

6NIC091 ADMINISTRAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Conceitos básicos de administração geral. Organizações e grupos formais e informais. Estrutura organizacional. Funções organizacionais da administração. Comportamento organizacional. Liderança e relacionamento nas organizações.

6NIC088 FOTOGRAFIA

Conceitos de fotografia analógica e digital e sua aplicação nos meios de comunicação de massa e na comunicação dirigida.

6NIC090 GESTÃO DOS RELACIONAMENTOS COM OS PÚBLICOS

Identificação dos públicos. Base de relacionamento com os públicos. Veículos utilizados para estabelecer a comunicação com os públicos. Estratégias de relacionamentos com os diversos públicos. Levantamento do nível de relacionamento e de comunicação dos públicos com a organização.

6HIS008 HISTÓRIA DO BRASIL CONTEMPORÂNEO

Brasil pós-anos 1950: mídia, política e cidadania.

6NIC086 PLANEJAMENTO VISUAL EM RELAÇÕES PÚBLICAS

O espaço gráfico e seus elementos de expressão: diagrama, imagem, tipografia e cor. O projeto gráfico: conceito e produção. A relação entre a forma e o conteúdo editorial. Técnicas de representação e de reprodução: pré-impressão, acabamento e papéis. Desenvolvimento de projeto gráfico: jornal, revista e folder. Computação gráfica.

6CIN010 RECURSOS DE INFORMAÇÃO PARA A PESQUISA CIENTÍFICA

Fontes de informação: tipologia, qualidade e relevância. Fontes de informação em Relações Públicas. Metodologia de busca em ambiente digital. Localização de informação para pesquisa.

6NIC084 REDAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS I

A importância da linguagem na profissão de Relações Públicas: glossário e expressões utilizadas. O planejamento do texto e a linha editorial da organização. O processo jornalístico: da pauta à edição de textos e fotos. A revisão de originais, método e técnicas. Aplicação de textos de Relações Públicas nos instrumentos de comunicação. Características fundamentais do texto de Relações Públicas nas organizações. Elaboração de produtos impressos: carta aos funcionários, textos para boletins, correspondências oficiais, discursos e outros. Produção de textos para internet e intranet.

6NIC083 TEORIA DA COMUNICAÇÃO

Conceitos diversos de comunicação. O estatuto científico da área de Comunicação. A Comunicação como campo interdisciplinar de estudos. Os processos da comunicação interpessoal mediada e não mediada. A comunicação não-verbal e as contribuições da Escola de Palo Alto. O estudo dos modelos da Teoria da Informação, conforme Shannon e Weaver, e da Cibernética, segundo Wiener. O conceito de mídia e suas apropriações na perspectiva de Marshall McLuhan.

6NIC087 TEORIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

Comunicação nas organizações: processo de comunicação, fluxos de comunicação, barreiras. A concepção teórico-prática das relações públicas: evolução e posicionamento dos diferentes autores. Conceitos, definições e história de relações públicas. Processo e funções de relações públicas. Legislação de relações públicas.

6NIC085 TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA ORAL E AUDIOVISUAL

O posicionamento estratégico do profissional de relações públicas na comunicação oral com seus públicos. Organização e sistematização de apresentações orais. Componentes da comunicação oral. O profissional de relações públicas e a utilização da comunicação audiovisual com os públicos orga-

1ª Série

nizacionais. Veículos dirigidos de comunicação audiovisual. Execução de projetos de comunicação audiovisual. Novos suportes da comunicação audiovisual.

6NIC089 VÍDEO INSTITUCIONAL E CORPORATIVO

Imagem: elementos e composição. O vídeo como mídia. O vídeo e o ambiente virtual. Linguagem videográfica. Vídeo institucional e corporativo: tipos, formatos e aplicação. Pré-produção, produção, pós-produção e publicação.

6FIL074 ÉTICA

O saber prático do agir humano. Princípios éticos fundamentais. Relação entre moralidade e política - esfera privada e pública. Juízo moral e dignidade humana.

2ª Série

6NIC101 ANÁLISE DO AMBIENTE ORGANIZACIONAL EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Levantamento das condições internas das organizações. Importância e finalidade da pesquisa institucional. O instrumento de pesquisa institucional, sua elaboração, aplicação e análise. Diagnósticos e prognósticos de relações públicas como atividade de assessoramento a política em geral da organização.

6NIC093 CERIMONIAL E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

Histórico, funções, normas e aplicação. Cerimonial e protocolo nas organizações públicas e privadas. Eventos: conceitos e classificação. Tipos de eventos. Planejamento básico de eventos: planejamento estratégico, operacionalização e captação de recursos. Projeto e execução de eventos.

6NIC097 COMUNICAÇÃO COM O MERCADO

Fundamentos de marketing. Administração do composto de marketing. Planejamento e planos de comunicação mercadológica. Ambientes de relacionamentos. Sistema de informação de mercado. Código de defesa do consumidor. Sistemas de Informações e pesquisa de marketing. Comportamento do consumidor.

6NIC096 COMUNICAÇÃO E CULTURA

Noções e conceitos de "cultura". A noção relacional (sócio-antropológica) da cultura. Cultura enquanto prática simbólica. Comunicação enquanto processo cultural. Cultura, imagem, imaginário. Cultura e modernidade. Cultura e pós-modernidade. Cultura e Globalização. Cultura e corporeidade. Comunicação entre as culturas: multiculturalismo, interculturalismo, alteridade. Cultura e identidade. As matrizes da cultura brasileira. Tópicos de mídia e cultura.

6NIC099 COMUNICAÇÃO POPULAR E COMUNITÁRIA

Pressupostos teórico-metodológicos da Comunicação Popular e Comunitária. A comunicação e a disputa pela hegemonia. O processo comunicacional enquanto práxis político-pedagógica. Comunicação e Trabalho. Comunicação, comunidade e cidadania. A participação popular e a comunicação comunitária. Comunicação Popular e Comunitária e os movimentos sociais. A comunicação alternativa no contexto da Comunicação Popular e Comunitária. Elaboração e encaminhamento de projetos experimentais em Comunicação Popular e Comunitária.

6NIC098 CULTURA ORGANIZACIONAL

Conceito e evolução. Perspectivas de análise da cultura em organizações. Faces e interfaces da cultura. Cultura e as estratégias das relações públicas. Cultura e comunicação organizacional.

2ª Série

6EMA029 ESTATÍSTICA

Princípios teórico-conceituais: terminologia, métodos, técnicas e medidas estatísticas. Uso de programas computacionais para análise estatística.

6NIC094 METODOLOGIA DE PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Método de trabalho científico. Métodos e técnicas de pesquisa em relações públicas. Planejamento, execução e avaliação de projetos de pesquisa em relações públicas.

6NIC095 REDAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS II

Veículos de Comunicação Dirigida escrita. Redação Jornalística. Jornal empresarial. O papel da Assessoria de Imprensa no contexto da Comunicação Integrada. Produção e avaliação de jornal institucional impresso.

6NIC100 RELAÇÕES PÚBLICAS COMUNITÁRIAS, DIREITOS HUMANOS E TERCEIRO SETOR

A dimensão estratégica da comunicação comunitária; controle social e poder. Relação entre a esfera política e a esfera do terceiro setor/organizações não-governamentais. Mídias e cidadania. Análise de políticas públicas de comunicação. Espaço público. Casos, campanhas e ações comunitárias.

6NIC092 TEORIAS E SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO

O fenômeno sociocomunicacional e a gênese do pensamento comunicacional. Tendências e perspectivas: o Empírio-Funcionalismo, a Escola de Frankfurt e seus desdobramentos, Estudos Culturais, Paradigma Latino-americano da Comunicação. Contribuições contemporâneas em teorias e sociologias da comunicação.

3ª Série

6CIN011 APRESENTAÇÃO DE TEXTOS CIENTÍFICOS

Elaboração e apresentação de trabalhos científicos: resumos, resenhas, resumos expandidos, artigos. Estruturação de textos para projetos científicos e monografias. Normalização de trabalhos acadêmicos e científicos.

6NIC104 CÓDIGOS E SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO

Comunicação e ciências dos signos. Semiologia e semiótica como teorias dos signos. Linguagem e significação. Tipos e classificação de signos. O processo de semiose. Produção de mensagens plurissígnicas em comunicação verbal e visual.

6ADM049 EMPREENDEDORISMO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Conceitos, surgimento e evolução do empreendedorismo. Características do empreendedor. Importância e gestão de micro e pequenas empresas. Prestação de serviços em comunicação. Elaboração de plano de negócios.

6CON006 GESTÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA

Análise de variáveis estruturais de custo para elaboração de orçamentos. Orçamentos. Gestão financeira e orçamentária a partir do estudo da estrutura patrimonial (ativos e passivos financeiros). Cálculo de honorários. Planilhas eletrônicas.

6NIC102 PESQUISA DE OPINIÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Estudo da opinião pública em seus aspectos conceituais e formativos. Abordagens das teorias de opinião pública. Estudo da atuação dos líderes de opinião na difusão de informação e mudança de opinião. Métodos e técnicas de pesquisa qualitativa e quantitativa. Elaboração, coordenação e execução de pesquisa de opinião. Campanha de opinião pública.

3ª Série

6NIC103 PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Organização e pensamento estratégico. Estratégia: história e escolas. O processo de administração estratégica. Análise do ambiente das organizações. Planejamento estratégico em relações públicas. Desempenho das organizações.

6NIC108 RELAÇÕES PÚBLICAS CORPORATIVAS

Relações institucionais, empresariais e corporativas. Imagem, identidade e reputação. Gestão de crises. Relações Públicas Internacionais.

6NIC107 RELAÇÕES PÚBLICAS GOVERNAMENTAIS

As esferas de Governo: federal, estadual e municipal. Os três poderes: Executivo, Legislativo, Judiciário. Princípios de relações públicas governamentais. Interesse público. Lobby. Prática de relações públicas no setor governamental. Ouvidoria. Comunicação pública.

6SOC109 SOCIOLOGIA DAS ORGANIZAÇÕES

A abordagem da Sociologia do trabalho: relações sociais e relações de trabalho. As diferentes abordagens sociológicas acerca da organização do processo de trabalho.

6NIC106 TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Formas de inserção das tecnologias informacionais de comunicação na sociedade contemporânea. As diversas perspectivas envolvidas no desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação. Os impactos das tecnologias na indústria de Comunicação. Mídias de massa e de segmentação. Conteúdo digital, convergência tecnológica e ambiente virtual. A dinâmica sociocultural instaurada pela disseminação de tecnologias e suas consequências na vida cotidiana.

6NIC105 ÉTICA ORGANIZACIONAL E PROFISSIONAL EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Conceito de ética e moral. Ética organizacional: conceito, fundamentos e evolução. Ética nos relacionamentos da organização com os seus públicos. Ética profissional. A responsabilidade do profissional na sociedade contemporânea. O papel do profissional de relações públicas na gestão da ética organizacional.

4ª Série

6NIC112 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Organizações: teorias e gestão de processos. O papel da comunicação organizacional, seu surgimento, evolução histórica, conceitos, aplicações e perspectivas. A comunicação como conhecimento aplicado às organizações. Organizações em rede (Network Organization). Imagem, identidade e reputação organizacional: noções e processos constitutivos. Gestão da comunicação integrada e estratégica.

6NIC111 ESTÉTICA E COMUNICAÇÃO

Conceitos de estética. Estética e comunicação na sociedade contemporânea. Arte e comunicação. Estética e cultura midiática. Fenômenos estéticos e seus impactos na comunicação. Estética e crítica. Estética e ética.

6NIC110 PLANEJAMENTO DA COMUNICAÇÃO DIGITAL EM RELAÇÕES PÚBLICAS

As mídias digitais e a construção de relacionamentos com os públicos. Análise e desenvolvimento de projetos de relações públicas utilizando os diferentes recursos tecnológicos. Produção de projetos em mídias digitais.

6PSI024 PSICOLOGIA SOCIAL E INSTITUCIONAL

A construção do sujeito. Subjetividade nas organizações. Análise Institucional: grupos, organizações, instituições e relações de poder. Tópicos de Psicologia do Trabalho: liderança, motivação, stress.

4ª Série

6NIC109 RELAÇÕES PÚBLICAS, PERSPECTIVAS TEÓRICAS E TENDÊNCIAS

Relações públicas e suas fronteiras do conhecimento. O relacionamento com públicos estratégicos. Convergências das áreas da comunicação para o relacionamento com os seus públicos. Aspectos estéticos e a formalidade empresarial.

6TCC613 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Estudos teóricos e/ou práticos para a execução das propostas de relações públicas. Desenvolvimento de um plano de trabalho e a execução de projetos enfatizando novas perspectivas para relações públicas. Estudo teórico com base nas Ciências da Comunicação e sua aplicação para a área de relações públicas.

6NIC113 TÓPICOS ESPECIAIS - COMUNICAÇÕES E MEDIAÇÕES

Estudo das estratégias que agem como promotoras da articulação e de organização entre a esfera midiática e os demais campos sociais, buscando a construção de um espaço público. Discussão das práticas comunicacionais e educacionais a partir da pesquisa aplicada, na perspectiva de identificar os processos de construção da cidadania e da formação profissional, da ética, da opinião, da responsabilidade social e as interfaces com o campo da política.

6NIC114 TÓPICOS ESPECIAIS - LINGUAGENS E CULTURA ORGANIZACIONAL

Estudo das várias formas de linguagens institucionais e midiáticas, verbais, não-verbais e virtuais, tais como: mercadológicas, de imagens, interativas, multimídias e suas interfaces. Investiga o ambiente de comunicação nas organizações e sua cultura. Analisa a identidade, imagem, reputação e personalidade dos atores sociais do ambiente organizacional.

6NIC115 TÓPICOS ESPECIAIS - POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS ORGANIZACIONAIS

Estudo das políticas e das estratégias de comunicação no setor público e privado desenvolvendo a pesquisa aplicada em comunicação administrativa, interna, institucional, mercadológica, que tem por base a comunicação organizacional e Relações Públicas decorrentes das múltiplas interfaces sociais da comunicação. Estuda, ainda, os princípios da ética e da responsabilidade social.