

Disciplina: INTRODUÇÃO ÀS RELAÇÕES PÚBLICAS	
Código: HT/OC310	
Curso: Comunicação Social – Habilitação Relações Públicas	
Pré-requisito: NÃO TEM	
Natureza: Semestral	
Carga horária: Aulas teóricas: 02 horas-aula Aulas práticas: 00 horas-aula	Total: 30 horas-aula Créditos: 02 (dois) Frequência exigida: 75% - 23 horas.
OBJETIVOS: <ul style="list-style-type: none">• Definir Relações Públicas.• Estudar a evolução das Relações Públicas.• Analisar o posicionamento das Relações Públicas no composto da comunicação.• Compreender a dinâmica do mercado profissional.• Construir um panorama da formação acadêmica.	
EMENTA: Generalidades históricas. Definições conceitual e operacional. Noções sobre as funções e o processo de Relações Públicas. Os vários enfoques dados às Relações Públicas. Relações Públicas no composto da comunicação: delimitação e integração das áreas afins. A prática das Relações Públicas no mercado: atividade e profissão.	
PROGRAMA: <ol style="list-style-type: none">1. Definições de Relações Públicas2. Desenvolvimento histórico da atividade de Relações Públicas.3. Relações Públicas enquanto:<ol style="list-style-type: none">a. função;b. processo;c. atividade; ed. profissão.4. Relações Públicas no composto da comunicação5. Mercado e Formação Profissional	
PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS: Aulas Expositivas; Exercícios individuais e em grupo; Estudos dirigidos e seminários.	
FORMAS DE AVALIAÇÃO: Ensaio Conceitual – 25% Verificação de Conhecimento – 35% Seminários, resenhas de leitura e apresentação de trabalhos – 35% Exercícios e Participação em sala de aula – 5% Avaliações e frequências serão fixadas no edital do DECOM.	
BIBLIOGRAFIA MÍNIMA: ANDRADE, C. T. de S. Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos. 6a. ed. revista e ampliada. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.	

- _____. **Para entender relações públicas**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 1983
- CAHEN, R. **Tudo que seus gurus não lhe contaram sobre Comunicação Empresarial** - A imagem como Patrimônio da Empresa e Ferramenta de Marketing. São Paulo: Editora Best Seller, 1990.
- FARIAS, L. A. de. **A literatura de Relações Públicas: produção, consumo e perspectivas**. São Paulo: Summus, 2004
- FRANÇA, F. **Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica**. São Caetano do Sul, SP: Yendis Editora. 2004. 159 p.
- FREITAS, R. F. **Desafios contemporâneos em comunicação: perspectivas de relações públicas**. São Paulo: Summus, 2002.
- GARCÍA, M. M. **As Relações Públicas**. Lisboa: Editora Estampa. 1999.
- GUTIERREZ, G. L. **Gestão Comunicativa: maximizando criatividade e racionalidade**. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 1999.
- KUNSCH, M. M. K. (org.). **Obtendo resultados com Relações Públicas**. São Paulo: Pioneira, 1997.
- _____. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus. 1986. 174 p.
- _____. **Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.
- LESLY, Philip. **Os fundamentos de Relações Públicas e da Comunicação**. São Paulo, Pioneira, 1995.
- MESTIERI, C. E. **Relações Públicas: arte de harmonizar expectativas**. São Paulo: Aberje. 2004. 144 p.
- NEVES, R. de C. **Comunicação Empresarial Integrada**. Rio de Janeiro, Mauad, 2.000
- PERUZZO, C. K. **Relações Públicas no modo de produção capitalista**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1986.
- POYARES, W. **Imagem pública: glória para uns, ruína para outros**. São Paulo: Globo, 1998.
- SIMÕES, R. P. **Relações Públicas: função política**. 2. ed. São Paulo: Sagra, Feevale 1987.
- VALENTE, C.; NORI, W. **Portas abertas: a experiência da Rhodia - novos caminhos da comunicação social na empresa moderna**. São Paulo: Editora Best Seller, 1990.
- VOLPI, A. **Na trilha da excelência: A vida de Vera Giangrande**. São Paulo: Negócio Editora, 2002.
- WEY, H. **O Processo de Relações Públicas**. São Paulo: Summus. 1986. 166 p.