.

1. 14 Nova metáfora

Currículos da FAC anteriores a 2003 tinham como metáfora uma árvore. Eles tinham um tronco comum e os galhos. O tronco correspondia às disciplinas comungadas por todos os alunos de comunicação, enquanto os *galhos* destinavam-se às habilitações. Não há problema na divisão entre disciplinas genéricas e específicas. A questão está na desarticulação e na ausência de um planejamento eficaz. Se insistirmos na metáfora da árvore, estaremos presos à ideia de progressão para o coroamento da profissionalização. Propusemos, então, uma nova concepção: teremos um ambiente no qual a especificidade está imersa. A nova metáfora é de um ambiente de comunicação que abriga as habilitações. Assim, definimos duas categorias:

a) Disciplinas ambientais: destinadas a todos os alunos de comunicação, acompanham o aluno até o último dia de seu curso;

b) Disciplinas locais: específicas das habilitações, em harmonia com as disciplinas ambientais. No caso do curso noturno da FAC há uma junção dessas categorias, com disciplinas com conteúdos básicos do campo tradicional da Comunicação e os conteúdos específicos da nova habilitação, conforme detalhado nos “conteúdos curriculares”.

1.15. Estratégia de concepção do currículo

O currículo estabeleceu uma percepção coerente da relação de aprendizagem. Cada disciplina desempenha um papel definido para dar significação ao conjunto. O fluxo foi dividido em quatro estágios, correspondentes aproximadamente a cada ano do curso, ou dois semestres. Ressalte-se que o termo “estágio” aqui utilizado não deve ser compreendido como uma atividade prática que complementa a formação acadêmica do estudante, mas “períodos” em que se agrupam determinadas disciplinas e seus conteúdos, numa sequência lógica. Todo estágio terá uma finalidade e um caráter correspondente, que pode ser descrito da seguinte forma:

1º estágio - Sintonia - caráter amplo

2º estágio - Aproximação - caráter introdutório

3º estágio - Vivência caráter específico

4º estágio - Aprofundamento - caráter reflexivo

Vamos definir melhor cada estágio e seu caráter. **Sintonia** é o estágio em que a comunicação é percebida em suas relações com a sociedade, suas implicações com outros campos e sua área de influência. O caráter **Amplo** aparece como antônimo de profissionalizante. O estágio de **aproximação** é aquele em que o curso se aproxima do campo da comunicação. O caráter **introdutório** indica o grau de profundidade dos conteúdos. O terceiro estágio é o da **vivência**. A ênfase é sobre o fazer e entender o que se faz, com predominância de disciplinas específicas. O caráter **específico** deriva do privilégio às matérias da habilitação. Finalmente, o estágio do **aprofundamento**, quando o aluno vai mesclar visões teóricas e práticas. O caráter **reflexivo** representa a possibilidade de se pensar a partir do conhecimento descoberto, criado e vivenciado.

Quais os conteúdos presentes no currículo? A partir de referências teóricas, definimos os *Conhecimentos* que julgamos importantes; *Habilidades intelectuais* que os alunos devem adotar, adquirir, recuperar e utilizar; *Destrezas*, como capacidades técnicas, de comunicação, de equipamentos ou procedimentos profissionais; *Área afetiva*, estabelecendo que atitudes, hábitos morais, valores e compromissos são necessários para a formação. A proposta levou em conta as

proporções dos componentes do currículo, dividindo a carga de créditos em três unidades, aproximadamente um terço cada uma, destinadas a: a) *disciplinas ambientais*; b) *disciplinas locais* e c) *disciplinas optativas*, com 186 créditos por habilitação.

1.16. Princípios

Com o título de *Por uma Comunicação Emancipadora*, aprovamos os Princípios para elaboração do currículo com o seguinte texto. Considerando:

- A universidade uma instituição voltada para a culminação da educação formal, capaz de produzir e transmitir conhecimentos não apenas científicos e técnicos, mas também éticos;
- A universidade como formadora de cidadãos aptos a atuar segundo os valores morais e princípios éticos universais, e não apenas preparados para os interesses exclusivos do mercado;
- A produção científica e tecnológica de uma sociedade deve refleti-la em toda sua diversidade de interesses e matizes culturais, constituindo uma resposta aos problemas que esta sociedade enfrenta;
- As desigualdades da sociedade brasileira requerem a produção de conhecimentos comprometidos com a busca de soluções para os problemas de exclusão, pobreza e miséria;
- A natureza social da educação lhe confere uma dimensão política, o que implica a necessidade de reconhecimento da não-neutralidade de seus agentes;

O currículo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília tem como princípios:

- a) A autonomia do aluno, por meio de processos criativos de aprendizagem;
- b) O conhecimento como processo social inacabado e em constante construção e descoberta;
- c) As condições para uma aprendizagem crítica;
- d) O diálogo como o mais importante instrumento do aprender;
- e) A negação do determinismo, do conformismo e visões messiânicas e autoritárias como bases do projeto pedagógico;

f) A opção pela educação dialética e transformadora da realidade.

A estrutura conceitual produziu o perfil das disciplinas pelo agrupamento em eixos complementares:

- **Eixo expressivo** - conteúdos ligados à comunicação e expressão;
- **Eixo de cidadania** - formação com relação ao direito, ética e cidadania;
- **Eixo pragmático** - da ordem das habilidades e das técnicas;
- **Eixo epistemológico** - a construção do saber acadêmico, seu papel e características.

Cabe lembrar aqui as palavras de Pompeu de Souza, criador do primeiro projeto da Faculdade: “Dedicar-se-á, pois, a Faculdade de Comunicação de Massas ao estudo e ensino das ciências, artes e técnicas concernentes a todos os veículos e instrumentos que, transmitindo informação, opinião, sugestão, recreação e arte, em escala industrial, intrarelacionem e interrelacionem as massas humanas, recebendo e exercendo influências geradoras ou condicionadoras de estados de espírito coletivos das mesmas. Estudará e ensinará, portanto, a melhor utilização de todos estes veículos e instrumentos: jornais, revistas e periódicos de toda natureza, agências noticiosas, agências de publicidade e propaganda, rádio, cinema, televisão, ou, ainda, outros quaisquer que o progresso da tecnologia venha a criar ou desenvolver”.

2. DIRETRIZES CURRICULARES

2.1. Introdução

As Diretrizes Curriculares da Área da Comunicação Social e suas habilitações, estabelecidas pela resolução de nº 16, de 13 de março de 2002, da Câmara de Educação Superior, do Conselho Nacional de Educação, buscam atender a dois objetivos fundamentais:

- **flexibilizar** a estruturação dos cursos, tanto para atender às variedades de circunstâncias geográficas, políticas, sociais e acadêmicas, como para ajustar-se ao dinamismo da área, e para viabilizar o surgimento de propostas pedagógicas inovadoras e eficientes;
- **estabelecer** orientações para a obtenção de padrão de qualidade na formação oferecida.

As Diretrizes estabelecem um *padrão básico de referência para todas as instituições que mantenham Cursos de Graduação em Comunicação com habilitações em Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Cinema, Radialismo, Editoração, ou outras habilitações pertinentes ao campo da Comunicação que venham a ser criadas*. É o caso da habilitação Comunicação Organizacional, ora proposta pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

2.2. Perfil Dos Formandos

a) Perfil Comum

A definição do perfil comum do egresso do curso Comunicação Social, habilitação Comunicação Organizacional, acompanha o perfil previsto nas Diretrizes Curriculares, que busca o objetivo de formação geral comum que garanta identidade ao campo da Comunicação e caracteriza--se por:

a.1) Capacidade de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas e a suas inserções culturais, políticas e econômicas;

a.2) Habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo;

a.3) Visão integradora e horizontalizada genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho, possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem;

a.4) Uso crítico do instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo o egresso, portanto, competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação, sobre os constrangimentos a que a comunicação pode ser submetida, sobre as repercussões sociais que enseja e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social.

b) Perfil Específico

O perfil específico do egresso da habilitação Comunicação Organizacional, assim, *se caracteriza por uma abrangência sobre diferentes meios, linguagens e práticas profissionais e de pesquisa* ligadas aos campos mais tradicionais da Comunicação, como Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Audiovisual, como definem as Diretrizes Curriculares. Além disso, se caracteriza por conhecimentos, atribuições, funções e técnicas relacionados as atividades das organizações públicas e privadas, bem como das instituições do terceiro setor, com forte ênfase em elaboração de Políticas de Comunicação, Planejamento e Gestão em Comunicação. Dessa forma o **perfil do egresso** em Comunicação Organizacional se caracteriza pelo (a):

b.1) Domínio dos princípios básicos e das técnicas e produção para as mídias tradicionais e novas mídias;

b.2) Capacidade de elaborar diagnósticos, prognósticos, planejamento e estabelecer comunicação com os diversos públicos das organizações e instituições;

b.3) Capacidade para fazer a gestão das políticas de Comunicação nas organizações, para integrar esta política, seus projetos e programas com o planejamento geral, assim como com outras áreas dessas organizações, e para gerir e estabelecer práticas de relacionamento com os diversos públicos, utilizando os instrumentos de Comunicação;

b.4) Capacidade para avaliar a política de Comunicação das organizações, utilizando as técnicas e instrumentos próprios de avaliação e para propor mudanças, justificando-as com base nos conhecimentos específicos da área, considerando a ética profissional e os aspectos socioeconômicos e culturais do ambiente organizacional interno e externo.

b.5) Capacidade de planejar, gerir e tomar decisões profissionais sobre campanhas, projetos e atividades da área de Comunicação das empresas.

3. COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

Com base nas Diretrizes Curriculares, o egresso da habilitação Comunicação

Organizacional deve ter competências e habilidades gerais do campo da Comunicação, a saber:

- a)Assimilar criticamente conceitos para construção de uma compreensão do quadro teórico e epistemológico da área;
- b)Usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade;
- c)Posicionar-se de modo ético-político;
- d)Dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica;
- e)Experimentar e inovar no uso destas linguagens;
- f)Refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação;
- g)Ter competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área.

E um conjunto de **competências e habilidades específicas** que se caracterizam por:

- a)Dominar técnicas e ferramentas utilizadas nos vários processos de Comunicação Organizacional;
- b)Elaborar projetos e/ou produtos dos diversos campos da Comunicação, a exemplo do jornalismo, publicidade e audiovisual;
- c)Elaborar e executar planos e projetos na área de Comunicação Organizacional para organizações públicas, privadas e do terceiro setor de diversos portes;
- d)Elaborar e executar projetos de pesquisa relacionados à Comunicação Organizacional levando em conta aspectos sociais, econômicos, políticos e éticos;
- e) Desempenhar cargos e funções de direção, administração, gerência e assessoria nas mais diversas organizações na área de Comunicação.

4. CONTEÚDOS CURRICULARES

Os conteúdos curriculares da habilitação Comunicação Organizacional englobam conjuntos de disciplinas com conteúdos que podemos chamar de **básicos** do campo tradicional da Comunicação, que permitem interagir a teoria com a prática. Assim colocado, há uma área com disciplinas ligadas à construção do conhecimento no campo de interesse da Comunicação, também chamadas de

disciplinas teóricas, analíticas, reflexivas ou de ensino e pesquisa. E uma outra área de disciplinas ligadas às teorias, linguagens, técnicas, tecnologias e práticas de campos tradicionais do Jornalismo, de Publicidade e Propaganda e de Audiovisual. Os conteúdos **específicos** se referem às matérias relacionadas ao Planejamento, Gestão, Marketing, Administração e Desenvolvimento no campo da Comunicação Organizacional. Destaque-se que cerca de 30% (trinta por cento) dos conteúdos curriculares da habilitação são de créditos optativos ou de módulo livre, de forma a permitir ao aluno “construir” por conta própria sua formação acadêmica. Grande parte dos conteúdos optativos é oferecida no próprio curso de Comunicação Noturno, sob a forma de disciplinas que complementam e aprofundam conhecimentos, técnicas e a práticas adotadas em disciplinas obrigatórias.

Em relação aos “estágios”, indicados na **Estratégia de concepção do currículo**, podemos dizer que, em relação às disciplinas obrigatórias, o primeiro estágio, “Sintonia”, concentra-se basicamente no primeiro e segundo semestres, excluindo a disciplina Produção e Edição de Imagens, do segundo período, que insere-se no segundo estágio, “Aproximação”, ao lado das disciplinas do terceiro e quarto semestres. O estágio da “Vivência” encontra-se do quinto ao sétimo semestre, enquanto o oitavo abriga o estágio do “aprofundamento”. Como já mencionamos, o curso noturno de Comunicação Organizacional pretende formar profissionais preparados para atuar nos vários tipos de organizações. A localização da Universidade de Brasília na Capital Federal, porém, torna inevitável que parte dos conteúdos das disciplinas optativas sejam direcionados para as atividades de setores governamentais (Executivo, Legislativo e Judiciário), organizações sindicais públicas e privadas e Organizações Não Governamentais que têm presença marcante na cidade e representam uma parcela significativa do mercado de trabalho do campo da Comunicação. A experiência mostra, por sua vez, que cresce a cada dia a inserção de micro, pequenas e médias empresas privadas no processo econômico do País, com a incorporação de tecnologias da informação e utilização da Comunicação como instrumento de criação, expansão e consolidação dos negócios. Dessa forma, este setor também deve ter prioridade na oferta dos conteúdos de parcela das disciplinas optativas do curso noturno.

5. ESTÁGIOS E ATIVIDADES COMPLEMENTARES

A atividade de estágio obrigatório não está prevista na grade curricular.

Porém, como aproximadamente 70% dos estudantes do curso fazem estágios, a Coordenação de Curso realiza o acompanhamento desses processos, ao identificar a sua pertinência com os objetivos, competências e habilidades do curso, bem como as condições de trabalho desses discentes. Ademais, segue-se a Lei Federal de Estágio 11.788 de 25 de setembro de 2008.

Destaca-se ainda que a grade curricular da habilitação tem como obrigatória no Sétimo Semestre a disciplina “Assessoria e Consultoria em Comunicação”, com 12 créditos, que funciona como empresa do mercado, prestando serviços nesta área para os públicos interno e externo à UnB. Para o aluno, essa experiência funciona como uma espécie de estágio, só que realizado na estrutura da própria FAC juntamente com seu grupo de professores. Além disso, estágios supervisionados podem ser realizados em empresas e organizações públicas, privadas e do terceiro setor, conforme regulamentação própria aprovada no colegiado do curso, Resolução da Faculdade de Comunicação n 01/2012, inclusive como disciplinas optativas, a exemplo do que ocorre no curso diurno.

As diretrizes curriculares do Ministério da Educação, por sua vez, preveem atividades complementares que, “realizadas sob a supervisão de um docente buscam promover o relacionamento do estudante com a realidade social, econômica e cultural, e de iniciação à pesquisa e ao ensino”. Essas atividades incluem programas especiais de capacitação do estudante, como CAPES/PET, atividades de monitoria, de extensão e pesquisa e outras atividades laboratoriais além das previstas no padrão turma/horas-aula. Conforme as Diretrizes Curriculares, o máximo de horas contabilizadas para essas atividades “não pode ultrapassar 20% do total do curso, não incluídas nesta porcentagem de 20% as horas dedicadas ao Trabalho de Conclusão de Curso (ou Projetos Experimentais)”. No caso do curso da FAC (176 créditos sem o Projeto), esses 20% representariam 35 créditos. O curso noturno, porém, mantém a mesma proporção do curso diurno, até 10 créditos para atividades de extensão, e até 10 créditos para atividades complementares. A regulamentação para contabilizar tais atividades é a N° 04/2015, do Conselho da Faculdade de Comunicação.

O curso é composto de uma série de atividades integradas, que demandam trabalho colaborativo de docentes, discentes e técnicos. Desde sua criação, valoriza-se a iniciação científica. Anualmente, são aproximadamente 30 trabalhos, orientados por docentes, que no final são apresentados nos eventos de iniciação científica da Universidade de Brasília e nos principais encontros de comunicação do país.

Um dos projetos de extensão de Comunicação Organizacional ocorre na

disciplina Instrumentos de Comunicação Organizacional, na qual estudantes do quarto semestre escolhem uma organização da sociedade civil e produzem para ela um plano de comunicação e produtos como vídeo, criação de redes sociais, logomarca e identidade visual etc.

Outro diálogo do curso com a sociedade se dá na disciplina Planejamento e Gestão em Marketing, na qual os estudantes são convidados a empreender, criando uma startup voltada para projetos sociais. No fim do semestre, essas empresas são apresentadas ao público, em uma feira aberta a toda a comunidade. Um dos trabalhos desenvolvidos na disciplina foi escolhido para ser incubado pela Universidade de Harvard, tendo projeção internacional.

No âmbito das Técnicas de Jornalismo de Rádio e Televisão, os alunos desenvolvem projetos audiovisuais sobre o mundo corporativo e cidadania. Para isso, utilizam a estrutura de laboratórios para produção de telejornais, reportagens especiais e programas de rádio que são divulgados na rede social YouTube, no RadioTube que disponibiliza o material gratuitamente para rádios comunitárias e, em alguns casos, na UnBTV. Os estudantes têm, assim, a oportunidade de vivenciar as diferentes fases de produção da notícia: apuração, redação, edição e apresentação e utilizar os elementos teóricos e práticos a partir da perspectiva da comunicação organizacional.

Em Comunicação Pública, na disciplina Planejamento e Gestão em Organizações Públicas, Privadas e de Terceiro Setor, em parceria com a Embrapa, foram desenvolvidos observatórios de mídia em ciência e tecnologia, com a produção de artigos e apresentação dos resultados de pesquisa dos estudantes, na sede da empresa pública, como uma forma de valorização, divulgação e intercâmbio institucional. Além da Embrapa, buscam-se parcerias com profissionais da área pública para reforçar o diálogo institucional, uma vez que o curso está inserido em um contexto local com demandas específicas na comunicação pública e governamental. A partir dessa interlocução, os alunos são desafiados a propor ideias inovadoras no campo da gestão pública.

Destacam-se também dois projetos de grande relevância social: Escola de App: enfrentando a violência online contra meninas e Ouvindo as ouvidorias do sistema prisional. No primeiro, aproximadamente 20 estudantes visitam escolas públicas de Ensino Médio e fazem uma parceria para discutir questões como gênero, violência online e cidadania. O Projeto Escola de App é financiado por dois órgãos do governo, tanto local, quanto nacional, e tem abrangência nacional. Já o projeto Ouvindo as Ouvidorias do Sistema Prisional, com financiamento do governo

local, atua na defesa do Direito à Comunicação das pessoas privadas de liberdade, com parcerias com o Departamento Penitenciário Nacional, os cursos de Direito e de Ciência de Informação e com as Universidades Federais do Pará, do Espírito Santo, e do Maranhão.

6. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

O Trabalho de conclusão de Curso (TCC) é uma atividade regulamentada no âmbito do Curso de Comunicação Organizacional. Ele totaliza 10 créditos, é uma disciplina do curso, precedida pela disciplina Pré-Projeto, conta com designação de um professor-orientador, apresentação pública e defesa em banca. Esta atividade, conforme regulamento, segue orientações da Coordenação de Projetos Finais e está regulamentada pela Resolução do Conselho da Faculdade de Comunicação N° 03/2015 (ver anexo).

7. ESTRUTURA DO CURSO

O curso de Comunicação Social Noturno, habilitação Comunicação Organizacional, tem um total de 186 créditos, distribuídos em várias disciplinas, ou 2.790 horas-aulas, cumpridas em, no mínimo oito semestres, e no máximo 14 semestres.

São ofertadas 80 vagas anuais, nas quais as principais formas de ingresso são: Exame Nacional de Curso (ENEM); Sistema Integrado de Ensino Superior (SISU) - vestibular, Programa de avaliação seriada (PAS), Mudança de curso (Interno da UNB), Transferência Facultativa de outras instituições de ensino, Convênio de Mobilidade ANDIFES e cortesia para alunos estrangeiros, processo para portadores de diploma.

Do total, 130 são créditos obrigatórios, até 24 créditos de módulo livre e o restante de créditos optativos. As disciplinas são oferecidas de forma a manter uma sequência equilibrada, harmônica e lógica dos conteúdos curriculares e do período de formação acadêmica do aluno, que tem com as disciplinas optativas e de módulo livre flexibilidade e caminhos alternativos para integralizar seu currículo.

No âmbito do curso, para sua implantação com abertura de 80 vagas anuais, assegurou-se a reforma geral do espaço físico da FAC, incluindo a construção de

um mezanino, ampliação e reforma de salas de aula, laboratórios e salas de professores, área de convivência, compra de equipamentos, contratação de professores com dedicação exclusiva e de novos servidores.

O coordenador do curso, assim como todos os professores nele atuantes, atua em regime de dedicação exclusiva e consegue contemplar atividades de ensino, pesquisa e extensão, assim como atividades administrativas, considerando, por exemplo, gestão da equipe docente, atendimento às demandas dos discentes, participação no colegiado do curso de Comunicação Organizacional, no colegiado dos cursos de graduação da Faculdade de Comunicação, no conselho da Faculdade de Comunicação.

Dos 16 docentes que atuam no curso de Comunicação Organizacional, 15 são doutores e 01 é mestre.

Destes 15 doutores, oito atuam no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Destaca-se que o quadro de docentes possui caráter multidisciplinar com profissionais de diferentes áreas como Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas e Audiovisual. Essa característica do corpo docente permite aos estudantes participar de uma série de atividades integradas de ensino, pesquisa e extensão relacionadas ao campo geral da comunicação e específicas da comunicação organizacional.

Com relação à infraestrutura para realização das atividades previstas no PPC, os professores do curso de Comunicação Organizacional possuem gabinetes com espaço adequado para trabalho em tempo integral. O coordenador do Curso de Comunicação Organizacional possui uma sala destinada exclusivamente às atribuições da gestão do curso. A sala está equipada com computadores, mesa de trabalho, armários, acesso à internet e espaços para reuniões que permite atendimento de indivíduos ou grupos com privacidade.

A Faculdade de Comunicação possui um total de 13 salas de aula e um estúdio voltado para produção fotográfica. Todas as salas são equipadas com material audiovisual como projetor, computador, caixas de som e telas de projeção.

A Faculdade de Comunicação dispõe de 7 laboratórios, voltados para atividades de graduação, pós-graduação e pesquisa. Somente nos laboratórios, a FAC conta com pelo menos 121 computadores e 5 datashows. Alguns laboratórios atendem demandas específicas e outros são de uso multidisciplinar. Todos contam com boa infraestrutura, tais como: computadores, ar condicionado, mobiliário adequado e ambiente com boa acústica.

Além disso, o Núcleo Técnico da FAC possui uma lista considerável de equipamentos de uso coletivo para os discentes, docentes e técnicos aplicados às atividades didático-pedagógicas.

A FAC possui estrutura laboratorial com Coordenação de Laboratórios, que tem atribuições previstas no Regimento Geral da FAC. Além disso, conta com Núcleo Técnico Audiovisual com profissionais concursados para assistência aos docentes e discentes nas atividades laboratoriais de caráter interdisciplinar e multidisciplinar.

8. ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO

O acompanhamento das atividades acadêmicas e do projeto político pedagógico, com a discussão e análise periódicas sobre sua evolução, é de responsabilidade do Núcleo Docente Estruturante (NDE). Regimentalmente, o NDE é uma instância consultiva para o aprimoramento didático e pedagógico do curso. Para isso, tem suas atividades coordenadas pelo colegiado do Departamento de Comunicação Organizacional e realiza reuniões periódicas. O núcleo possui uma comissão curricular permanente que, entre outros pontos, atua sobre a atualização do currículo com os programas das disciplinas e as atividades do corpo docente. Em 2017, a comissão discutiu amplamente o projeto pedagógico que está em vigor, com a realização de reuniões ampliadas aos demais docentes do curso, tendo em vista a atualização do documento e a reflexão sobre suas potencialidades e deficiências. Participam do NDE os professores: Elen Cristina Geraldês (presidente e coordenadora do curso); Fernanda Martinelli; Ellis Regina Araújo da Silva, Asdrúbal Borges, Fabíola Orlando Calazans, Janara Sousa; Liziane Guazina, Gabriela Pereira de Freitas e Felipe Polydoro. Todos atuam em regime de tempo integral e possuem título de doutor(a), e 5 dos professores mencionados atuam no NDE desde o último ato regulatório, datado de 14 de dezembro de 2011.

A avaliação discente no curso de Comunicação Organizacional caracteriza-se por três aspectos. O primeiro deles é a autonomia dos docentes em escolher, conjuntamente com a turma, os melhores métodos e técnicas para fazer a avaliação do processo de ensino-aprendizagem, sem deixar de lado as habilidades e competências valorizadas neste Projeto Pedagógico e as recomendações construídas no Núcleo Docente Estruturante e no Colegiado do Curso. O produto dessa autonomia é a diversidade das formas de avaliação, assinaladas nos planos de ensino por seminários, provas, observação direta do desempenho do estudante,

trabalhos de cunho monográfico, em geral em formato de artigo científico, portfólio e auto-avaliação, entre outras modalidades.

O segundo aspecto é o estímulo para que os professores escolham mais de uma modalidade de avaliação para valorizar diferentes dimensões da aprendizagem. Por exemplo, se a opção for a utilização de provas e seminários, são observados, além da compreensão de um conteúdo, a produção discursiva oral e escrita.

Por fim, o terceiro aspecto que se destaca é a compreensão processual da avaliação do ensino-aprendizagem. Estimula-se que os docentes procedam a uma avaliação diagnóstica, no começo da disciplina, para verificar o quanto de conhecimento e experiência os estudantes já construíram sobre tal temática. Esse diagnóstico é fundamental pois fornece pistas para a compreensão de como as disciplinas do curso se articulam e de como esses conteúdos já dialogam com práticas como estágios, cursos complementares ou atuação nas empresas juniores. O processo continua por meio de avaliações formativas, no decorrer de toda disciplina, que permitem conferir a interação entre professor-aluno e aluno-aluno. Por fim, a avaliação somativa, que atribui uma nota e uma menção, é construída com os discentes de forma dialógica, constituindo uma oportunidade para o docente, o discente e a turma identificarem os limites e as possibilidades do processo.

A avaliação dos docentes é realizada em três momentos. No primeiro, no âmbito das próprias disciplinas, no processo dialógico assinalado anteriormente. Não se trata de verificar se um docente foi ou não “eficaz”, mas de perceber como foi sua participação no processo de ensino-aprendizagem. Outra dimensão dessa avaliação docente é um instrumento disposto pela Universidade de Brasília em que os discentes avaliam, de forma online, a disciplina, considerando-se aspectos como motivação do aluno, domínio do conteúdo do docente e repertório de recursos didático-pedagógicos. O resultado dessa avaliação é confidencial, e entregue periodicamente aos professores para que eles conheçam as percepções da turma sobre determinada disciplina. Quando a avaliação for acima da média da Universidade, essa informação pontua no processo de progressão-funcional do docente.

Outro método de avaliação da disciplina é o diálogo frequente entre

estudantes, docentes e coordenação, de modo que ajustes e mudanças sejam realizadas sempre que necessário.

Por fim, assinalamos o esforço do curso em produzir avaliações dos egressos, como a realizada ainda em 2017. O objetivo é compreender o diálogo entre o perfil do egresso e as demandas do mercado e da sociedade. Na Semana de Comunicação Organizacional, realizada bienalmente, reflete-se também sobre o tema, de modo a avaliar continuamente este Projeto Pedagógico e a ação de seus atores à luz da percepção de estudantes, professores, técnicos e gestores de comunicação nas organizações.

9. ANEXOS

ANEXO A - Regulamento do curso

ART. 1º - O curso de graduação noturno de Bacharelado em Comunicação Social, habilitação Comunicação Organizacional, destina-se à formação de profissionais com conhecimentos do campo tradicional da Comunicação, como Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Audiovisual, e competências e habilidades específicas para atuar na área de Comunicação Organizacional, com vistas a elaboração de políticas, ao planejamento e gestão de projetos de Comunicação em organizações públicas, privadas e do terceiro setor.

ART.2º - O Curso de Graduação noturno de Bacharelado em Comunicação Social, habilitação Comunicação Organizacional, será ministrado em duração plena abrangendo um total de 186 créditos, sendo o limite máximo de integralização de Módulo Livre (ML) estabelecido em 24 (Vinte Quatro) créditos.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - As disciplinas obrigatórias perfazem um total de 130 créditos (1.950 horas) e as disciplinas optativas e/ou de módulo livre um total de 56 créditos (840 horas).

PARÁGRAFO SEGUNDO - O total de créditos do curso poderá ser integralizado com até 10 créditos (150 horas) com atividades de Extensão e com até 10 créditos (150 horas) de Atividades Complementares.

ART. 3º - O curso incluirá as seguintes disciplinas Obrigatórias (A) e Optativas, da área de 4 Concentração (AC) ou de Domínio Conexo (DC):

CÓDIGO	DISCIPLINA	PRÉ-REQUISITO		
200361	AC (A) INTRODUÇÃO AO PLANEJAMENTO	Sem-Pré		

200352	INTRODUÇÃO ÀS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO				Sem Pré-Requisito
200344	AC (A) LINGUAGENS DA COMUNICAÇÃO 1				Sem Pré-Requisito
200336	AC (A) INTRODUÇÃO AO MARKETING				Sem Pré-Requisito
200328	AC	(A)	ÉTICA, LEGISLAÇÃO	E	Sem Pré-Requisito
	RESPONSABILIDADE SOCIAL				
201031	AC (A) TEORIAS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL				Int. às Teorias da Comunicação
201014	AC	(A)	PLANEJAMENTO	EM	Int. ao Planejamento
	COMUNICAÇÃO				
201006	AC (A) METODOLOGIA DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO				Intr. às Teorias da Comunicação
200999	AC (A) LINGUAGENS DA COMUNICAÇÃO 2				Sem Pré-Requisito
201022	AC (A) PRODUÇÃO E EDIÇÃO DE IMAGENS				
202509	AC (A) TÉCNICAS DE JORNALISMO IMPRESSO E ON LINE				Sem Pré-Requisito
202517	AC (A) PLANEJAMENTO GRÁFICO, VISUAL E WEB				Sem Pré-Requisito
202525	AC (A) GESTÃO EM COMUNICAÇÃO				Sem Pré-Requisito
202533	AC (A) POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CIDADANIA				Sem Pré-Requisito
202541	AC (A) TÉCNICAS DE JORNALISMO EM RÁDIO E TV				Sem Pré-Requisito
202550	AC	(A)	INSTRUMENTOS	DA	Sem Pré-Requisito
	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL				
202568	AC (A) PLANEJAMENTO E GESTÃO EM MARKETING				Sem Pré-Requisito
202576	AC	(A)	CRIAÇÃO EM	COMUNICAÇÃO E	Sem Pré-Requisito

CÓDIGO	DISCIPLINA	Pré-Requisito		
	PUBLICIDADE			
202584	AC (A) ROTEIRO, PRODUÇÃO E DIREÇÃO EM WRTV (WEB, RÁDIO E TV)	Sem Pré-Requisito		
202592	AC (A) PESQUISA EM OPINIÃO E MERCADO	Sem Pré-Requisito		
202606	AC (A) PLANEJAMENTO E GESTÃO EM ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS, PRIVADAS E TERCEIRO SETOR	Sem Pré-Requisito	Em	
202614	AC (A) FORMATAÇÃO E GERENCIAMENTO DE PROJETOS EM COMUNICAÇÃO	Sem Pré-Requisito		
202622	AC (A) PLANEJAMENTO E GESTÃO EM WEB	Sem Pré-Requisito	Em	
202631	AC (A) GESTÃO ESTRATÉGICA PARA A SOCIEDADE	Sem Pré-Requisito	E	
202649	AC (A) AVALIAÇÃO EM PROJETOS DE COMUNICAÇÃO	Sem Pré-Requisito	E	
202657	AC (A) ASSESSORIA E CONSULTORIA DE COMUNICAÇÃO	Planejamento O.T.S	E	Gestão Pesqu. OP MERCAD
		PLAN. GR. WEB		
202665	AC (A) PRÉ--PROJETO DE TCC	Planejamento Organizações do Terceiro Setor	E	Gestão
202673	AC (A) TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	Pré-Projeto de TCC		
1457885	(AC) OF. BÁSICA DE AUDIOVISUAL	Sem Pré-Requisito		
146480	(AC) INTRODUÇÃO À COMUNICAÇÃO	Sem Pré-Requisito		

146498	(AC) COMUNICAÇÃO E UNIVERSIDADE	Sem Pré-Requisito	
145467	(AC) OFICINA DE TEXTO 1	Sem Pré-Requisito	
146579	(AC) FUND. DE COMUNICAÇÃO VISUAL	Sem Pré-Requisito	
145017	(AC) TEORIAS DA COMUNICAÇÃO 1	146480 Ou 153699 Ou 182681 Ou	
		182010	

CÓDIGO	DISCIPLINA		Pré-Requisito
145335	(AC) INTRODUÇÃO À FOTOGRAFIA	Sem Pré-Requisito	
145521	(AC) ÉTICA NA COMUNICAÇÃO	Sem Pré-Requisito	
146510	(AC) INTRODUÇÃO AO JORNALISMO	Sem Pré-Requisito	
145530	(AC) MÉTODOS E TÉC. DE PESQ. EM COMUNICAÇÃO	146480	
145092	(AC) PLANEJAMENTOGRÁFICO	146510	
146927	(AC) LEG E DIREITO NA COMUNICAÇÃO	Sem Pré-Requisito	
	(AC) OBRIGATÓRIA SELETIVA		
145548	(AC) ESTÉTICA DA COMUNICAÇÃO	Sem Pré-Requisito	
146919	(AC) TECNOLOGIA DE COMUNICAÇÃO	146501	
143626	(AC) FOTOJORNALISMO	145335	
	(AC) TÉCNICAS DE RÁDIO E TV		
145581	(AC) TÉCNICAS DE JORNALISMO	146510	
145246	(AC) RADIOJORNALISMO	145581	
146536	(AC) CAMPUS 1	145581	E 143626
145572	(AC) ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO		
143456	(AC) ANÁLISE E OPINIÃO	145581	
145599	(AC) CAMPUS 2	145092	E 146536
145564	(AC) POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO	145017	
146765	(AC) TELEJORNALISMO	145581	
146781	(AC) PRÉ--PROJ EXPER EM JORNALISMO	145017 E 146536	
145556	(AC) COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE	145017 E 146692 Ou 145017 E	

		146684	Ou 145017 E 146706 Ou	
		145017	E 145599 Ou 145017 E	
		146862		
150096	(AC) PROJ FINAL EM JORNALISMO	146781	E 145599	
143499	(AC) ADMINISTRAÇÃO PUBLICITÁRIA	146528		
146811	(AC) MARKETING PUBL. E PROPAG	146528		
146803	(AC) FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA	145335		
CÓDIGO	DISCIPLINA			Pré-R
143138	(AC) CRIATIVIDADE EM PUBLICIDADE	146595		
	(AC) MÍDIA E GERENCIAM. DE CONTAS	146528		
143600	(AC) PESQUISA PUBLICITÁRIA	146528		
146838	(AC) DIR DE ARTES EM ARTES GRÁFIC.	146528		
146846	(AC) PLANEJAMENTO PUBLICITÁRIO	146528		
146820	(AC) REDAÇÃO PUBLICITÁRIA	146528		
	(AC) LEGIS. E REGULAMENTAÇÃO PP			
150088	(AC) PROD. PUBLICIT. AUDIOVISUAL	146862		
146862	(AC) LAB. EM PUBLICIDADE E PROPAG	146820	E	146838 E 14684
		146854	E 145203	
145149	(AC) PUBLICIDADE E SOCIEDADE	146528		
146889	(AC) PRE--PROJ. EM PUB. E PROPAG.	146820, 146838, 146846, 145203,		
		146854		
150100	(AC) PROJ. FINAL EM PUBL. PROPAG.	146889	E 146862	
145238	(AC) HISTÓRIA DO CINEMA	Sem Pré-Requisito		
146617	(AC) LINGUAG CINEMATOG AUDIOVISUAL	Sem Pré-Requisito		

146731	(AC) INTROD À LINGUAGEM SONORA	Sem Pré-Requisito		
146625	(AC) TEO EST CINEMA AUDIOVISUAL	145238	Ou 145785	
143286	(AC) CINEMA BRASILEIRO	Sem Pré-Requisito		
143120	(AC) ARGUMENTO E ROTEIRO	146617	Ou	145467, 14523
		145785		
146749	(AC) ROTEIRO, PROD E REAL ÁUDIO	146731		
143596	(AC) DOCUMENTÁRIO 1	Sem Pré-Requisito		
149985	(AC) DIREÇÃO DE ATORES	Sem Pré-Requisito		
145319	(AC) FOTOGRAFIA E ILUMINAÇÃO 1	Sem Pré-Requisito		
146633	(AC) OF. DE ARGUMENTO E ROTEIRO	143120		
146641	(AC) DIREÇÃO	146901		
146650	(AC) PRODUÇÃO	Sem Pré-Requisito		
146668	(AC) SOM 1	Sem Pré-Requisito		
CÓDIGO	DISCIPLINA	Pré-Requisito		
146676	(AC) DOCUMENTÁRIO	Sem Pré-Requisito		
	(AC) SOM 2			
	(AC) PRODUÇÃO 2			
	(AC) DIREÇÃO 2			
	(AC) FOTOGRAFIA E ILUMINAÇÃO 2			
	(AC) EDIÇÃO E MONTAGEM 2			
	(AC) LEGIS. DES. E PROD. DE PROJETOS			
146714	(AC) PRÉ--PROJETO EM AUDIOVISUAL	146692	Ou 146684 Ou 146706	

146722	(AC) PROJ. EXP EM AUDIOVISUAL	146714	E 146692 Ou 146684 Ou
		146706	
146544	(AC) COMUNICAÇÃO E MÚSICA	Sem Pré-Req	
146552	(AC) COMUNICAÇÃO E GÊNERO	Sem Pré-Req	
146561	(AC) COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA	145017	
146960	(AC) DIREITO DO PÚBLICO	145017	
146978	(AC) COMUNICAÇÃO E POLÍTICA	145017	
146986	(AC) ANÁLISE DO JORNALISMO	143456	
146994	(AC) JORNALISMO ECONÔMICO	146536	
147028	(AC) JORNALISMO E PODER	145581	
147044	(AC) PLANEJAMENTO GRÁFICO 1	145092	
147052	(AC) OFICINA DE JORNALISMO 2	146536	Ou 146609
147061	(AC) OFICINA DE JORNALISMO 3	145599	
147117	(AC) TOP ESP EM COMUNICAÇÃO 1	Sem Pré-Req	
147125	(AC) TOP ESP EM COMUNICAÇÃO 2	Sem Pré-Req	
149870	(AC) ARTE E PUBLICIDADE	Sem Pré-Req	
149888	(AC) ECONO DO CINEMA E AUDIOVISUAL	Sem Pré-Req	
149896	(AC) FORMAT PROJ AUDIOVE CAP RECUR	Sem Pré-Req	
149942	(AC) TOP ESP EM COMUNICAÇÃO 3	Sem Pré-Req	
149951	(AC) TOP ESP EM COMUNICAÇÃO 4	Sem Pré-Req	
CÓDIGO	DISCIPLINA	Pré-Requisito	

149969	(AC) JORNALISMO POLÍTICO	146536
200115	(AC) OFICINA DE HIST EM QUADRINHOS	
139416	(DC) CULTURA BRASILEIRA 1	
137413	(DC) EVOL PENS FILOS E CIENTÍFICO	
124010	(DC) INTRODUÇÃO À PSICOLOGIA	Sem Pré-Req
132012	(DC) INTRODUÇÃO À ECONOMIA	Sem Pré-Req
132039	(DC) FORMACAO ECONÔMICA DO BRASIL	132012
135011	(DC) INTRODUÇÃO À ANTROPOLOGIA	Sem Pré-Req
139033	(DC) INTRO AO ESTUDO DA HISTÓRIA	Sem Pré-Req
153001	(DC) ESTÉTICA HIST ARTE 1	Sem Pré-Req
181013	INTRODUÇÃO À ADMINISTRACAO	Sem Pré-Req
185001	(DC) INTRO ESTU REL INTERNACIONAIS	Sem Pré-Req
185035	(DC) INTRODUÇÃO À CIÊNCIA POLÍTICA	Sem Pré-Req
191019	(DC) INTRODUCAO À EDUCACÃO	Sem Pré-Req
124010	(DC) INTRODUÇÃO À PSICOLOGIA	Sem Pré-Req
124028	(DC) PSICOLOGIA SOCIAL	Sem Pré-Req
124044	(DC) PSICOLOGIA DA INFÂNCIA	Sem Pré-Req
124052	(DC) PSICOLOGIA DA APRENDIZAGEM 1	Sem Pré-Req
124061	(DC) PSICOLOGIA SOCIAL 2	124028
124087	(DC) PSICOLOGIA DA ADOLESCÊNCIA 1	124044
126039	(DC) ECOLOGIA BÁSICA	Sem Pré-Req
132012	(DC) INTRODUÇÃO À ECONOMIA	Sem Pré-Req

132021	(DC) HISTÓRIA ECONÔMICA GERAL	132012
132039	(DC) FORMAÇÃO ECONÔMICA DO BRASIL	132012
132357	(DC) MACROECONOMIA 1	132144 E 132489
132403	(DC) ECONOMIA RURAL 1	132012
132489	(DC) MICROECONOMIA 1	132861 E 132993
132594	(DC) CONJUNTURA ECO BRASILEIRA	132489 E 132357

CÓDIGO	DISCIPLINA	Pré-Requisito	
132853	(DC) MICROECONOMIA 2	132489	
132870	(DC) MACROECONOMIA 2	132357 E 132861	
134473	(DC) TEORIA SOCIOLÓGICA 1	134465	
134490	(DC) SOCIOLOGIA 1	134473	
134597	(DC) SOCIOLOGIA DO CONHECIMENTO	134465 E 134473 ou	134465 E
		135470 E 135488	
134694	(DC) PENS SOCIOL LATINO--AMERICANO	134465 E 134473 ou 134465 E	
		135470 E 135488	
135020	(DC) ANTROPOLOGIACULTURAL	135011	
136484	(DC) POLÍTICA SOCIAL	Sem Pré-Req	
137472	(DC) TEORIA DO CONHECIMENTO	137553 ou 137774 ou	137481
137545	(DC) ESTÉTICA	137553 ou 137774	

137596	(DC) INICIAÇÃO À METODOLOGIA	Sem Pré-Req	
	CIENTÍFICA		
137812	(DC) INTRODUÇÃO À LÓGICA	Sem Pré-Req	
137987	(DC) MITO E FILOSOFIA	Sem Pré-Req	
138282	(DC) GEOGRAFIA HUMANA E ECONÔMICA	Sem Pré-Req	
139033	(DC) INTRO AO ESTUDO DA HISTÓRIA	Sem Pré-Req	
139131	(DC) HISTÓRIA DO BRASIL 1	139033	
139149	(DC) HISTÓRIA DO BRASIL 2	139131	
139157	(DC) HISTÓRIA DO BRASIL 3	139149	
139165	(DC) HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA 1	139033	
139190	(DC) HISTÓRIA SOCIAL E POL GERAL	Sem Pré-Req	

139424	(DC) CULTURA BRASILEIRA 2	Sem Pré-Req	
139653	(DC) IDEIAS FIL EM FORMA LITERARIA	Sem Pré-Req	
140082	(DC) INTRODUÇÃO À LINGÜÍSTICA	Sem Pré-Req	
140180	(DC) SEMÂNTICA	Sem Pré-Req	
140481	(DC) LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS	Sem Pré-Req	
140694	(DC) LINGUA ALEMÃ INSTRUMENTAL 1	Sem Pré-Req	

CÓDIGO	DISCIPLINA	Pré-Requisito
141003	(DC) OFICINA LITERÁRIA	Sem Pré-Req
141135	(DC) LIT BRASILEIRA -- REALISMO	Sem Pré-Req
141151	(DC) LIT BRAS -- BARROCO E ARCADISMO	Sem Pré-Req
141178	(DC) LIT BRASILEIRA CONTEMPORÂNEA	Sem Pré-Req
142000	(DC) FRANCÊS INSTRUMENTAL 1	Sem Pré-Req
142018	(DC) LÍNGUA FRANCESA 2	Sem Pré-Req
142026	(DC) LÍNGUA FRANCESA 3	142018
142034	(DC) LÍNGUA FRANCESA 4	142026
142085	(DC) LÍNGUA INGLESA 1	Sem Pré-Req
142107	(DC) LÍNGUA INGLESA 3	142093
142115	(DC) LÍNGUA INGLESA 4	142107
142204	(DC) LÍNGUA ALEMÃ 1	Sem Pré-Req
142212	(DC) LÍNGUA ALEMA 2	142204
142221	(DC) LÍNGUA ALEMA 3	142212
142239	(DC) LÍNGUA ALEMA 4	142221
142328	(DC) LÍNGUA ESPANHOLA 1	Sem Pré-Req
142336	(DC) LÍNGUA ESPANHOLA 2	142328
142344	(DC) LÍNGUA ESPANHOLA 3	142336
150649	(DC) LÍNGUA SINAIS BRAS -- BÁSICO	146536
150720	(DC) JORNALISMO LITERÁRIO	146536
153001	(DC) ELEN LING ESTÉTICA HIST ARTE 1	Sem Pré-Req

153010	(DC) ELEM LING ESTÉTICA HIST ARTE 2	Sem Pré-Req	
153036	(DC) HISTÓRIA DA ARTE 1	Sem Pré-Req	
153613	(DC) HIST DA ARTE E DA TECNOLOGIA	Sem Pré-Req	
153681	(DC) FUNDAMENTOS DE LINGUAGEM	Sem Pré-Req	
153796	(DC) HISTÓRIA DO TEATRO 1	153010 ou 153621	
153800	(DC) CORPO E MOVIMENTO 1	Sem Pré-Req	
153818	(DC) ENCENAÇÃO 1	Sem Pré-Req	
CÓDIGO	DISCIPLINA	Pré-Requisito	
154971	(DC) HISTÓRIA DA ARTE ANTIGA	Sem Pré-Req	
156426	(DC) METODOLOGIA DE PROJETO	153699 153079	E 153079 E 153699 E
157635	(DC) HISTÓRIA DA ARTE MEDIEVAL	Sem Pré-Req	
157643	(DC) HISTÓRIA DA ARTE MODERNA	Sem Pré-Req	
157651	(DC) HISTÓRIA DA ARTE CONTEMPORÂNEA	Sem Pré-Req	
	(DC) HISTÓRIA DA ARTE NO BRASIL	Sem Pré-Req	
170054	(DC) INTR A ATIVIDADE EMPRESARIAL	Sem Pré-Req	
175013	(DC) PRÁTICA DESPORTIVA 1	Sem Pré-Req	
175021	(DC) PRÁTICA DESPORTIVA 2	Sem Pré-Req	
181013	(DC) INTRODUÇÃO À ADMINISTRACAO	Sem Pré-Req	
181021	(DC) ORGANIZAÇÃO E SISTEMAS	181013	
181064	(DC) PROCESSO DECISÓRIO 1	181021	
181111	(DC) TEORIA DO PLANEJAMENTO	181013	

181129	(DC) CONTABILIDADE GERAL 1	Sem Pré-Req
181188	(DC) ADM DE RECURSOS MATERIAIS	181013
181196	(DC) MERCADOLOGIA	181188 Ou 181111 Ou 156426
185001	(DC) INTRO ESTU REL INTERNACIONAIS	Sem Pré-Req
185035	(DC) INTRODUÇÃO A CIÊNCIA POLÍTICA	Sem Pré-Req
185051	(DC) TEORIA POLÍTICA MODERNA	185035
185060	(DC) TEORIA POLITICA CONTEMPORÂNEA	Sem Pré-Req
185108	(DC) POL 3 -- POL LATINO -- AMERICANA	185035 E 185051
185116	(DC) POLÍTICA BRASILEIRA 1	185035
185477	(DC) INOVAÇÃO E DIFUSÃO TECNOLÓGICA	185035 E 185001
191019	(DC) INTRODUÇÃO À EDUCAÇÃO	Sem Pré-Req
150649	(DC) LINGUAGEM DE SINAIS BRASILEIRA	Sem Pré-Req

PARÁGRAFO ÚNICO: O número de Créditos das disciplinas e atividades fixadas neste artigo poderá variar de um para outro período letivo, conforme o indique a experiência do ensino, e constará das respectivas Listas de Ofertas.

ART. 4º - O estudante deve ser aprovado nas disciplinas listadas no Artigo anterior como Obrigatórias e tantas disciplinas Optativas e/ou de Módulo Livre (ML) e/ou Atividades de Extensão e/ou de Atividades Complementares quantas sejam necessárias para integralizar o total de créditos referido no Art. 2º.

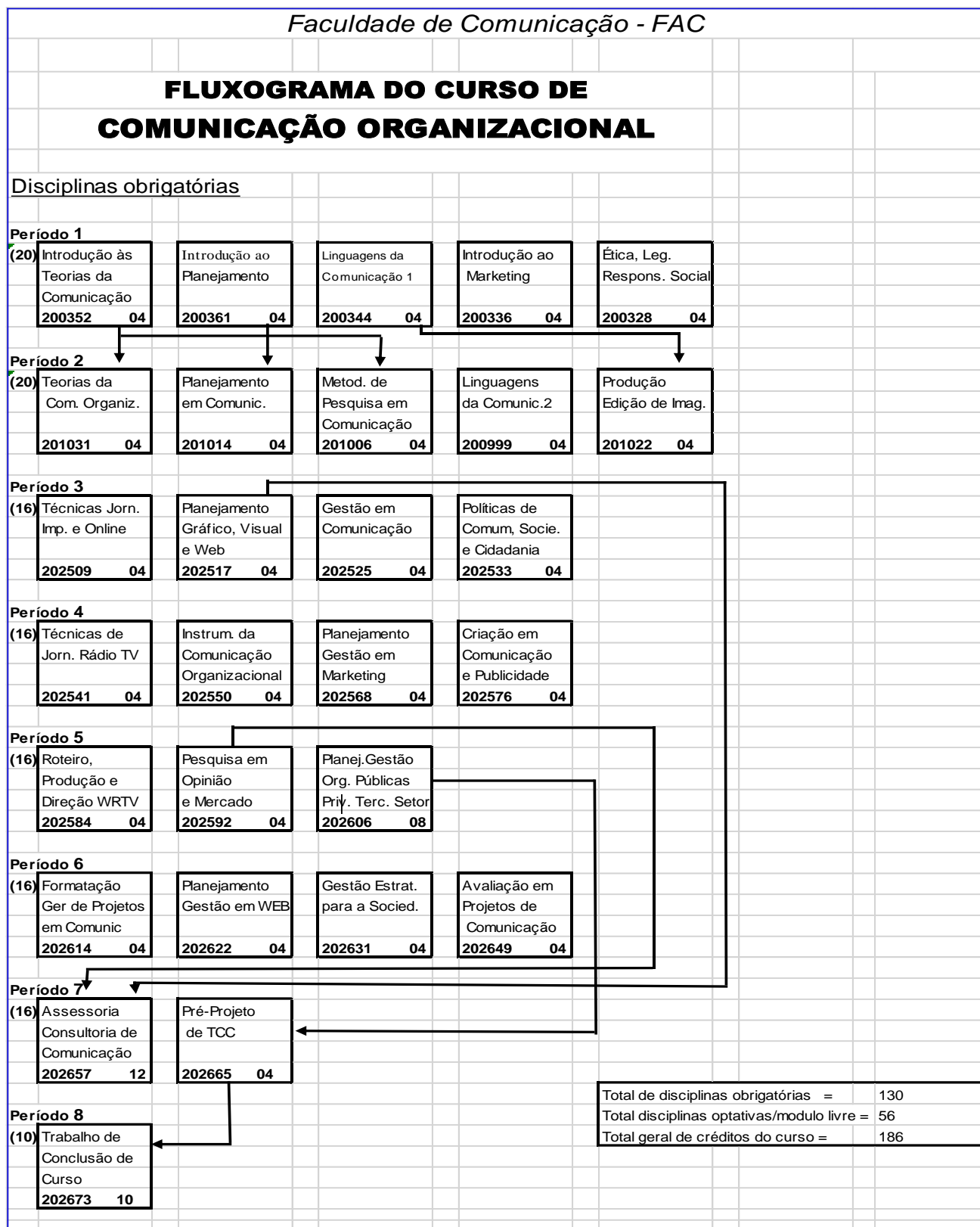
ART. 5º - O tempo de permanência no curso será de 8 (oito) semestres, no mínimo, e de 14 (quatorze) semestres no máximo. O número máximo de créditos cursados em um

semestre letivo não poderá ultrapassar a 26 créditos e o número mínimo previsto e de 14 créditos.

PARÁGRAFO ÚNICO - Estes limites não serão considerados quando as disciplinas pleiteadas forem às últimas necessárias à conclusão do curso.

ART. 6º - A Coordenação didática do curso cabe ao Colegiado da Faculdade de Comunicação.

ANEXO B - Fluxograma



ANEXO C - Regulamento Do Projeto Experimental, Projeto Final Ou Trabalho De Conclusão De Curso

FACULDADE DE COMUNICAÇ

RESOLUÇÃO DO CONSELHO DA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

N° 03/2015

REGULAMENTO DO PROJETO EXPERIMENTAL, PROJETO FINAL OU TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

1. Do projeto

1.1. O Projeto Experimental, Projeto Final ou Trabalho de Conclusão de Curso corresponde a um trabalho de final de curso, que pode ser realizado como monografia sobre um tema específico de Comunicação ou um produto de Comunicação. No caso de produto, esse deve ser acompanhado de uma Memória da Pesquisa, elaborada nos termos do Anexo 2 desta Resolução. São considerados produtos: programa de rádio ou TV, vídeo, filme cinematográfico, roteiro de filme, ensaio fotográfico, publicação impressa ou eletrônica, campanha publicitária, peça publicitária, artigo científico, manual de comunicação, plano de comunicação, plano de marketing, reportagem ou qualquer outra forma ou gênero jornalístico.

1.2. O Projeto é desenvolvido em duas etapas.

1.2.1 - Na primeira, o aluno do penúltimo semestre, matriculado na disciplina Pré-Projeto elabora uma proposta de trabalho (pré-projeto) sistemática e objetiva.

1.2.2.1 - A aprovação dos aspectos metodológicos do pré-projeto está condicionada à aceitação do mesmo por outro professor para sua orientação no semestre seguinte.

1.2.1.2 - Ao final da disciplina Pré-Projeto, o professor responsável pela matéria divulgará a relação de projetos, seus autores e professores orientadores.

1.2.2. - Na segunda, o aluno do último período, matriculado na disciplina Projeto Experimental, Projeto Final ou Trabalho de Conclusão de Curso desenvolve o projeto e o apresenta conforme um dos modelos previstos nos anexos 1 e 2.

1.3. Poderão se matricular na disciplina Projeto Experimental, Projeto Final ou Trabalho de Conclusão de Curso somente os alunos que estiverem integralizando o número total de créditos (formandos). Não será admitida, em qualquer hipótese, defesa antecipada do referido Projeto.

1.4. O Projeto deve possibilitar ao estudante demonstrar que desenvolveu um trabalho autônomo, acadêmico, com qualidade técnica, e com domínio do referencial teórico e das práticas exercitadas ao longo da Graduação.

1.5. O Projeto pode ser individual ou coletivo, limitado a 4 (quatro) alunos. No caso do trabalho coletivo, é necessário que o grupo se organize no penúltimo período, entre os matriculados na disciplina Pré-Projeto. É imprescindível que no pré-projeto conste um plano de trabalho especificando as tarefas, atribuições e cronograma de cada participante.

1.6. A disciplina Pré-Projeto é pré-requisito da disciplina Projeto Experimental, Projeto Final ou Trabalho de Conclusão de Curso.

2. São atribuições da Coordenação:

2.1. Acompanhar a elaboração dos Projetos junto a estudantes e professores orientadores, promover discussões sobre orientação e organizar o calendário semestral de defesa dos Projetos.

2.2. Divulgar a relação de Projetos desenvolvidos no semestre.

2.3. Fornecer aos professores, a cada semestre, comprovantes de orientação e participação em bancas examinadoras.

3. São atribuições do aluno:

3.1. Atender todas as exigências apresentadas no início do semestre pela Coordenação de Projetos.

4. Da orientação

4.1. A escolha do professor orientador é feita pelo estudante obrigatoriamente no semestre em que ele cursar a disciplina Pré-Projeto.

4.2. Cabe ao professor orientador promover discussões conceituais e técnicas, acompanhar o desenvolvimento das atividades previstas no cronograma, verificar se os objetivos e metas propostos foram alcançados antes de liberar o projeto para defesa pública.

4.3. O professor orientador tem o poder de vetar a apresentação do projeto quando julgar que este não atende aos critérios acadêmicos. Neste caso, deverá encaminhar relatório escrito ao Coordenador de Projetos.

4.4. Cada professor deverá orientar, no máximo, 4 (quatro) projetos e participar de um número máximo de 7 (sete) bancas por semestre, incluindo-se as de seus orientandos.

4.5. Projetos de natureza transdisciplinar poderão ser realizados em coorientação que será formalizada ao final da disciplina Pré-Projeto.

4.6. O estudante que faltar a mais de três reuniões agendadas com o professor orientador e/ou descumprir os compromissos combinados com este último poderá ser desligado da orientação, a qualquer momento. Neste caso, o professor orientador, após comunicar sua decisão ao aluno, deverá encaminhar relatório escrito ao Coordenador de Projetos, justificando o desligamento.

5. Da defesa

5.1. A apresentação do Projeto terá a duração entre 20 e 30 minutos, incluindo a apresentação do produto, quando for o caso.

5.2. Para a arguição do(s) aluno(s) os membros da banca terão no máximo 20 minutos cada um, totalizando 40 minutos.

5.3. Para a réplica do(s) aluno(s) será concedido o tempo máximo de 20 minutos.

5.4. Após a réplica do(s) aluno(s), o público se retira, incluindo o(s) aluno(s), para que a banca examinadora possa deliberar.

5.5. Após a deliberação da banca, o(s) aluno(s) volta(m) para ouvir a comunicação da menção.

6. Da Avaliação

6.1. O trabalho deverá ser avaliado até a última semana do semestre letivo.

6.2. A avaliação é feita por uma banca examinadora composta por três membros. O professor orientador é membro natural da banca. O segundo deverá ser um professor da FAC, do Quadro ou Substituto, e o terceiro poderá pertencer ou não ao quadro docente da UnB, desde que seja pessoa de notório saber em sua área de atuação.

6.3. A composição da banca examinadora deverá ser sugerida pelo aluno ao orientador, a quem cabe a decisão final.

6.4. Os membros da banca examinadora devem receber cópias do Projeto (monografia ou produto) dez dias antes de sua defesa.

6.5. A apresentação final do Projeto deverá ser feita de acordo com um dos roteiros previstos nos Anexos 1 e 2, respeitadas as especificidades e a natureza do trabalho a ser defendido.

6.6. A banca examinadora avalia o Projeto de acordo com os seguintes critérios diferenciados estabelecidos a partir da natureza do trabalho:

6.6.1 **Monografia.** Por ser um trabalho escrito, sistemático e completo sobre um tema específico, a monografia deve ter características de um trabalho científico, ou seja, buscar o conhecimento a partir de um procedimento sistemático de investigação, pesquisa e reflexão. A avaliação da monografia, portanto, deve ser pautada por critérios aplicáveis a qualquer trabalho de natureza científica:

- **Coerência:** verificar se a apresentação do tema investigado é lógica, articulada, ordenada e sistematizada.
- **Originalidade:** observar se o trabalho é significativo e apresenta um novo enfoque para o tema tratado.
- **Seleção de teorias e métodos:** analisar se houve rigor na aplicação de conceitos, métodos e técnicas durante a execução da pesquisa.
- **Apresentação do trabalho:** avaliar se o aluno apresenta um texto claro, preciso, conciso, correto do ponto de vista gramatical, segundo as normas da língua culta, além de demonstrar domínio do vocabulário técnico utilizado.

6.6.2. **Produto em Comunicação.** O Projeto que tem por objetivo a elaboração de um produto deve ser avaliado levando-se em conta: 1) o produto, propriamente dito, isto é, a sua qualidade técnica e o seu conteúdo, 2) a Memória da Pesquisa, que deverá ser escrita de acordo com o Anexo 2 desta Resolução. Na avaliação devem ser considerados os seguintes critérios:

- **Diagnóstico:** verificar se na realização do trabalho o aluno fez um diagnóstico do lugar, espaço ou contexto no qual está inserido o produto desenvolvido. Para isso, deve demonstrar que realizou uma investigação cuidadosa dos fatos para determinar a natureza, a especificidade e as características de sua produção.
- **Planejamento:** avaliar se o trabalho foi desenvolvido a partir de um planejamento criterioso de todas as etapas do projeto. Espera-se que o aluno seja capaz de estabelecer planejamento em consonância com o diagnóstico realizado.
- **Cumprimento de metas e objetivos:** observar se os objetivos e metas inicialmente propostos por ocasião do pré-projeto foram alcançados; analisar criticamente os fatores que dificultaram e/ou facilitaram o desenvolvimento do trabalho.
- **Estratégias operacionais:** analisar a capacidade do aluno de desenvolver um produto utilizando com rigor métodos e procedimentos pertinentes e eficazes.
- **Qualidade do produto:** avaliar com rigor a qualidade técnica, artística e de conteúdo do trabalho prático ou produto em comunicação.

- **Relevância do produto**: observar se o trabalho é significativo.
- **Originalidade**: verificar se o trabalho tem caráter próprio; se é singular, ímpar, inovador e não procura imitar outros congêneres.

7. Ao final da defesa do projeto, os membros da banca farão uma Ata, conforme Anexos 3 e 4, na qual registrarão a nota de 0 a 10, atribuída a cada um dos critérios propostos para avaliação. Cabe ao professor orientador fazer a média das notas e atribuir a menção dentro dos parâmetros da UnB.

8. A menção final será anunciada ao aluno, após a deliberação da banca examinadora.

9. A Ata de defesa será arquivada na Secretaria da FAC, que se encarregará também de enviar as cópias dos Projetos para o setor de Arquivos de Projetos Experimentais, Projetos Finais ou Trabalhos de Conclusão de Curso.

ANEXO D - Resolução de Estágio

RESOLUÇÃO DA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO Nº 01/2012

Estabelece normas para estágio curricular dos alunos regularmente matriculados no curso Comunicação Social - habilitação Comunicação Organizacional

A Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC), no uso das atribuições que lhe confere a Circular/DAIA Nº 02/2006, de 14 de fevereiro de 2006, e tendo em vista a necessidade de rever, atualizar e consolidar os procedimentos adotados por esta unidade para a autorização de estágios a alunos regularmente matriculados e que venham frequentando efetivamente o curso a que estão vinculados, nesta Faculdade, conforme deliberação do Conselho da FAC, em sua 10ª Reunião Ordinária, realizada em 16/12/2011,

RESOLVE:

Art. 1º. Os órgãos, empresas e entidades públicas e privadas que se interessarem em oferecer estágios a alunos regularmente matriculados e que venham frequentando efetivamente o curso Comunicação Social - Comunicação Organizacional deverão estabelecer contato com a Universidade de Brasília ou a FAC, a fim de firmar convênios para a regulamentação das atividades, de acordo com os termos desta Resolução.

Art. 2º. A realização do estágio curricular não acarretará vínculo empregatício de qualquer natureza e dar-se-á mediante termo de compromisso celebrado entre o estudante e o órgão ou entidade, com a interveniência obrigatória da instituição de ensino e/ou do agente de integração, no qual deverá constar, pelo menos

- I. identificação do estagiário, da instituição, do agente de integração e do curso e seu nível;
- II. menção de que o estágio não acarretará qualquer vínculo empregatício;
- III. valor da bolsa mensal;
- IV. carga horária semanal de, no mínimo 10 (dez) horas e no máximo 30 (trinta) horas, distribuída nos horários de funcionamento do órgão ou entidade e compatível com o horário escolar;
- V. duração do estágio, obedecido o período mínimo de 3 (três) meses, renováveis até 12 (doze) meses;
- VI. obrigação de cumprir as normas disciplinares de trabalho e de preservar o sigilo das informações a que tiver acesso;
- VII. assinaturas do estagiário e dos responsáveis pelo órgão ou entidade e pela instituição de ensino;
- VIII. condições de desligamento do estagiário;
- IX. menção do convênio a que se vincula.

Art. 3º. Ocorrerá o desligamento do estudante do estágio curricular:

- I. automaticamente, ao término do estágio, ou dos períodos de renovação;
- II. a qualquer tempo, no interesse do órgão;
- III. a pedido do estagiário;
- IV. em decorrência do descumprimento de qualquer compromisso assumido na oportunidade da assinatura do Termo de Compromisso;
- V. pelo não comparecimento, sem motivo justificado, por mais de cinco dias, consecutivos ou não, no período de um mês, ou por 30 (trinta) dias durante todo o período do estágio;
- VI. pela interrupção do curso na instituição de ensino a que pertença o estagiário.

Art. 4º. Para a execução do disposto nesta Resolução deverá a Coordenação do curso Comunicação Social - Comunicação Organizacional:

- I. articular-se com órgãos, entidades ou agentes de integração com a finalidade de oferecer as oportunidades de estágio;
- II. participar da elaboração dos convênios a ser celebrados com as instituições, entidades e agentes de integração;
- IV. assinar o termo de compromisso a ser assinado pelo estagiário, pela instituição ou entidade e pelo agente de integração;
- III. receber e analisar as comunicações de desligamento dos estagiários;
- V. indicar um professor para supervisionar o estágio;
- IV. dar amplo conhecimento das disposições contidas nesta Resolução às unidades de ensino, às instituições, entidades, aos supervisores de estágio, aos alunos, professores e funcionários administrativos da FAC-UnB.

Art. 5º. A instituição ou entidade, pública ou privada, concedente da oportunidade de estágio curricular, diretamente ou por meio de atuação conjunta com os agentes de integração, providenciará seguro de acidentes pessoais em favor do estudante, condição essencial para a celebração do convênio.

Art. 6º. Nos períodos de férias escolares, a jornada de estágio será estabelecida de comum acordo entre o estagiário e o órgão ou entidade onde se realizar o estágio, sempre com a interveniência da instituição de ensino ou agente de integração.

Art. 7º. As unidades de recursos humanos informarão periodicamente no Sistema Integrado de Administração de Recursos Humanos (Siape) o número total de estudantes aceitos como estagiários.

Art. 8º. A Coordenação do curso Comunicação Social - Comunicação Organizacional deverá estimular o trabalho de seus estudantes em órgãos, empresas e entidades públicas e privadas, tendo como base os conteúdos de suas disciplinas curriculares obrigatórias e/ou optativas.

§ 1º. Sob a responsabilidade e coordenação da instituição de ensino e controlado pelo professor da disciplina correlata, este trabalho será planejado,

executado, acompanhado e avaliado em conformidade com o currículo e deverá propiciar complementação de ensino e aprendizagem aos estudantes, constituindo-se em instrumento de integração, de aperfeiçoamento técnico-cultural, científico e de relacionamento humano.

Art. 9º. Para receber estudantes de Comunicação Organizacional, os órgãos, empresas e entidades públicas e privadas devem firmar convênios específicos com a FAC ou a Universidade de Brasília, estabelecendo as condições gerais para as atividades dos estudantes.

§1º. Ao firmar cada convênio, os órgãos, empresas e entidades públicas e privadas devem indicar um funcionário orientador, responsável pelas atividades dos estudantes. Entre suas atribuições, está a de apresentar a professor de disciplina do curso Comunicação Social - Comunicação Organizacional e ao seu superior hierárquico relatórios de avaliação sobre essas atividades, de acordo com o que for estabelecido em cada convênio específico.

Art. 10º. É delegada competência à Coordenação do curso Comunicação Social - Comunicação Organizacional ou, na sua ausência, à Direção da Faculdade de Comunicação, para resolver os casos não previstos nesta Resolução.

Art. 12º. Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação e revoga disposições anteriores.

Brasília, 05 Fevereiro de 2012

David Renault - Diretor da Faculdade de Comunicação

ANEXO E- Resolução Atividades Complementares

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

RESOLUÇÃO DO CONSELHO DA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO Nº. 04/2015 NORMA PARA INTEGRALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE EXTENSÃO E DE ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Em conformidade com o Plano Nacional de Educação (Lei n.º 10.172/2001), a Resolução n.º 87/2006 do Conselho de Ensino Pesquisa e Extensão (CEPE) e as Diretrizes Curriculares dos cursos de Comunicação (Audiovisual, Jornalismo, Publicidade e Comunicação Organizacional) o Conselho da FAC, em sua 9.ª Reunião Ordinária de 2015, realizada no dia 10 de dezembro de 2015, estabeleceu regras para integralização das atividades de extensão e atividades complementares ao histórico escolar dos discentes.

Nos termos desta resolução:

Artigo 1 - São consideradas atividades complementares:

- a) Apresentação de trabalhos científicos em eventos relacionados à comunicação e/ou áreas afins, desenvolvidos por instituições de reconhecida atuação na área, integralizando um crédito por trabalho, até o limite de quatro créditos de atividades complementares;
- b) Publicação de trabalhos científicos em periódicos e ou anais de congresso e eventos similares, na área de comunicação e/ou áreas afins, desenvolvidos por instituições de reconhecida atuação na área, obtendo um crédito por trabalho, até o limite de quatro créditos de atividades complementares;
- c) Cursos (com carga horária mínima de 8 horas) em comunicação e/ou áreas afins; aprovados e certificados pelo DEX ou desenvolvidos por instituições de reconhecida atuação na área, integralizando um crédito a cada 15 horas de curso,

d) até o limite de quatro créditos de atividades complementares; Os cursos online realizados entre o período de entrega de certificados na secretaria da faculdade, com finalidade apenas de obtenção de créditos, e que não tenham relação com a área de comunicação, não serão aceitos.

e) Participação em seminários, encontros ou conferências, comunicação e/ou áreas afins, com carga horária de 15 ou mais horas, desenvolvidos por instituições de reconhecida atuação na área, obtendo um crédito a cada 15 horas de evento, até o limite de quatro créditos de atividades complementares;

§ 1º - A monitoria, as atividades de extensão e as atividades de pesquisa, que são, segundo legislação em vigor, computadas no currículo, via atribuição de crédito na categoria Módulo Livre, Atividade de Extensão ou disciplina optativa, não poderão ser, concomitantemente, referendadas como Atividade Complementar.

§ 2º - Os créditos de Atividades Complementares serão computados como optativos e lançados no histórico como “Atividade Complementar”, seguido do nome da atividade no qual o estudante participou.

Artigo 2 - Para efeito de reconhecimento das atividades complementares e integralização no currículo, o discente deverá encaminhar à Coordenação de Curso, os certificados que comprovem sua participação, acompanhado de uma exposição de motivos e cópia do trabalho apresentado ou publicado (nos casos estabelecidos pelo artigo 2, letra b).

§ 1º - Somente serão apreciados os pedidos relacionados a atividades complementares desenvolvidas pelos discentes em situação regular, ocorridas entre o segundo e o penúltimo semestre.

Parágrafo Único - A documentação acima referida comporá um processo, a ser analisado pela direção da faculdade e aprovado em reunião do Conselho da FAC.

Artigo 3 - São consideradas atividades de extensão, seguindo a Resolução nº 87/2006 do CEPE:

I - projetos de extensão de ações contínuas realizadas por estudantes por um período ininterrupto de, no mínimo, quinze semanas.

§ 1º - Os projetos de extensão de ação contínua deverão estar devidamente aprovados no Decanato de Extensão (DEX) para que os estudantes participantes possam obter os respectivos créditos. Esses créditos de ação contínua são lançados pelo DEX.

§ 2º - No início de cada semestre letivo, o Decanato de Extensão (DEX) deverá enviar a lista dos discentes membros dos projetos de ação contínua, para fins de registro, à Secretaria de Administração Acadêmica (SAA), que no final do período alocará os créditos aos estudantes participantes.

§ 3° - Os créditos de Extensão serão computados como optativos e lançados no histórico como “Créditos de Extensão”, seguido do nome do projeto no qual o estudante participou.

§ 4° - Os eventos cadastrados como extensão podem ser apresentados pelos discentes na Faculdade para integralização de créditos.

§ 5° - Poderá ser lançado um crédito para cada quinze horas de participação em eventos de extensão, até o limite de quatro créditos.

Artigo 4 - O número de horas integralizadas ao currículo na modalidade Atividades de Extensão é de, no máximo, 150 (cento e cinquenta) horas, o que equivale a 10 créditos.

Artigo 5 - O número de horas integralizadas ao currículo na modalidade Atividades Complementares é de, no máximo, 150 (cento e cinquenta) horas, o que equivale a 10 créditos.

Artigo 6 - Eventuais casos omissos a esta norma serão julgados pelo Conselho da FAC.

Brasília, 01 de dezembro de
2015

Prof. Dr. Fernando O. Paulino
Mat. 1037234
Diretor - FAC/UnB

ANEXO F - Equivalência de Disciplinas

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143057 - HISTORIA DA PUBLICIDADE

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1971/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
 143057 - HISTORIA DA PUBLICIDADE Turma:
 Disciplinas Destino:
 145149 - PUBLICIDADE E SOCIEDADE
 Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143065 - ELEMENTOS DE LINGUAGEM MUSICAL

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
 143065 - ELEMENTOS DE LINGUAGEM MUSICAL Turma:
 Disciplinas Destino:
 146668 - Som
 Válido para Opção:

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
 143065 - ELEMENTOS DE LINGUAGEM MUSICAL Turma:
 Disciplinas Destino:
 143278 - O SOM DO FILME
 Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143073 - LINGUAGEM PUBLICITARIA

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
 143073 - LINGUAGEM PUBLICITARIA Turma:
 Disciplinas Destino:
 143138 - CRIATIVIDADE E PUBLICIDADE
 Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143081 - MERCADOLOGIA EM PUBLICIDADE

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143081 - MERCADOLOGIA EM PUBLICIDADE

Turma:

Disciplinas Destino:

143359 - MERCADOLOGIA DO RADIO E DA TV

Válido para Opção:

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

143081 - MERCADOLOGIA EM PUBLICIDADE

Turma:

Disciplinas Destino:

146811 - Marketing em Publicidade e Propaganda Válido para

Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 143090 - PRODUCAO GRAFICA

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

143090 - PRODUCAO GRAFICA

Turma:

Disciplinas Destino:

146838 - Direção de Arte em Artes Gráficas Válido para

Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 143111 - ANALISE DA PUBLICIDADE

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

143111 - ANALISE DA PUBLICIDADE

Turma:

Disciplinas Destino:

145149 - PUBLICIDADE E SOCIEDADE

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 143138 - CRIATIVIDADE E PUBLICIDADE

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem

143138 - CRIATIVIDADE E PUBLICIDADE

Turma:

Disciplinas Destino:

146595 - Criatividade em Comunicação Válido

para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 143154 - DIRECAO DE ARTE

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

143154 - DIRECAO DE ARTE

Turma:

Disciplinas Destino:

146838 - Direção de Arte em Artes Gráficas Válido para

Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143197 - REDACAO PARA PUBLICIDADE AUDIO-VISUAL

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143197 - REDACAO PARA PUBLICIDADE AUDIO-VISUAL Turma:
Disciplinas Destino:
146820 - Redação Publicitária Válido
para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143227 - DIRECAO DO FILME 2

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143227 - DIRECAO DO FILME 2 Turma:
143758 - FOTOGRAFIA E ILUMINACAO 2 Turma:
145688 - LABORATORIO DEREALIZACAO CINEMATOGRAFICA Turma:
145751 - EDICAO DO FILME 2 Turma:
145769 - SOM DO FILME 2 Turma:
145777 - ORGANIZACAO DA PRODUCAO 2 Turma:
Disciplinas Destino:
146692 - Laboratório de Realização em Cinema Válido para
Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143260 - ANALISE DO FILME

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143260 - ANALISE DO FILME Turma:
Disciplinas Destino:
146625 - Teoria Estética do Cinema e do Audiovisual Válido para
Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143278 - O SOM DO FILME

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143278 - O SOM DO FILME Turma:
Disciplinas Destino:
146668 - Som
Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143332 - DIRECAO DE PROGRAMAS

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143332 - DIRECAO DE PROGRAMAS Turma:
Disciplinas Destino:
146641 - Direção
Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143359 - MERCADOLOGIA DO RADIO E DA TV

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143359 - MERCADOLOGIA DO RADIO E DA TV Turma:
Disciplinas Destino:
146811 - Marketing em Publicidade e Propaganda Válido para
Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143430 - TELEJORNALISMO

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2002/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
143430 - TELEJORNALISMO Turma:
145246 - RADIOJORNALISMO Turma:
Disciplinas Destino:
146765 - Telejornalismo 1
146773 - Radiojornalismo 1 Válido
para Opção:
8311-JORNALISMO
8338-PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Validade: de 1988/2 à 2002/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
143430 - TELEJORNALISMO Turma:
145246 - RADIOJORNALISMO Turma:
Disciplinas Destino:
146765 - Telejornalismo 1
146773 - Radiojornalismo 1 Válido
para Opção:
8354-Audiovisual

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143430 - TELEJORNALISMO Turma:

146765 - Telejornalismo 1
Disciplinas Destino:
204102 - Jornalismo em Televisão Válido
para Opção:

Turma:

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
143430 - TELEJORNALISMO
145246 - RADIOJORNALISMO
Disciplinas Destino:
201596 - Técnicas de Rádio e TV Válido
para Opção:

Turma:

Turma:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143448 - REPORTAGEM E ENTREVISTA

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143448 - REPORTAGEM E ENTREVISTA
143618 - JORNALISMO DE REVISTA
Disciplinas Destino:
146536 - Campus 1
Válido para Opção:

Turma:

Turma:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143456 - ANALISE E OPINIAO

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
143456 - ANALISE E OPINIAO
Disciplinas Destino:
117811 - Jornalismo Opinativo Válido
para Opção:
850-Jornalismo

Turma:

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143456 - ANALISE E OPINIAO
Disciplinas Destino:
117811 - Jornalismo Opinativo Válido
para Opção:
850-Jornalismo
8311-Jornalismo

Turma:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143481 - JORNALISMO ESPECIALIZADO

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

143481 - JORNALISMO ESPECIALIZADO

143634 - IMPRENSA E SOCIEDADE

145050 - EDICAO JORNALISTICA

145076 - NOTICIA E MERCADOLOGIA

Turma:

Turma:

Turma:

Turma:

Disciplinas Destino:

145599 - Campus 2

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 143502 - PRODUCAO PUBLICITARIA PARA RADIO, TELEVISAO E CINEMA

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem

143502 - PRODUCAO PUBLICITARIA PARA RADIO, TELEVISAO E CINEMA

Turma:

Disciplinas Destino:

150088 - Produção Publicitária Audiovisual Válido para

Opção:

8338-Publicidade e Propaganda

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem

143502 - PRODUCAO PUBLICITARIA PARA RADIO, TELEVISAO E CINEMA

Turma:

Disciplinas Destino:

150088 - Produção Publicitária Audiovisual Válido para

Opção:

8338-Publicidade e Propaganda

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 143511 - PROJETOS EXPERIMENTAIS - PUBLICIDADE

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2006/2, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem

143511 - PROJETOS EXPERIMENTAIS - PUBLICIDADE

Turma:

Disciplinas Destino:

150100 - Projeto Final em Publicidade e Propaganda Válido para

Opção:

8338-Publicidade e Propaganda

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 143529 - PROJETOS EXPERIMENTAIS - CINEMA

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2006/2, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem

143529 - PROJETOS EXPERIMENTAIS - CINEMA

Turma:

Disciplinas Destino:

146722 - Projeto Experimental em Audiovisual

Válido para Opção:
8354-Audiovisual

Validade: de 1988/2 à 2006/2, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
143529 - PROJETOS EXPERIMENTAIS - CINEMA Turma:
Disciplinas Destino:
146722 - Projeto Experimental em Audiovisual Válido para
Opção:
8354-Audiovisual

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143537 - PROJETOS EXPERIMENTAIS - JORNALISMO

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2006/2, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
143537 - PROJETOS EXPERIMENTAIS - JORNALISMO Turma:
Disciplinas Destino:
150096 - Projeto Final em Jornalismo Válido
para Opção:
8311-Jornalismo

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143553 - REDACAO PARA RADIO 2

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143553 - REDACAO PARA RADIO 2 Turma:
Disciplinas Destino:
146749 - Roteiro, Produção e Realização em Áudio Válido para
Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143561 - REDACAO PARA TV 1

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143561 - REDACAO PARA TV 1 Turma:
Disciplinas Destino:
146633 - Oficina de Argumento e Roteiro Válido
para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143588 - PROJETOS EXPERIMENTAIS - RADIALISMO

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2006/2, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
143588 - PROJETOS EXPERIMENTAIS - RADIALISMO

Turma:

Disciplinas Destino:

146722 - Projeto Experimental em Audiovisual Válido para

Opção:

8354-Audiovisual

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 143618 - JORNALISMO DE REVISTA

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

143448 - REPORTAGEM E ENTREVISTA

Turma:

143618 - JORNALISMO DE REVISTA

Turma:

Disciplinas Destino:

146536 - Campus 1

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 143634 - IMPRENSA E SOCIEDADE

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

143481 - JORNALISMO ESPECIALIZADO

Turma:

143634 - IMPRENSA E SOCIEDADE

Turma:

145050 - EDICAO JORNALISTICA

Turma:

145076 - NOTICIA E MERCADOLOGIA

Turma:

Disciplinas Destino:

145599 - Campus 2

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 143651 - POLITICA DE COMUNICACAO

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

143651 - POLITICA DE COMUNICACAO

Turma:

Disciplinas Destino:

145564 - Politicas de Comunicação Válido

para Opção:

8311-Jornalismo

8338-Publicidade e Propaganda 8354-

Audiovisual

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 143740 - EDICAO DO FILME

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143740 - EDICAO DO FILME

Turma:

Disciplinas Destino:
146676 - Edição e Montagem

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143758 - FOTOGRAFIA E ILUMINACAO 2

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143227 - DIRECAO DO FILME 2
143758 - FOTOGRAFIA E ILUMINACAO 2
145688 - LABORATORIO DE REALIZACAO CINEMATOGRAFICA
145751 - EDICAO DO FILME 2
145769 - SOM DO FILME 2
145777 - ORGANIZACAO DA PRODUCAO 2

Turma:

Turma:

Turma:

Turma:

Turma:

Turma:

Disciplinas Destino:
146692 - Laboratório de Realização em Cinema Válido para
Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145017 - TEORIAS DA COMUNICACAO 1

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1985/1 à 2002/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
145017 - TEORIAS DA COMUNICACAO 1
Disciplinas Destino:
146480 - Introdução a Comunicação 146498 -
Comunicação e Universidade
146501 - Leitura dos Meios de Comunicação Válido
para Opção:
8354-Audiovisual

Turma:

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
145017 - TEORIAS DA COMUNICACAO 1
Disciplinas Destino:
146498 - Comunicação e Universidade Válido
para Opção:
8311-Jornalismo
8338-Publicidade e Propaganda 8354-
Audiovisual

Turma:

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
145017 - TEORIAS DA COMUNICACAO 1
Disciplinas Destino:
146480 - Introdução a Comunicação

Turma:

146498 - Comunicação e Universidade 146501 - Leitura
dos Meios de Comunicação

Válido para Opção:

8311-Jornalismo
8338-Publicidade e Propaganda

Validade: de 1988/2 à 2016/2, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
145017 - TEORIAS DA COMUNICACAO 1

Turma:

Disciplinas Destino:

117838 - Teorias do Jornalismo Válido

para Opção:

850-Jornalismo
8311-Jornalismo

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145025 - COMUNICACAO COMPARADA

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
145025 - COMUNICACAO COMPARADA

Turma:

Disciplinas Destino:

145564 - Politicas de Comunicação Válido

para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145033 - Estética e Cultura de Massa

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
145033 - Estética e Cultura de Massa

Turma:

Disciplinas Destino:

145548 - Estética da Comunicação Válido

para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145041 - REDACAO DE JORNALISMO

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
145041 - REDACAO DE JORNALISMO

Turma:

Disciplinas Destino:

145581 - Técnicas de Jornalismo Válido

para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145050 - EDICAO JORNALISTICA

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

143481 - JORNALISMO ESPECIALIZADO

Turma:

143634 - IMPRENSA E SOCIEDADE

Turma:

145050 - EDICAO JORNALISTICA

Turma:

145076 - NOTICIA E MERCADOLOGIA

Turma:

Disciplinas Destino:

145599 - Campus 2

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145076 - NOTICIA E MERCADOLOGIA

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

143481 - JORNALISMO ESPECIALIZADO

Turma:

143634 - IMPRENSA E SOCIEDADE

Turma:

145050 - EDICAO JORNALISTICA

Turma:

145076 - NOTICIA E MERCADOLOGIA

Turma:

Disciplinas Destino:

145599 - Campus 2

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145092 - PLANEJAMENTO GRAFICO

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2016/2, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem

145092 - PLANEJAMENTO GRAFICO

Turma:

Disciplinas Destino:

115509 - Processos Gráficos em Jornalismo Válido para

Opção:

850-Jornalismo

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

145092 - PLANEJAMENTO GRAFICO

Turma:

Disciplinas Destino:

115541 - Webdesing em Jornalismo Válido

para Opção:

850-Jornalismo

8311-Jornalismo

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Bidirecional

Disciplinas Origem

145092 - PLANEJAMENTO GRAFICO

Turma:

Disciplinas Destino:

115509 - Processos Gráficos em Jornalismo Válido para

Opção:

850-Jornalismo

8311-Jornalismo

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 145122 - PESQUISA EM COMUNICACAO

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

145122 - PESQUISA EM COMUNICACAO

Turma:

Disciplinas Destino:

145530 - Métodos e Técnicas em Pesquisa em Comunicação Válido para

Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 145181 - REDACAO PARA PUBLICIDADE IMPRESSA

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

145181 - REDACAO PARA PUBLICIDADE IMPRESSA

Turma:

Disciplinas Destino:

146820 - Redação Publicitária Válido

para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 145190 - PLANEJAMENTO DE CAMPANHAS

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

145190 - PLANEJAMENTO DE CAMPANHAS

Turma:

Disciplinas Destino:

146846 - Planejamento Publicitário Válido

para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 145203 - MIDIA

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2002/2, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem

145203 - MIDIA

Turma:

Disciplinas Destino:

146854 - Gerenciamento de Contas Válido

8311-Jornalismo
8338-Publicidade e Propaganda 8354-
Audiovisual

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

145203 - MIDIA

146854 - Gerenciamento de Contas

Turma:

Turma:

Disciplinas Destino:

203998 - Mídia e Gerenciamento de Contas Válido

para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 145246 - RADIOJORNALISMO

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2002/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem

143430 - TELEJORNALISMO

145246 - RADIOJORNALISMO

Turma:

Turma:

Disciplinas Destino:

146765 - Telejornalismo 1

146773 - Radiojornalismo 1 Válido

para Opção:

8311-JORNALISMO

8338-PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Validade: de 1988/2 à 2002/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem

143430 - TELEJORNALISMO

145246 - RADIOJORNALISMO

Turma:

Turma:

Disciplinas Destino:

146765 - Telejornalismo 1

146773 - Radiojornalismo 1 Válido

para Opção:

8354-Audiovisual

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

145246 - RADIOJORNALISMO

146773 - Radiojornalismo 1

Turma:

Turma:

Disciplinas Destino:

204111 - Jornalismo em Rádio Válido

para Opção:

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem

143430 - TELEJORNALISMO

145246 - RADIOJORNALISMO

Turma:

Turma:

Disciplinas Destino:

201596 - Técnicas de Rádio e TV

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145254 - REDACAO PARA RADIO 1

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
145254 - REDACAO PARA RADIO 1

Turma:

Disciplinas Destino:
146731 - Introdução a Linguagem Sonora Válido
para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145262 - TELEVISAO 1

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1971/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
145262 - TELEVISAO 1

Turma:

Turma:

145301 - JORNALISMO CINEMATOGRAFICO 1

Disciplinas Destino:
143430 - TELEJORNALISMO

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145271 - ORGANIZACAO DA PRODUCAO

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
145271 - ORGANIZACAO DA PRODUCAO

Turma:

Disciplinas Destino:
146650 - Produção

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145297 - PRODUCAO E EDICAO EM TV

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
145297 - PRODUCAO E EDICAO EM TV

Turma:

Disciplinas Destino:
146676 - Edição e Montagem

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145301 - JORNALISMO CINEMATOGRAFICO 1

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1971/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

145262 - TELEVISAO 1

145301 - JORNALISMO CINEMATOGRAFICO 1

Turma:

Turma:

Disciplinas Destino:

143430 - TELEJORNALISMO

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145327 - DIRECAO DO FILME 1

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

145327 - DIRECAO DO FILME 1

Turma:

Disciplinas Destino:

146641 - Direção

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145335 - INTRODUCAO A FOTOGRAFIA

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem

145335 - INTRODUCAO A FOTOGRAFIA

Turma:

Disciplinas Destino:

153338 - OFICINA DE FOTOGRAFIA 1

Válido para Opção:

5410-Código de opção não cadastrado 5428-

Código de opção não cadastrado 5444-Código

de opção não cadastrado

Validade: a partir de 1989/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem

145335 - INTRODUCAO A FOTOGRAFIA

Turma:

Disciplinas Destino:

153338 - OFICINA DE FOTOGRAFIA 1

Válido para Opção:

5321-Código de opção não cadastrado 5339-

Código de opção não cadastrado 5347-Código

de opção não cadastrado 5355-Código de opção

não cadastrado 5363-Código de opção não

cadastrado 5380-Programação Visual

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145416 - ETICA E LEGISLACAO EM COMUNICACAO

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
145416 - ETICA E LEGISLACAO EM COMUNICACAO Turma:

Disciplinas Destino:
145521 - Ética na Comunicação
146927 - Legislação e Direito a Comunicação Válido para

Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145491 - ANALISE DA IMAGEM

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
145491 - ANALISE DA IMAGEM Turma:

Disciplinas Destino:
146625 - Teoria Estética do Cinema e do Audiovisual Válido para

Opção:
8311-Jornalismo
8338-Publicidade e Propaganda 8354-Audiovisual

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145602 - SOCIOLOGIA DA COMUNICACAO

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1988/2 à 2006/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
145602 - SOCIOLOGIA DA COMUNICACAO Turma:

Disciplinas Destino:
145556 - Comunicação e Sociedade Válido para Opção:

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
145602 - SOCIOLOGIA DA COMUNICACAO Turma:

Disciplinas Destino:
145017 - TEORIAS DA COMUNICACAO 1
146480 - Introdução a Comunicação Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145611 - TEORIAS DA COMUNICACAO 2

Equivalência onde a disciplina é origem

Validade: de 1971/2 a 2006/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional

Disciplinas Origem

145611 - TEORIAS DA COMUNICACAO 2

Turma:

Disciplinas Destino:

145602 - SOCIOLOGIA DA COMUNICACAO

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 143065 - ELEMENTOS DE LINGUAGEM MUSICAL

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: a partir de 1985/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem

144002 - Oficina Basica de Música 1

Turma:

Disciplinas Destino:

143065 - ELEMENTOS DE LINGUAGEM MUSICAL

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional

Disciplina 143138 - CRIATIVIDADE E PUBLICIDADE

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

143073 - LINGUAGEM PUBLICITARIA

Turma:

Disciplinas Destino:

143138 - CRIATIVIDADE E PUBLICIDADE

Válido para Opção:

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

200352 - Introdução as Teorias da Comunicação

Turma:

201006 - Metodologia de Pesquisa em Comunicação

Turma:

201022 - Produção e Edição de Imagem e Som

Turma:

202517 - Planejamento Gráfico, Visual e Web

Turma:

202533 - Políticas de Comunicação, Sociedade e Cidadania

Turma:

202576 - Criação em Comunicação e Publicidade

Turma:

Disciplinas Destino:

143138 - CRIATIVIDADE E PUBLICIDADE

145017 - TEORIAS DA COMUNICACAO 1

145530 - Métodos e Técnicas em Pesquisa em Comunicação 145564 -

Políticas de Comunicação

146579 - Fundamentos de Comunicação Visual

146617 - Linguagens Cinematográfica e Audiovisual Válido para

Opção:

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

202576 - Criação em Comunicação e Publicidade

Turma:

Disciplinas Destino:

143138 - CRIATIVIDADE E PUBLICIDADE

Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143278 - O SOM DO FILME

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143065 - ELEMENTOS DE LINGUAGEM MUSICAL Turma:
Disciplinas Destino:
143278 - O SOM DO FILME
Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143359 - MERCADOLOGIA DO RADIO E DA TV

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143081 - MERCADOLOGIA EM PUBLICIDADE Turma:
Disciplinas Destino:
143359 - MERCADOLOGIA DO RADIO E DA TV
Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143430 - TELEJORNALISMO

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: a partir de 1971/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
145262 - TELEVISAO 1 Turma:
145301 - JORNALISMO CINEMATOGRAFICO 1 Turma:
Disciplinas Destino:
143430 - TELEJORNALISMO
Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143456 - ANALISE E OPINIAO

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
117838 - Teorias do Jornalismo Turma:
Disciplinas Destino:
143456 - ANALISE E OPINIAO
Válido para Opção:
8311-Jornalismo

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143600 - PESQUISA PUBLICITARIA

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
146862 - Laboratório em Publicidade e Propaganda

Turma:

Disciplinas Destino:

143600 - PESQUISA PUBLICITARIA
146803 - Fotografia Publicitária Válido

para Opção:

8311-Jornalismo
8338-Publicidade e Propaganda

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143723 - EVOLUCAO DO TEATRO E DA DANCA

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: de 1985/1 à 2015/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
153621 - OFICINA BASICA DE ARTES CENICAS 1

Turma:

Disciplinas Destino:

143723 - EVOLUCAO DO TEATRO E DA DANCA

Válido para Opção:

4758-Código de opção não cadastrado

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 143758 - FOTOGRAFIA E ILUMINACAO 2

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
146706 - Laboratório de Realização em Áudio

Turma:

Disciplinas Destino:

143758 - FOTOGRAFIA E ILUMINACAO 2
145777 - ORGANIZACAO DA PRODUCAO 2
204013 - Som 2
204021 - Direção em Audiovisual 2
204030 - Edição e Montagem 2 Válido

para Opção:

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
146692 - Laboratório de Realização em Cinema

Turma:

Disciplinas Destino:

143758 - FOTOGRAFIA E ILUMINACAO 2
145777 - ORGANIZACAO DA PRODUCAO 2
204013 - Som 2
204021 - Direção em Audiovisual 2
204030 - Edição e Montagem 2 Válido

para Opção:

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
146684 - Laboratório de Realização em TVe Video

Turma:

Disciplinas Destino:

143758 - FOTOGRAFIA E ILUMINACAO 2
145777 - ORGANIZACAO DA PRODUCAO 2
204013 - Som 2
204021 - Direção em Audiovisual 2
204030 - Edição e Montagem 2 Válido

para Opção:

Validade: de 1988/2 à 2011/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

146684 - Laboratório de Realização em TVe Video
146692 - Laboratório de Realização em Cinema
146706 - Laboratório de Realização em Áudio

Turma:

Turma:

Turma:

Disciplinas Destino:

143758 - FOTOGRAFIA E ILUMINACAO 2
145777 - ORGANIZACAO DA PRODUCAO 2
204013 - Som 2
204021 - Direção em Audiovisual 2
204030 - Edição e Montagem 2 Válido

para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145017 - TEORIAS DA COMUNICACAO 1

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

145602 - SOCIOLOGIA DA COMUNICACAO

Turma:

Disciplinas Destino:

145017 - TEORIAS DA COMUNICACAO 1
146480 - Introdução a Comunicação Válido

para Opção:

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

200352 - Introdução as Teorias da Comunicação
201006 - Metodologia de Pesquisa em Comunicação
201022 - Produção e Edição de Imagem e Som
202517 - Planejamento Gráfico, Visual e Web
202533 - Políticas de Comunicação, Sociedade e Cidadania
202576 - Criação em Comunicação e Publicidade

Turma:

Turma:

Turma:

Turma:

Turma:

Turma:

Disciplinas Destino:

143138 - CRIATIVIDADE E PUBLICIDADE
145017 - TEORIAS DA COMUNICACAO 1
145530 - Métodos e Técnicas em Pesquisa em Comunicação 145564 -
Políticas de Comunicação
146579 - Fundamentos de Comunicação Visual
146617 - Linguagens Cinematográfica e Audiovisual Válido para

Opção:

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem

200352 - Introdução as Teorias da Comunicação

Turma:

Disciplinas Destino:
145017 - TEORIAS DA COMUNICACAO 1
Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145149 - PUBLICIDADE E SOCIEDADE

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: a partir de 1971/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143057 - HISTORIA DA PUBLICIDADE Turma:
Disciplinas Destino:
145149 - PUBLICIDADE E SOCIEDADE
Válido para Opção:

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
143111 - ANALISE DA PUBLICIDADE Turma:
Disciplinas Destino:
145149 - PUBLICIDADE E SOCIEDADE
Válido para Opção:

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145335 - INTRODUCAO A FOTOGRAFIA

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
153338 - OFICINA DE FOTOGRAFIA 1 Turma:
Disciplinas Destino:
145335 - INTRODUCAO A FOTOGRAFIA
Válido para Opção:
5649-Artes Visuais

Validade: de 1988/2 à 2017/2, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
200344 - Linguagens da Comunicação 1 Turma:
Disciplinas Destino:
145335 - INTRODUCAO A FOTOGRAFIA
Válido para Opção:

Validade: a partir de 1988/2, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
200344 - Linguagens da Comunicação 1 Turma:
Disciplinas Destino:
145335 - INTRODUCAO A FOTOGRAFIA
Válido para Opção:
850-Jornalismo
8311-Jornalismo
8338-Publicidade e Propaganda

8354-Audiovisual
8362-Comunicação Organizacional

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145467 - OFICINA DE TEXTO 1

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
115525 - Apuração e Texto Jornalístico 1 Turma:
Disciplinas Destino:
145467 - OFICINA DE TEXTO 1
Válido para Opção:
850-Jornalismo
8311-Jornalismo

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145602 - SOCIOLOGIA DA COMUNICACAO

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: de 1971/2 à 2008/1, abrangência: Geral, deferido: Sim, direção: Bidirecional Disciplinas Origem
145611 - TEORIAS DA COMUNICACAO 2 Turma:
Disciplinas Destino:
145602 - SOCIOLOGIA DA COMUNICACAO
Válido para Opção:

Validade: de 1988/2 à 2008/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
134902 - Sociologia da Comunicação Turma:
Disciplinas Destino:
145602 - SOCIOLOGIA DA COMUNICACAO
Válido para Opção:
4740-Código de opção não cadastrado 4758-
Código de opção não cadastrado 8311-
Jornalismo
8338-Publicidade e Propaganda

Orgão Responsável: COM - Departamento de Comunicação Organizacional
Disciplina 145629 - OFICINA DE TEXTO 2

Equivalência onde a disciplina é destino

Validade: de 1988/2 à 2018/1, abrangência: Opção, deferido: Sim, direção: Unidirecional Disciplinas Origem
145513 - Oficina Avançada de Narrativas Turma:
Disciplinas Destino:
145629 - OFICINA DE TEXTO 2
Válido para Opção:
8311-Jornalismo
8338-Publicidade e Propaganda 8354-
Audiovisual

ANEXO G - Ementas



CURSO: Comunicação Organizacional
DISCIPLINA: INSTRUMENTOS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL
PERÍODO MINISTRADO: 4º Semestre
CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Diagnóstico de Comunicação nas organizações. Elaboração de Plano de Comunicação: as dimensões técnica, estratégica e ético-política. Manual de Identidade Visual. Plano de Mídias Sociais. Vídeo Institucional. O uso de impressos na Comunicação Organizacional. Outros instrumentos de Comunicação Organizacional.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

BRUNO-FARIA, Maria de F.; VARGAS, Eduardo R.; MARTÍNEZ, Albertina M. (Orgs.). **Criatividade e inovação nas organizações: Desafios para a Competitividade**. São Paulo: Atlas, 2013.

CLEGG, Stewart R.; HARDY, Cynthia; NORD, Walter R. (Orgs). **Handbook de estudos organizacionais – Volume 1**. Atlas, São Paulo, 1998.

CLEGG, Stewart R.; HARDY, Cynthia; NORD, Walter R. (Orgs). **Handbook de estudos organizacionais – Volume 2**. Atlas, São Paulo, 2001.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento e técnicas**. Ed. Summus, São Paulo, 1986.

Bibliografia Complementar

GLĂVEANU, Vlad Petre. (Org.). **The Palgrave handbook of creativity and culture research**. London: Palgrave Macmillan, 2016.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações públicas e modernidade: Novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional
DISCIPLINA: CRIAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE
PERÍODO MINISTRADO: 4º Semestre
CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Conceitos, abordagens e técnicas de criatividade. Geração, avaliação, aprimoramento e implementação de ideias na comunicação.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

ALENCAR, Eunice M.L.S.; FLEITH, Denise S. Criatividade - múltiplas perspectivas. (3. ed.). Brasília: Editora UnB, 2003.

LUBART, Todd. Psicologia da criatividade. Porto Alegre: Artmed, 2007.

MARCHIORI, Marlene (org.). Conhecimento e mudança. Rio de Janeiro: Difusão Editora; Editora Senac, 2014.

Bibliografia Complementar

ALENCAR, Eunice M.L.S. et al. Medidas de criatividade - teoria e prática. Porto Alegre: Artmed, 2010.

BRUNO-FARIA, Maria de Fátima. Criatividade, inovação e mudança organizacional. In: LIMA, Suzana Maria Valle. (Org.). Mudança organizacional: teoria e gestão. Rio de Janeiro: FGV, 2003. p. 111-141.

CARRASCOZA, João Anzanello. Do caos à criação publicitária - processo criativo, plágio e ready-made na publicidade. São Paulo: Saraiva, 2008.

PREDEBON, Jose. Criatividade - abrindo o lado inovador da mente. São Paulo: Atlas, 2010. WAITEMAN, Flávio. Manual prático de criação publicitária. São Paulo: Nobel, 2005.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Planejamento em Comunicação

PERÍODO MINISTRADO: 2º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Estudo de aspectos endógenos e do macroambiente onde operam as organizações. Aplicação de métodos e técnicas para a delimitação de objetivos comunicacionais e desenvolvimento de planos de comunicação.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

MOTA, Luiz Gonzaga (Org.). Estratégias e culturas da comunicação. Brasília : Editora da UnB, 2002.

LUPETTI, Marcélia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012. xi, 190 p.

TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática. 3. ed., rev. e amp. São Paulo: Atlas, 2010. xvi, 243 p

Bibliografia Complementar

ARGENTI, Paul A. Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2011. xxxii, 379 p.

DUARTE, Jorge (Org.); MOUTINHO, Ana Viela (Colab.). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica . 4. ed. rev., ampl. São Paulo: Atlas, 2011. xxx, 444 p. ISBN 9788522463619

KUNSCH, Margarida M. K. Planejamento em Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo, Summus Editorial, 2002

PHILLIPS, Peter L. Briefing: a gestão do projeto de design. São Paulo: Blücher, 2008. xxii, 183 p.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Gestão Estratégica para a Sociedade

PERÍODO MINISTRADO: 6º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Comunicação como estratégia para a mudança social. Sociedade como espaço da organização da diversidade. Gestão como posicionamento institucional que se materializa como projeto. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

ARENDDT, Hannah. As Origens do Totalitarismo: anti-semitismo, imperialismo, totalitarismo. São Paulo: Companhia de Bolso, 2012.

DOUGLAS, Mary. Como as instituições pensam. São Paulo: EDUSP, 2007.

HARVEY, David. Espaços de esperança. São Caetano do Sul: Difusão, 2008.

HOBBSBAWN, Eric. Globalização, Democracia e Terrorismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LENIN, Vladimir Ilitch et alli. Estratégia e tática. São Paulo: Anita Garibaldi, 1989.

RIBEIRO, Gustavo Lins. O capital da esperança: a experiência dos trabalhadores na construção de Brasília. Brasília: UnB, 2008.

Bibliografia Complementar

BARBOSA, Livia. Igualdade e Meritocracia: a ética do desempenho nas sociedades modernas. 4 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

BECKER, Howard S. Falando da Sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

HOLSTON, James. A cidade modernista: uma crítica de Brasília e sua utopia. 2 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

LAFUENTE, Antonio; JIMÉNEZ, Alberto Corsín. Comunidades de atingidos, o comum e o dom expandido. Revista Galáxia, São Paulo, n. 21, p. 10-25, jun. 2011. Disponível em http://digital.csic.es/bitstream/10261/37828/1/comunidades_atingidos_dom_expandido.pdf

SEN, Amartya. Desigualdade Reexaminada. Rio de Janeiro: Record, 2008

ZIZEK, Slavoj. Às Portas da Revolução: escritos de Lênin de 1917. São Paulo: Boitempo, 2005.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: GESTÃO EM COMUNICAÇÃO

PERÍODO MINISTRADO: 3º Semestre **CRÉDITOS:**

4

1. EMENTA

Evolução dos conceitos e modelos de gestão. Desafios contemporâneos de gestão de processos, rotinas, fluxos, redes, discursos, imagem, identidade, conflitos e crises na comunicação organizacional. Estratégias e ações de relacionamento com públicos de interesse.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

BACEGGA, Maria Aparecida; COSTA, Maria Cristina Castilho (orgs). Gestão da Comunicação: Epistemologia e Teoria. São Paulo: Editora Paulinas, 2008.

DUARTE, J. Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo, Atlas, 2009.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas. São Paulo: Difusão, 2009

Bibliografia Complementar

COSTA, Maria Cristina Castilho (org). Gestão da Comunicação: Projetos de intervenção. São Paulo: Editora Paulinas, 2008.

FIGARO, Roseli. Gestão da Comunicação: no mundo do trabalho, educação, terceiro setor e corporativismo. São Paulo, 2005.

FLEURY, Maria Tereza L. E FISCHER, Rosa M. Cultura e Poder nas Organizações. São Paulo, Atlas, 1996.

GOMES, Wilson e MAIA, Rousiley. Comunicação e Democracia. São Paulo, Paulus, 2008.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional
DISCIPLINA: Políticas de Comunicação e Sociedade
PERÍODO MINISTRADO: 3º Semestre
CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Conceito de Políticas Públicas e de Políticas Públicas de Comunicação. Principais sistemas de mídia. Principais desafios de Políticas Públicas de Comunicação no país. O Direito Humano à Comunicação na Constituição Federal. Movimentos pela democratização da Comunicação

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

BOLAÑO, C. et alii. **Comunicação, Educação, Economia e Sociedade no Brasil:** Desenvolvimento histórico, estrutura atual e os desafios do século XXI. Sergipe: UFS, 2008.

BOLANO, C. **Qual a lógica das políticas de Comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.

RAMOS, M.C. , SANTOS, S. **Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas.** São Paulo: Paulus, 2007.

KUNSCH, Margarida M.K. (Org). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos.** (vol 2) São Paulo: Saraiva, 2009.

Bibliografia Complementar

BARBOSA, Bia. “Direito à comunicação é instrumento de inserção social”
In:

http://www.idbrasil.gov.br/menu_interno/docs_prog_gesac/artigos_entrevistas/boletim_carta_maior. Ed. Ministério Das Comunicações / Inserção social, Brasília, 2004.

MONTAÑO, Carlos. **Terceiro Setor e Questão Social - Crítica ao padrão emergente de intervenção social.** Cortez Editora, São Paulo - SP, 2002.

SADER, Emir e GENTILI, Pablo. Pós-neoliberalismo - As políticas sociais e o Estado democrático. Ed. Paz e terra, Rio de Janeiro, 1995.

SILVA, Luiz Martins da (org.). Direito à Comunicação. Ed. Casa das Musas, Brasília, 200

UNESCO. Um Mundo. Muitas Vozes - Comunicação e informação na nossa época. Editora FGV, Rio de Janeiro, 1983.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: TÉCNICAS DE JORNALISMO EM RÁDIO E TV

PERÍODO MINISTRADO: 3º

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Introdução às práticas básicas de produção da notícia para rádio e televisão: aspectos técnicos e éticos. As características dos dois veículos e a influência sobre a linguagem. Aplicações na comunicação organizacional.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

BARBEIRO, Heródoto. LIMA, Paulo Rodolfo de. Manual de Radiojornalismo *Produção, Ética e Internet*. São Paulo: Campus, 2001.

CRUZ NETO, João Elias da. Reportagem de televisão: como produzir, executar e editar. Petrópolis: Vozes, 2009.

MEDITSCH, Eduardo. Teorias do rádio: Textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2005.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa. Petrópolis: Vozes, 2009.

Bibliografia Complementar

BUCCI, Eugênio. Sobre ética e imprensa. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras,

2006 KELLISON, Cathrine. Produção e direção para TV e vídeo. Rio de Janeiro:

Elsevier, 2007.

MACHADO, Arlindo. A televisão levada a sério. 5. ed. São Paulo: SENAC São Paulo,

2009. MEDINA, Cremilda de Araújo. Entrevista: o diálogo possível. 4. ed. São

Paulo: Ática, 2000.

PATERNOSTRO, Vera Iris. O Texto na tv: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

PORCHAT, Maria Elisa. Manual de radiojornalismo da Jovem Pan.3. ed., rev. São Paulo: Ática, 1993

PRADO, Emilio. Estrutura da informação radiofônica. São Paulo, SP: Summus, 1989.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Assessoria e Consultoria de Comunicação

PERÍODO MINISTRADO: 7º Semestre

CRÉDITOS: 12

1. EMENTA

Espaço de experimentação em Comunicação Organizacional, de caráter laboratorial e transdisciplinar, comprometido com a inovação, assessoramento de excelência e senso de comunidade, integrando estudos teóricos e práticos no âmbito de pesquisa, ensino e extensão.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Jornalismo empresarial: teoria e prática. São Paulo. 2. ed. Summus. 1987.

LOPES, Boanerges e VIEIRA, Roberto Fonseca (orgs) Jornalismo e Relações Públicas. Rio de Janeiro, Maud, 2004.

CARVALHO, Cláudia e REIS, Léa Maria Aarão. Manual Prático de Assessoria de Imprensa. São Paulo, Campus, 2008

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo, 5. ed. 1986.

Bibliografia Complementar

DUARTE, Jorge. Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Prática. São Paulo, Atlas, 2003.

KOPLLIN, Elisa. Assessoria de Imprensa: Teoria e Prática. São Paulo, Summus, 2009.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Avaliação de Projetos em Comunicação

PERÍODO MINISTRADO: 6º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Processos e instrumentos de avaliação de projetos de comunicação, diagnóstico, acompanhamento avaliação de impacto. Construção de indicadores e ferramentas de pesquisa para avaliação de projetos.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

BUENO, Wilson da C. Auditoria de imagem na mídia. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2012. p. 345-363.

CEREZUELA, David. Planejamento e avaliação de projetos culturais: da ideia a ação. São Paulo: Edições Sesc, 2016. (Cap. 4)

GALERANI, Gilceana Soares Moreira. O desafio da avaliação de resultados em Comunicação Organizacional. *Organicom*, 2, 2005, p. 149-165.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Construção de indicadores qualitativos para Avaliação de mudanças. *Revista Brasileira de Educação Médica*, 33 (1), p. 83-91, 2009.

TRZESNIAK, Piotr. Indicadores quantitativos: reflexões que antecedem seu estabelecimento. *CI. Inf.*, Brasília, 27 (2), p. 159-164, 1998.

Bibliografia Complementar

BERGER, A. A. *Media and Communication Research Methods: an introduction to qualitative and quantitative approaches*. Thousand Oaks: Sage, 2000.

GALERANI, Gilceana Soares Moreira. *Avaliação em comunicação organizacional*. Embrapa: Brasília, 2006

KUNSCH, M.M.K (Org). *Obtendo resultados com relações públicas*. São Paulo: Pioneira, 1997.

LINDENMANN, W. K. An effectiveness yardstick to measure public relations success. *Public Relations Quarterly*, 38 (1), 1993.

PMBOK, Guide. A Guide to the Project management body of knowledge. Project Management Institute: Pennsylvania, 2013.

TAVARES, M. C. Gestão estratégica. São Paulo: Atlas, 2000.

VASCONCELOS, Luciene Ricciotti. Planejamento de comunicação integrada: Manual de sobrevivência para as organizações do século XX. São Paulo: Summus, 2009.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Ética, Legislação e Responsabilidade Social

PERÍODO MINISTRADO: 1º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Conceitos de ética em diferentes sociedades e contextos. Diferenças entre ética e moral. Éticas normativas e não-normativas. Códigos de ética. A Ética em ambientes organizacionais. Ética e responsabilidade social. Ética nos meios de comunicação. Comunicação e pactos éticos.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

ASHLEY, Patrícia Almeida (Coord.). Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo, SP: Saraiva, 2004. xxv, 205 p. ISBN 8502034928.

GOLDSTEIN, Ilana. Responsabilidade social: das grandes corporações ao terceiro setor. São Paulo: Ática, 2007.

SILVEIRA, Elisabeth; MURASHIMA, Mary. Comunicação empresarial. Rio de Janeiro: FGV Ed., 2012. 517 p. (FGV universitária). ISBN 9788522509270.

Bibliografia Complementar

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: teoria e pesquisa. Barueri: Manole, 2003.

FERREL, O. C.; FRAEDRICH, John; FERREL, Linda. Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001

FERNANDES, Rubem César. Privado porém público: o terceiro setor na América Latina. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

HABERMAS, Jünger. Consciência moral e agir comunicativo. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

MELLO NETO, Francisco. Responsabilidade social e cidadania empresarial. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

SILVA, Luiz Martins da (Org.). Direito à comunicação. Brasília: Casa das Musas, 2004.

VIDAL, Delcia Maria Mattos de. Imprensa, jornalismo e interesse público: perspectivas de renovação (a notícia cidadã). Tese de Doutorado apresentando junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (PPGCOM/UnB). Brasília: UnB, 2009.

VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez. Ética. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1987.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Formatação e Gerenciamento de Projetos em Comunicação

PERÍODO MINISTRADO: 6º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Modelos de elaboração, formatação e gerenciamento de projetos de comunicação em organizações.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

FONTES, Miguel. Marketing social: novos paradigmas. Editora Campus Elsevier, 2008.

KOTLER, Philip, LEE, Nancy. Marketing Social: influenciando comportamentos para o bem. Porto Alegre: Bookman, 2011.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan & SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Bibliografia Complementar

KOTLER, P. & ROBERTO, E. L. Marketing social: estratégias para alterar o comportamento social. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

MELO Neto, Francisco Paulo de, FRÓES, César. Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

VAZ, Gil Nuno. Marketing Institucional: O mercado de idéias e imagens. São Paulo:

Pioneira, 1997. ZENONE, Luiz Claudio. Marketing social. São Paulo: Thomson, 2006.

ZEPPELINI, Marcio. Comunicação: visibilidade e captação de recursos para projetos sociais. São Paulo : Zepelini Editorial, 2011



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Introdução ao Marketing

PERÍODO MINISTRADO: 1º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Os princípios e as noções iniciais do marketing. Os conceitos fundamentais. As tendências do mercado consumidor e da sociedade.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. São Paulo : Pearson, 2011

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan & SETIAWAN, Iwan. *Marketing 3.0*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LOVELOCK, Christopher H. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. São Paulo: Pearson, 2011.

Bibliografia Complementar

CHURCHILL Jr, Gilbert A; PETER, J.Paul. *Marketing: criando valor para o cliente*. São Paulo: Saraiva, 2011.

CORREA, Roberto. *Comunicação integrada de marketing: uma visão global*. São Paulo: Saraiva, 2006.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de marketing : conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINS, José Roberto. *Branding: um manual para você criar, gerenciar e avaliar marcas*. GlobalBrands. Disponível em: <http://www.globalbrands.com.br/artigos-pdf/livro-branding-o-manual-para-voce-criar-gerenciar-e-%20avaliar-marcas.pdf>

VAZ, Gil Nuno. *Marketing institucional: o mercado de ideias e imagens*. São Paulo: Pioneira, 2003.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Introdução ao Planejamento

PERÍODO MINISTRADO: 1º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Estudo das principais escolas e correntes teóricas do planejamento. A natureza do planejamento e suas relações com a política, a economia e a sociedade brasileira. Caracterização de planos, programas e projetos em níveis estratégico, tático e operacional. Noções de cenários e tendências em planejamento.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce W.; LAMPEL, Joseph. Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000. 299 p

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 12a edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MATUS ROMO, Carlos. Política, Planejamento & Governo. 3. ed. Brasília : IPHAE, 1997. 2 v. (Série IPEA)

Bibliografia Complementar

KERZNER, Harold. Gestão de projetos: as melhores práticas. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. 821 p.

KUNSCH, Margarida. Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas da comunicação organizacional São Paulo: Summus, 1997

LUPETTI, Marcélia. Planejamento de comunicação. São Paulo: Futura, 2003.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Introdução às Teorias da Comunicação

PERÍODO MINISTRADO: 1º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Os conceitos e noções das teorias tradicionais da Comunicação e da Comunicação Organizacional, seus objetivos, aplicação. As transformações históricas, as correntes teóricas.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

FRANCA, V., MARTINO, L., HOHLFELDT, A. (orgs). Teorias da comunicação. Petrópolis: Vozes, 2001.

DE FLEUR, Melvin e BALL-ROKEACH. Teorias da Comunicação de Massa. Trad. Octavio Alves Velho, Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed.: 1993.

KUNSCH, Margarida M.K. (Org). Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Saraiva, 2009.

MATTELART, Armand. História das teorias da Comunicação. São Paulo: Loyola, 1999.

Bibliografia Complementar

BORDENAVE, Juan Diaz. O que é comunicação. São Paulo: Brasiliense, 1982.

COSTA LIMA, Luiz - Teoria da Comunicação de Massa. Paz e Terra. Rio de Janeiro, 1982.

MIÉGE, Bernard. O pensamento comunicacional. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

RAMOS TRINTA, Aluizio. Teorias da Comunicação. O pensamento e a prática da Comunicação Social. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa, Presença, 1987.



CURSO: Comunicação Organizacional
DISCIPLINA: Linguagens da Comunicação 1
PERÍODO MINISTRADO: 1º Semestre
CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Conceitos básicos e linguagens da Comunicação voltados para a área de fotografia, produtos audiovisuais e Web. A compreensão da cultura visual e os seus sentidos.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

AUMONT, Jacques e outros. *A estética do Filme*. 3ª ed. Campinas: Papyrus, 2005.

MOTTA, Luiz Gonzaga. *Análise crítica da narrativa*. Brasília: Universidade de Brasília, 2013.

VOGLER, Christopher. *A jornada do escritor - estruturas míticas para escritores*. Rio de Janeiro: ALEPH, 3ª edição 2015.

Bibliografia Complementar

ARISTÓTELES. *Poética*. Tradução, prefácio, introdução, comentário e apêndices de Eudoro de Sousa. Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 2003.

BARTHES, Roland e vários autores. *Análise estrutural da narrativa*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

BORDWELL, David e THOMPSON, Kristin. *A arte do cinema: uma introdução*. Campinas: Editora da Unicamp, 2013.

BORDWELL, David. O cinema clássico hollywoodiano: normas e princípios narrativos. In: RAMOS, Fernão Pessoa. *Teoria contemporânea do cinema - volume II*. São Paulo: SENAC, 2005. CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. São Paulo: Pensamento, 2007.

CORREA, Elizabeth Saad. *Comunicação digital e novas mídias institucionais*. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). *Comunicação organizacional*. São Paulo: Saraiva, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. *A tela global - mídias culturais e cinema na hipermodernidade*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MACHADO, Arlindo. *Pré-cinemas e pós-cinemas*. 5ª ed. Campinas-SP: Papyrus, 2008.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional
DISCIPLINA: Linguagens da Comunicação 2
PERÍODO MINISTRADO: 2º Semestre
CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Históricos, conceitos e tendências das principais linguagens da Comunicação, e a integração com a Comunicação Organizacional.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

JORGE, Thais de Mendonça. Manual do foca. Guia para a sobrevivência dos jornalistas. São Paulo: Contexto, 2008.

NASSAR, Paulo. Relações públicas. São Caetano do Sul: Difusão, 2007.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

Bibliografia Complementar

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. Curso de relações públicas : relações com os diferentes públicos. São Paulo: Thomson, 2003.

PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (Orgs.). Hiperpublicidade, v.1: fundamentos e interfaces. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

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

SANTANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

SIMÕES, Roberto Porto. Relações públicas: Função política. São Paulo: Summus, 2001.

TRAQUINA, N. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Unisinos, 2001.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: METODOLOGIA DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

PERÍODO MINISTRADO: 2º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Ciência e o método científico. Tipos de pesquisa, procedimentos teórico-metodológicos para elaboração de trabalhos científicos.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

CASTELLS, Manuel. *Internet e sociedade em rede*. In Moraes, Denis de. *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de, *Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Loyola, 1990.

SIBILIA, Paula. *O Show do Eu: A intimidade como espetáculo*.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes Editora, 2002.

Bibliografia Complementar

BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. *Ofício de Sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia*. Petrópolis, RJ: Editores Vozes: 2007.

GONSALVES, Elisa Pereira. *Conversas sobre iniciação à pesquisa científica*. Campinas: Editora Alínea, 2007.

FAUSTO NETO, A; GOMES, Pedro Gilberto; BRAGA, José Luiz e FERREIRA, Jairo. *Midiatização e processos sociais: aspectos metodológicos*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2010.

FOUCAULT, Michel. *O governo de si e dos outros. Curso no Collège de France (1982-1983)*. São Paulo: editora Martins Fontes, 2010.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2005.



CURSO: Comunicação Organizacional **DISCIPLINA:**
PESQUISA DE OPINIÃO E MERCADO
PERÍODO MINISTRADO: 5º Semestre **CRÉDITOS:** 4

1. EMENTA

A importância e o significado das pesquisas de opinião e mercado em sua interface com a comunicação. A ideia de opinião e suas concepções-chaves. Pesquisa de opinião, Internet, mídias sociais e big data.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

BERGER, Jonah. Contágio: por que as coisas pegam. Rio de Janeiro: Texto Editores, 2014 (Cap. 1).

ALMEIDA, Alberto Carlos. Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião. Rio de Janeiro: FGV, 2003 (Cap. 2, 3 e 4).

BORDIEU, Pierre. A opinião pública não existe. In: THIOLENT, Michel. Crítica metodológica, investigação social & enquête operária. São Paulo: Polis, 1980, p. 137- 151.

MALHOTRA, Naresh. Pesquisa de marketing: foco na decisão. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011 (cap. 1 e 3)

MAYER-SCHONBERGER, Viktor; CUKIER, Kenneth. Big Data: como extrair volume, variedade, velocidade e valor da avalanche de informação cotidiana. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2013 (Cap. 1 e 2).

NOVELLI, Ana Lucia Romero. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. p. 164-179.

PINHEIRO, Roberto Meirelles et al. Pesquisa de mercado: Rio de Janeiro: FGV, 2011. (Cap. 2, 3 e 4).

Bibliografia Complementar

ADLER, Max K. A Moderna Pesquisa de Mercado. São Paulo: Pioneira Editora, 1964. BOYD, Harper W; WESTFALL, Ralf. Pesquisa mercadológica, textos e casos. Rio de Janeiro: FGV, 2002. BUENO, Wilson da Costa (Org.). Estratégias de Comunicação nas Mídias Sociais. Barueri: Manole, 2015.

BRUNO, Fernanda. Monitoramento, classificação e controle nos dispositivos de vigilância digital. In: ANTOUN, Henrique. (Org.). Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: M53auad X, p. 167-182.

CHAMPAGNE, Patrick. Formar a opinião: o novo jogo político. Petrópolis: Vozes, 1993.

DIJCK, José van. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford e Nova York: Oxford University Press, 2013.

FIGUEIREDO, Suzel. A construção dos métodos de diagnóstico e mensuração para a Comunicação corporativa. *Organicom*, 2, 2005, p. 188 a 201.

FLYVERBOM, Mikkel. Disclosing and concealing: internet governance, information control and the management of visibility. *Internet Policy Review*, 5(3), 2016, p. 1-15.

NEVES, Roberto de Castro. Comunicação empresarial integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de marketing. Rio de Janeiro. Elsevier, 2012.

SAFKO, Lon. The fusion Marketing bible: fuse traditional media, social media, and digital media to maximize marketing. Nova York: 2013.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia. São Paulo: Pearson, 2007.

ZERBACK, Thomas; FAWZI, Nayla. Can online exemplars trigger a spiral of silence? Examining the effects of exemplar opinions on perceptions of public opinion and speaking out. *New Media & Society*, p. 1-18, 2016.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Planejamento e Gestão em Marketing

PERÍODO MINISTRADO: 4º Semestre **CRÉDITOS:**

4

1. EMENTA

Planejamento, estratégia e gerenciamento de marketing, incluindo análise de cenários e tendências, segmentação, gestão da marca e noções de empreendedorismo e startups.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 12ª edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

RIES, Erick. A Startup Enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

TORRES, Cláudio. A Bíblia do Marketing Digital. São Paulo: Editora Novatec, 2009

Bibliografia Complementar

BELISÁRIO, Kátia. Responsabilidade Social de fato ou de aparência: os desafios do marketing social. In: MOURA, Dione *et alli*. Comunicação e Cidadania. Brasília: Editora Francis, 2011.

COUTO, Katia Maria Belisário. Marketing Sob Medida. Brasília: Editora Fortium, 2008.

DANTAS, Edmundo Brandão. Marketing Descomplicado. Distrito Federal: Editora Senac, 2005.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luisa: uma ideia, uma paixão, um plano de negócios. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2012.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. Marketing de Serviços: Pessoas, Tecnologia e Resultados. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2001.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Planejamento e Gestão em Web

PERÍODO MINISTRADO: 6º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Estudos de métodos, processos criativos em fluxos de trabalho, inovação e projetos experimentais integrados a plataformas digitais no contexto da Comunicação e da Sociedade da Informação

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

HALBWACHS, Maurice. A memória coletiva. SP: Centauro, 2006.

JUNG, Carl Gustav. O homem e seus símbolos. RJ: Nova Fronteira, 1964.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia: estudos culturais - identidade e política entre o moderno e o pósmoderno. SP: EDUSP, 2001.

SANTOS, Milton. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. RJ: Record, 2002

Bibliografia Complementar

FLUSSER, Vilem; CARDOSO, Rafael (Org.). O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. SP: Cosac Naify, 2008.

CORRÊA, Roberto. Comunicação integrada de marketing: uma visão global . RJ: Saraiva, 2006.

PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (Orgs.). Hiperpublicidade, v.1: fundamentos e interfaces. SP: Thomson Learning, 2007.

PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (Orgs.). Hiperpublicidade, v.2: atividades e tendências. SP: Thomson Learning, 2008.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Planejamento e Gestão em Organizações Públicas, Privadas e de Terceiro Setor

PERÍODO MINISTRADO: 5º Semestre

CRÉDITOS: 8

1. EMENTA

Relações de interface entre estado, sociedade e governo. Conceitos, princípios e aspectos legais e históricos da Comunicação Pública e Governamental. Interesse público e privado na produção, na circulação e no gerenciamento de informações. Instrumentos de comunicação pública.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

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

DUARTE, Jorge. (Org.) Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia - teoria e técnica. (2. ed.) São Paulo: Atlas, 2003.

Bibliografia Complementar

NOVELLI, Ana Lucia Coelho Romero. O papel institucional da Comunicação Pública para o sucesso da governança. *Organicom*. Ano 3. Número 4. 2006.

MATOS, Heloiza (org). Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012. 411 p.

SULLIVAN, Marguerite H.. Uma assessoria de imprensa responsável na era digital. Bureau de Programas de informações internacionais: Departamento de Estado dos EUA, 2012.

Bibliografia Sugerida:

ANDERSON, Chris. Ted talks - o guia oficial do ted para falar em público. *Intrínseca*, 2016.

COSTA, Greiner. Comunicação e gestão pública. São Paulo: Alínea, 2015.



CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Planejamento Gráfico Visual e WEB

PERÍODO MINISTRADO: 3º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

As técnicas, fundamentos, teorias, exercícios e práticas da comunicação visual e da criação de identidade da marca.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

ARNHEIM, Rudolf. Arte e Percepção Visual: Uma Psicologia da Visão Criadora. SP: Livraria Pioneira Ed., 1980.

CARDOSO, Rafael. Uma introdução à história do design. SP: Edgard Blücher, 2013.

GUIMARÃES, Luciano. Cor - a cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores. SP: Annablume, 2004.

Bibliografia Complementar

HULBURT, Allen. Layout. O design da página impressa. SP: Nobel, 2002.

LUPTON, Ellen e PHILLIPS, Jennifer C. Novos Fundamentos do design. SP: Cosac Naify, 2008.

PEDROSA, Israel, Da Cor à Cor Inexistente. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1989.

RIBEIRO, Milton. Planejamento Visual Gráfico. Brasília: Linha Gráfica Editora, 1998.

SAMARA, Timothy. Grid: Construção e Desconstrução. SP: Cosac Naify, 2007.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Pré-Projeto de TCC

PERÍODO MINISTRADO: 7º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Orientação no processo de construção de projetos de Trabalho de Conclusão de Curso.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Org.). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2009.

LAVILLE, Christian ; DIONNE, Jean. A Construção do Saber Científico: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SOUSA, Janara. As Sete Teses Equivocadas sobre Conhecimento Científico. Ciências & Cognição (UFRJ), v. 08, p. 01-15, 2006. Disponível em:
http://www.cienciasecognicao.org/pdf/v08/cec_vol_8_m326108.pdf

Bibliografia Complementar

GERALDES, Elen; SOUSA, Janara. Manual de Projetos Experimentais em Comunicação. Brasília: Casa das Musas, 2006.

NOVELLI, Ana Lucia; MOURA, Claudia Peixoto de; CURVELLO, João José Azevedo (orgs.). Teorias e Métodos de Pesquisa em Comunicação Organizacional e Relações Públicas: entre a tradição e a inovação. Porto Alegre: Edipucrs, 2013.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Produção, Edição de Imagem e Som

PERÍODO MINISTRADO: 2º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

As etapas da realização de produtos audiovisuais: da pré-produção à edição de imagens. A logística da produção audiovisual. A equipe técnica e suas funções.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2009.

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

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

RODRIGUES, Chris. O cinema e a produção. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

Bibliografia Complementar

FIELD, Syd. Manual do roteiro. Rio de Janeiro: Objetiva, 1982.

RABIGER, Michael. Direção de cinema: técnicas e estéticas. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

SEGER, Linda; WHETMORE, Edward J.. Do roteiro para a tela: o trabalho conjunto para a produção de filmes. São Paulo: Bossa Nova, 2009.

SEGER, Linda. Como aprimorar um bom roteiro. São Paulo: Bossa Nova, 2007



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Roteiro, Produção e Direção de WRTV

PERÍODO MINISTRADO: 5º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Pauta, roteiro, produção, composição e técnicas para Web, Rádio, TV e Cinema

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

MACKEE, Robert. *Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro*. Curitiba: Arte & Letras, 2006.

SEGER, Linda e WHETMORE, Edward J.. *Do roteiro para a tela: o trabalho conjunto para a produção de filmes*. São Paulo: Bossa Nova, 2009.

VOGLER, Christopher. *A jornada do escritor - estruturas míticas para escritores*. Rio de Janeiro: ALEPH, 3ª edição 2015.

Bibliografia Complementar

KELLISON, Catherine. *Produção e Direção para TV e Vídeo - uma abordagem prática*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

DANCYGER, Ken. *Técnicas de edição para cinema e televisão: história, teoria e prática*. São Paulo: Elsevier, 4ª ed, 2007.

RABIGER, Michael. *Direção de Cinema*. Rio de Janeiro: Campus, 2007.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Técnicas de Jornalismo Impresso e Online

PERÍODO MINISTRADO: 3º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

Principais conceitos jornalísticos; gêneros jornalísticos; processos de apuração; características do jornalismo impresso e on-line e o papel do jornalismo nas democracias

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

CANAVILHAS, J. Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada.

Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação. Disponível em:

<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em 13/08/2014.

JORGE, T. M. Manual do foca. Guia para a sobrevivência dos jornalistas. São Paulo: Contexto, 2008.

RODRIGUES, C. (Org.) Jornalismo on-line: modos de fazer. Rio de Janeiro/Porto Alegre, Editora Puc Rio/Editora Sulina, 2009.

Bibliografia Complementar

BIROLI, F. e MIGUEL, L. F. Notícias em disputa. São Paulo, 2017.

FELIPPI, A., SOSTER, D. e PICCININ, F. (Orgs.). Edição em Jornalismo: ensino, teoria e prática. Santa Cruz do Sul, Editora Unisc, 2006.

GUAZINA, L. Campos em disputa: jornalismo versus política na abordagem do Jornal Nacional sobre o escândalo do mensalão. In: ADGHIRNI, Z. (ORG.) Jornalismo e poder legislativo: relações entre mídia e política no Brasil. Curitiba, Editora Appris, 2015.

MARTINS FILHO, E. L. Manual de Redação e Estilo de O Estado de S. Paulo. 3ª edição. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

MOHERDAUI, L. Guia de estilo Web: produção e edição de notícias on-line. 3. ed. São

Paulo: SENAC, 2007.

MORETZSOHN, S. Jornalismo em "Tempo Real". O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Ed. Revan, 2002.

MOTTA, L.G. e GUAZINA, L. O Conflito como categoria estruturante da narrativa jornalística política: o caso do Jornal Nacional. Brazilian Journalism Research, v. 6, n.1, 2010, p. 132-49.

TALESE, G. O reino e o poder. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

SILVA, G., SILVA, M. P., e FERNANDES, M. L. (Orgs.). Critérios de Noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações. Florianópolis, Editora Insular, 2013.

TRAQUINA, N (org.). Jornalismo: questões, teorias e "estórias". 2a Ed. Lisboa: Vega, 1999



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Teorias da Comunicação Organizacional

PERÍODO MINISTRADO: 2º Semestre

CRÉDITOS: 4

1. EMENTA

O conceito de organização e suas várias dimensões. Revisões teóricas da Comunicação Organizacional - escolas, autores e teorias. A constituição comunicativa das organizações e da sociedade. Tendências da pesquisa e da teorização em Comunicação Organizacional.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa. São Paulo, 1ª. Ed. Manole, 2003.

CASALI, Adriana Machado; TAYLOR, James R. Comunicação Organizacional: uma introdução à perspectiva da “Escola de Montreal”. Estudos: revista semestral do Curso de Jornalismo e Relações Públicas da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 6. ed. UESP, 2006.

In: Motta, F.C.P. & Caldas, M. - Cultura brasileira e cultura organizacional. São Paulo, Atlas, 1997.

CASALI, Adriana Machado. Comunicação Organizacional: uma ciência híbrida. Estudos: revista semestral do Curso de Jornalismo e Relações Públicas da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 6. ed. UESP, 2006.

Bibliografia Complementar

FREITAS, Maria Ester de. Cultura Organizacional: formação, tipologias e impactos. São Paulo, Makron/McGraw-Hill, 1991.

KUNSCH, Margarida Krohling (org). Comunicação Organizacional: Histórico, fundamentos e processos. São Paulo, 1ª ed. Saraiva, 2009.



Comunicação Organizacional

CURSO: Comunicação Organizacional

DISCIPLINA: Trabalho de Conclusão de Curso

PERÍODO MINISTRADO: 8º semestre

CRÉDITOS: 10

1. EMENTA

Orientação no processo de elaboração dos trabalhos de conclusão de curso, com foco na inovação da linguagem científica e qualidade teórico-metodológica.

2. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Bibliografia Básica

LAVILLE, Christian e DIONNE, Jean. A construção do Saber - manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Belo Horizonte. Artmed, 1999.

LOPES, Maria Immacolata V. "A pesquisa nas escolas de Comunicação." vol XVIII, INTERCOM. 1995

DEMO, Pedro. Metodologia científica. São Paulo, Atlas. 1989.

Bibliografia Complementar

LOPES, Maria Immacolata V. Pesquisa em comunicação- formulação de um modelo metodológico. São Paulo, Loyola. 1990.

TARGINO, Maria das Graças & MAGALHÃES, Laerte, Projetos experimentais no ensino de comunicação. Teresina. 1993.

ANEXO H - Docentes

Matrícula	Nome do Servidor (a)	Regime de Trabalho	Titulação	Data de Admissão na UnB
1041908	Asdrúbal Borges Formiga Sobrinho	Dedicação Exclusiva	Doutor	02/03/2010
1038958	Delcia Maria de Mattos Vidal	Dedicação Exclusiva	Doutora	20/11/2009
1042769	Elen Cristina Geraldes	Dedicação Exclusiva	Doutora	12/03/2010
1037170	Ellis Regina Araújo da Silva	Dedicação Exclusiva	Doutora	10/12/2009
148938	Érika Bauer da Silva	Dedicação Exclusiva	Doutora	01/10/1996
1032607	Fabiola Orlando Calazans Machado	Dedicação Exclusiva	Doutora	10/08/2009
1107615	Felipe da Silva Polydoro da Silva	Dedicação Exclusiva	Doutor	11/01/2018
1042149	Fernanda Casagrande Martinelli	Dedicação Exclusiva	Doutora	05/03/2010
1032747	Gabriela Pereira de Freitas	Dedicação Exclusiva	Doutora	10/03/2010
1044796	Janara Kalline Leal Lopes de Sousa	Dedicação Exclusiva	Doutora	28/07/2010
1075152	João José Azevedo Curvello	Dedicação Exclusiva	Doutor	13/08/2014
987433	Kátia Maria Belisário	Dedicação Exclusiva	Doutora	09/03/2010
1042742	Liziane Soares Guazina	Dedicação Exclusiva	Doutora	12/03/2010
1092677	Sivaldo Pereira da Silva	Dedicação Exclusiva	Doutor	26/10/2010
1038443	Tiago Quiroga Fausto Neto	Dedicação Exclusiva	Doutor	05/11/2009
1065181	Patrícia Tuxi dos Santos	Dedicação Exclusiva	Doutor	11/07/2013

ANEXO I - Regimento Núcleo Docente Estruturante

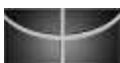


Ministério da Educação
Universidade de Brasília - UnB
Faculdade de Comunicação -
FAC
Habilitação: Comunicação Organizacional



REGIMENTO
Núcleo Docente Estruturante (NDE) ¹

¹ Regimento realizado com base na resolução Nº 01 de 17 de junho de 2010 (inciso I do art.6º da Lei Nº. 10.861 de 14 de abril de 2004), expedida pela Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior (CONAES).



Capítulo 1

Das considerações Gerais

Art. 1º. O presente regulamento disciplina as atribuições e o funcionamento do Núcleo Docente Estruturante (NDE) do curso de Comunicação Social, habilitação Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília;

Art. 2º. O Núcleo Docente Estruturante (NDE) é órgão consultivo, subordinado ao colegiado, responsável pelo Projeto Político-Pedagógico do curso de Comunicação Social, habilitação Comunicação Organizacional, e tem, por finalidade, a implantação, avaliação, atualização e consolidação do mesmo.

Capítulo 2

Das atribuições do Núcleo Docente

Estruturante Art. 3º. São atribuições do Núcleo

Docente Estruturante:

- a) Atualizar periodicamente, avaliar e consolidar o projeto político- pedagógico do curso;
- b) Conduzir os trabalhos de reestruturação curricular, para aprovação no colegiado de curso, sempre que necessário;
- c) Contribuir para consolidar o perfil profissional do egresso do curso;
- d) Supervisionar as formas de avaliação e acompanhamento do curso definidas pelo colegiado;
- e) Analisar os Planos de Ensino dos componentes curriculares;
- f) Promover a integração horizontal do curso, respeitando os eixos estabelecidos pelo projeto pedagógico;
- g) Instituir comissões científicas permanentes e grupos de trabalho como forma de incentivo ao desenvolvimento

pedagógico do curso através de linhas de pesquisa e extensão, oriundas das necessidades da graduação, de exigências do mercado de trabalho afinadas com as políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso;

- h) Zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de graduação;
- i) Promover a integração com as demais habilitações e pós-graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília;
- j) Promover a integração e o diálogo de docentes e estudantes, funcionários técnico-administrativos e laboratoriais.

Capítulo 3

Da constituição do Núcleo Docente Estruturante

Art. 4º. O Núcleo Docente Estruturante será constituído pelo:

- a) Coordenador do curso, como seu presidente;
- b) Por pelo menos 30% (trinta por cento) do corpo docente vinculado ao Curso de Comunicação Social, habilitação Comunicação Organizacional.

Art. 5º. A indicação dos representantes docentes do Núcleo será feita pelo colegiado de curso. O mandato terá duração de 2 (dois) anos, permitida uma única recondução subsequente. O mesmo critério se aplica à indicação dos representantes docentes nas comissões científicas permanentes.

Art. 6º. Poderão se candidatar ao NDE somente professores de 3º. Grau, lotados no curso de Comunicação Social, habilitação Comunicação Organizacional, integrantes do quadro permanente da

Universidade de Brasília.

Art. 7º. Caso não existam candidatos voluntários suficientes, a nomeação dos membros do NDE será realizada pelo conselho da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

Parágrafo único - O coordenador será substituído nas faltas e impedimentos pelo membro do Núcleo Docente Estruturante mais antigo no magistério superior da Universidade de Brasília.

Capítulo 4

Da Titulação e Formação Acadêmica dos Docentes do Núcleo

Art. 8º. Os docentes que compõem o NDE devem possuir titulação acadêmica obtida em programas de pós-graduação stricto sensu e, destes, pelo menos 50% (cinquenta por cento) com título de Doutor.

Do regime de Trabalho dos Docentes do Núcleo

Art. 9º. Os docentes que compõem o NDE devem ter contrato de trabalho em regime de tempo integral com dedicação exclusiva.

Capítulo 5

Das atribuições do presidente do Núcleo

Art. 10º. Compete ao Presidente do Núcleo:

- a) Convocar e presidir as reuniões, com direito a voto, inclusive o de qualidade;
- b) Representar o NDE junto aos órgãos da instituição;
- c) Encaminhar as deliberações do NDE ao colegiado do curso;
- d) Designar relator ou comissão para estudo de matéria a ser decidida pelo Núcleo e um representante dos funcionários técnico- administrativos para secretariar e lavrar as atas;
- e) Promover a integração com os demais setores da instituição.

Capítulo 6

Das reuniões

Art. 11º. O Núcleo reunir-se-á, ordinariamente, 2 (duas) vezes por semestre e, extraordinariamente, sempre que convocado pelo Presidente ou pela maioria de seus membros.

Art. 12º. O *quorum* para dar início à reunião deve ser de no mínimo 50% (cinquenta por cento) do número total de membros do NDE.

Art. 13º. As decisões do NDE serão tomadas por maioria simples de votos, com base no número de presentes.

Capítulo 7

Das disposições finais

Art. 14º. Os casos omissos serão resolvidos pelo NDE ou órgão superior, de acordo com a competência dos mesmos.

Art. 15º. Este regimento poderá ser revisto a qualquer tempo desde que solicitado por pelo menos 2/3 (dois terços) do total de membros do colegiado do curso de Comunicação Social, habilitação Comunicação Organizacional.

Art. 16º. O presente regimento entra em vigor após aprovação pelo Colegiado do curso de Comunicação Social, habilitação Comunicação Organizacional, pelo Conselho da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília e emissão de portaria de instituição do Núcleo por parte da direção.

Brasília, 13 de setembro de 2012.

Tiago Quiroga
Presidente do Núcleo Docente Estruturante
Coordenador do Curso de Comunicação Social (Noturno)
Habilitação: Comunicação Organizacional

David Renault
Diretor da Faculdade de Comunicação
Universidade de

Brasília- UnB

ANEXO J - Ato criação do NDE

**ATO DA DIREÇÃO
Nº. 025/2011**

O DIRETOR DA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO, no uso de suas atribuições regimentais,

RESOLVE:

Criar o Núcleo Docente Estruturante (NDE) do Curso de Comunicação Social/ Organizacional, formado inicialmente pelos professores Délcia Maria de Mattos Vidal, Tiago Quiroga, Elen Cristina Geraldes, Fernanda Casagrande Martineli, Liziane Soares Guazina, Kátia Maria Belisário e Janara Kalline Lopes Leal de Sousa.

Brasília, 23 de Dezembro de 2011.

*Prof. Dr. David Renault da Silva
Mat. 145327
Diretor - FAC/UnB*

ANEXO L - Composição do NDE

ATO DA DIREÇÃO

Nº. 016/2018

O DIRETOR DA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO, no uso de suas atribuições dispostas no Art. 28 do Regimento Geral da UnB,

RESOLVE:

Nomear os membros que compõem o Núcleo Docente Estruturante - NDE do Departamento de Comunicação Organizacional, ficando composto esse núcleo pelos seguintes membros: **Elen Cristina Geraldês (presidente), Janara Kalline Lopes Leal de Sousa, Ellis Regina Araújo da Silva, Asdrúbal Borges Formiga Sobrinho, Fabíola Orlando Calazans Machado, Felipe da Silva Polydoro, Gabriela Pereira de Freitas, Fernanda Casagrande Martinelli Lima Granja Xavier da Silva e Liziane Soares Guazina.**

Brasília, 15 de Março de 2018

Prof. Dr. Fernando O. Paulino

Mat. 1037234

Diretor - FAC/UnB