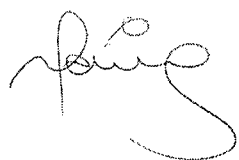


DOCUMENTAÇÃO


PROGRAD UFPR
Fis.: <u>136</u>
Ass.: <u>P</u>

EMENTAS DAS DISCIPLINAS (Ficha 1)

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA						Código: OC001
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 60	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
As duas grandes guerras. A revolução bolchevique. A crise do capitalismo no entre guerras. O Terceiro Reich: ascensão e queda. O Estado de Bem Estar Social. O pós-guerra. A Perestroika e a Glasnost. A queda do muro de Berlim. Globalização e formação dos blocos econômicos. Brasil: o estado Novo; o desenvolvimentismo; Jango e as reformas de base; o golpe militar, a repressão e o milagre econômico; redemocratização e a Nova República; Collor e o impeachment; Fernando Henrique Cardoso e o Plano Real. Governo Lula. Direitos Humano.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAD
UFPR
Fls.: 137
Ass.: 

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ABRUCIO, F. Os barões da federação: os governadores e a redemocratização brasileira. São Paulo, HUCITEC, 1998.

HOBSBAWN, E. A era dos extremos: o breve século XX. São Paulo, Cia. Das Letras, 1995. POWER, S. Genocídio: a retórica americana em questão. São Paulo, Cia. Das Letras, 2004.

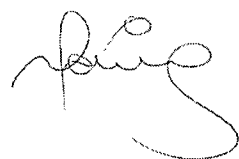
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BIONDI, A. O Brasil privatizado. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2001.

DIAS, M. A mentira das urnas: crônica sobre dinheiro e fraudes nas eleições. Rio de Janeiro, Record, 2004.

OLIVEIRA, D. Urbanização e industrialização no Paraná. Curitiba, SEED, 2002.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: OFICINA DE REDAÇÃO						Código: OC005	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular					
Pré-requisito: NÃO TEM		Co-requisito: NÃO TEM		Modalidade: () Presencial (X) Totalmente EaD () % EaD*			
CH Total: 60	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	
EMENTA (Unidade Didática) Domínio morfológico, lexical, sintático e semântico da norma padrão culta. Competência na produção de textos com coesão e coerência. Domínio do sistema de paragrafação e acentuação da língua.							
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u> Assinatura: 							

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAD
UFPR
Fis.: 139
Ass.: Y

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CAVALCANTE, M.; BRITO (orgs). Gêneros Textuais e Referenciação. Grupo Protexoto. Fortaleza, 2004.
- EMEDIATO, W. A fórmula do texto: redação, argumentação e leitura. São Paulo: Geração Editorial, 2008.
- KOCH, I.G.V.; MORATO & BENTES, E.M. (orgs). Referenciação e discurso. São Paulo: Contexto, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- GRAFF, Gerald; BIRKERNSTEIN, Cathy. Eles falam, eu falo. São Paulo: Novo Conceito Editora, 2011.
- MORATO & BENTES (orgs). Referenciação e discurso. São Paulo: Contexto, 2005.
- VANOYE. Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. 13. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

Ficha 2 (variável)

Disciplina: OFICINA DE REDAÇÃO						Código: OC005
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: () Presencial (X) Totalmente EaD ()..... % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 60	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Domínio morfológico, lexical, sintático e semântico da norma padrão culta. Competência na produção de textos com coesão e coerência. Domínio do sistema de paragrafação e acentuação da língua.						
1 PROGRAMA (itens de cada unidade didática)						
<ul style="list-style-type: none"> - Domínio morfológico, lexical, sintático e semântico da norma padrão culta. - Competência na produção de textos com coesão e coerência. - Domínio do sistema de paragrafação, pontuação e acentuação da língua. 						
OBJETIVO GERAL						
- Oportunizar ao aluno o estudo da Língua Portuguesa como prática social concreta, de modo a ler, escrever e construir sentidos a partir dos diversos gêneros textuais que circulam socialmente, analisando a pluralidade da linguagem em textos literários e não literários, a fim de ampliar sua competência comunicativa oral e escrita.						
OBJETIVOS ESPECÍFICOS						
<ul style="list-style-type: none"> - Reconhecer a importância da escrita como ato libertário e conseqüentemente necessário ao desenvolvimento humano. - Reconhecer a importância das linguagens verbal e não verbal) dos sistemas de comunicação e informação para resolução de problemas sociais. - Identificar os elementos que concorrem para a progressão temática e para a organização e estruturação de textos de diferentes gêneros e tipos. 						

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

No início do semestre, os alunos matriculados serão convocados para fazerem a avaliação do Adiantamento de Conhecimento da disciplina previsto na SEÇÃO IV do artigo 15 da resolução 92/13-Cepe. Após este procedimento a disciplina terá início com aqueles alunos que não tenham demonstrado um bom domínio da escrita.

A disciplina será desenvolvida na modalidade de educação a distância, incluindo a realização de 2 encontros presenciais obrigatórios. O primeiro encontro será para apresentar a disciplina e realizar uma ambientação dos alunos no ambiente virtual e o último encontro para realizar avaliação presencial e encerramento da disciplina. O ambiente virtual de ensino-aprendizagem da disciplina será estruturado na plataforma Moodle, onde também será feito o acompanhamento e suporte de comunicação entre alunos e professor. Serão realizadas atividades síncronas e assíncronas com a utilização todas as ferramentas disponíveis no AVA da disciplina: fórum, chat, diário, wiki, etc. O material didático para esta disciplina é composto de e-books, artigos disponíveis on-line e vídeos do Youtube. Em alguns momentos do processo será utilizado as redes sociais, tais como: Twitter, Facebook para vivenciar as experiências de organizações nas redes sociais.

A presença na disciplina será controlada através do acompanhamento no AVA que permite visualizar acessos individuais, bem como realização e postagens de tarefas nas datas especificadas.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação desta disciplina se dará num processo contínuo, para verificar constantemente o progresso dos estudantes e estimulá-los a serem ativos na construção do conhecimento. As atividades se darão no ambiente virtual com cronogramas específicos para cada tarefa, fórum, wiki e chat. No primeiro encontro os alunos receberão cronograma de cada atividade e da avaliação final. Em um último encontro será realizado um seminário final com apresentação de trabalho final elaborado durante o semestre. O sistema de aprovação será:

Atividades somatórias = 40

Avaliação final = 60

Total = 100


BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CAVALCANTE, M. M. Anáfora e dêixis: quando as retas se encontram. In: KOCH, I.V.; MORATO, E.M.; BENTES, A.C (orgs). Referenciação e discurso. São Paulo: Contexto, 2005. p. 125-149.

_____. Expressões Referenciais – uma proposta classificatória. In: CAVALCANTE, M.; BRITO (orgs). Gêneros Textuais e Referenciação. Grupo Protexto. Fortaleza, 2004.

_____. O processo de recategorização sob diferentes parâmetros. In: CAVALCANTE, M.; BRITO (orgs). Gêneros Textuais e Referenciação. Grupo Protexto. Fortaleza, 2004.

KOCH, I.V. Referenciação e orientação argumentativa. In: I.G.V. KOCH, E.M. MORATO & BENTES

PROGRAD UFPR
Fis.: 142
Ass.: 

(orgs). Referenciação e discurso. São Paulo: Contexto, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

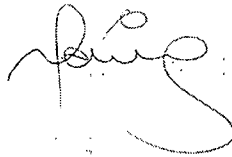
CAVALCANTE, M.; BRITO (orgs). Gêneros Textuais e Referenciação. Grupo Prottexto. Fortaleza, 2004.

KOCH, I.V. Referenciação e orientação argumentativa. In: I.G.V. KOCH, E.M.

MORATO & BENTES (orgs). Referenciação e discurso. São Paulo: Contexto, 2005.


Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Mário Messagi Junior.

Assinatura:

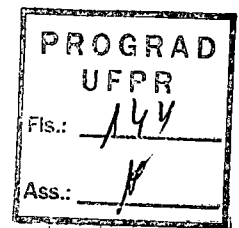


**OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.*

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: LEITURAS EM FILOSOFIA						Código: OC006
Natureza:		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral () Anual () Modular				
<input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória						
<input type="checkbox"/> Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial () Totalmente EaD () % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Racionalismo (Descartes, Kant, Hegel), Introdução á ética e à estética. Filosofia iluminista.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PLATÃO. A República. Trad. Maria Helena da Rocha Pereira. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 2001. (Livro VII, 514a-521b)

DESCARTES, R. Meditações. Trad. J. Guinsburg e Bento Prado Júnior. São Paulo: Abril Cultural, 1973. Col. Os Pensadores. (Primeira, Segunda, Terceira e Quarta Meditações)

NIETZSCHE, F. Além do Bem e do Mal: Prelúdio a uma Filosofia do Futuro. Trad. Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

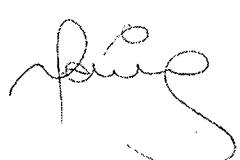
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

HEIDEGGER, M. "La doctrine de Platon sur la vérité". In: Questions II. Paris: Gallimard, 1996.

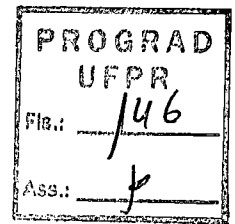
PRADO, E. "Da essência da verdade na Alegoria da Caverna". In: Ítaca. N.5. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

RIBEIRO, L. F. "Sobre o Mito da Caverna de Platão". In: Sofia: Revista de Filosofia. Ano I. N1. Vitória: UFES, 1995.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO						Código: OC232
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Conceitos básicos de Administração e organizações. Análise e dinâmica organizacional. Habilidades administrativas. Funções administrativas: recursos humanos, produção, finanças e marketing. Interrelação de Relações Públicas com as funções administrativas.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KWASNICKA, Eunice Lacava. **Introdução à Administração**. São Paulo: Atlas, 2004.

MORAES, Anna Maris Pereira de. **Iniciação ao estudo da administração**. São Paulo: Makron Books, 2001.

STONER, James A. F.; FREEMAN, R. Edward. **Administração**. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 1995.

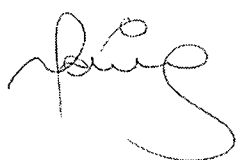
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHIAVENATO, Idalberto. **Princípios da Administração**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

GRIFFIN, Ricky W. **Introdução à Administração**. São Paulo: Ática, 2007.

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

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: LEITURAS EM SOCIOLOGIA						Código: OC028
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Introdução ao pensamento sociológico e conceitos fundamentais dos clássicos: Durkheim, Weber e Marx. Apresentação do pensamento de Bourdieu.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAD
UFPR
Fis.: 148
Ass.: J

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COSTA, C. Sociologia. Uma Introdução à Ciência da sociedade. SP: Ed. Moderna, 2ª ed. 1997.

GALLIANO, A.G. Introdução à Sociologia, SP: Harper & Row do Brasil, 1981.

GOLDSTEIN, L. Repensando a Dependência. RJ: Paz e Terra, 1994.


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERGER, P. & LUCKMANN, T. A construção social da realidade. São Paulo: Vozes, 2008.

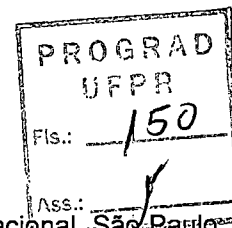
BOURDIEU, P. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

MORAES, R. C. C. Celso Furtado. O Desenvolvimento e as idéias da CEPAL. Petrópolis: Vozes, 1995.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: ANTROPOLOGIA: COMUNICAÇÃO E CULTURA						Código: OC058
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
<p>A Antropologia como disciplina e ciência. O campo de estudo da Antropologia: o homem, a cultura e suas manifestações. Diferentes enfoques da Antropologia: o biológico, o social e o cultural. Estudos sobre a diversidade e meio ambiente. O encontro de culturas no mundo e no Brasil. Estudos sobre a história e as culturas afro-brasileira e indígena. A cidade e a Antropologia urbana. Introdução à etnografia e etnografia urbana. A imagem, a mídia e a cidade como objetos/campos da pesquisa antropológica.</p>						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CANEVACCI, Massimo. Fetichismos visuais: corpos eróticos e metrópole comunicacional. São Paulo: Ateliê, 2008.

GOMES, Mércio Pereira. Antropologia. São Paulo: Contexto, 2008.


LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

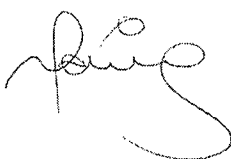
BARBERO, Jesus Martin. Dos meios às mediações. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

CANEVACCI, Massimo. Culturas extremas: mutações juvenis nos corpos das metrópolis. São Paulo: DP&A, 2005.

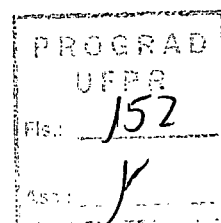
VELHO, Gilberto. Individualismo e Cultura: notas para uma Antropologia da Sociedade Contemporânea. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

PROGRAD
 UFPR
 Fls.: 151
 Ass.: 

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: CIÊNCIAS SOCIAIS E COMUNICAÇÃO						Código: OC059
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ().... % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 60	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
A comunicação pelo viés das ciências sociais: sociologia, antropologia, ciência política. Abordagens teórico-metodológicas interdisciplinares do fenômeno da comunicação. A comunicação como fenômeno social, cultural e político. Controvérsias sobre o papel da comunicação na contemporaneidade: expectativa, normatividade e desmistificação pela pesquisa. Questões étnico-raciais e direitos humanos.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.




BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BOBBIO, N. Teoria Geral da Política. Campus, 2000.
BOURDIEU, P. O poder simbólico. Bertrand Brasil, 2002.
GIDDENS, A.; TURNER, J. Teoria social hoje. Unesp, 1999.

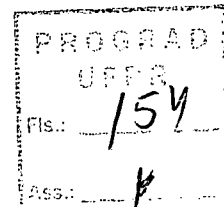
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (3 TÍTULOS)

GOMES, W.; MAIA, R. C. M. Comunicação e democracia. Paulus, 2008.
HABERMAS, J. Mudança estrutural da esfera pública. Tempo Brasileiro, 2003.
THOMPSON, J. B. A mídia e a modernidade. Vozes, 1998.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: HISTÓRIA DA ARTE						Código: OC066
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 60	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Panorama da arte no pré-Renascimento. Renascimento e a perspectiva. As vanguardas e a cidade do século 19 e início do século 20. Dadaísmo e Duchamp. A reportagem e a fotografia a partir dos anos 1920. Rupturas estéticas. Artes visuais em relação a outras linguagens. A comunicação. Arte pop. Arte e política no Brasil contemporâneo. Crítica de arte. Imprensa cultural.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

HOBSBAWM, Eric. Era dos extremos. O breve século XX 1914 – 1991. São Paulo: Cia. das Letras, 1998. 2.ª ed.

NOVAES, Adauto. Artepensamento. São Paulo: Cia. das Letras, 1994.

STRINATI, Dominic. Cultura popular: uma introdução. Rio de Janeiro: Record, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

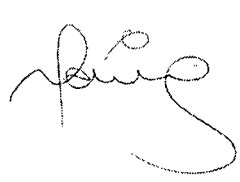
CASTRO, Ruy. Saudades do século 20. São Paulo: Cia. Das Letras, 1994.

COELHO, Marcelo. Crítica cultural: teoria e prática. São Paulo: Publifolha, 2006.

NAVES, Rodrigo. A forma difícil. Ensaios sobre arte brasileira. São Paulo: Ática, 1996.

PENNYCOOK, Alastair. Critical Applied Linguistics. London: LEA, 2001.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO E CIDADANIA						Código: OC073
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
<p>O que é cidadania. Cidadania, comunicação e novos atores sociais. As três esferas sociais: Estado, mercado e sociedade civil. Instituições sociais e o conceito de terceiro setor. Fundações, institutos, ONGs (Organizações Não Governamentais) e movimentos sociais. Direitos humanos. Jornais, rádios e TVs comunitárias. Comunicação popular e alternativa. Comunicação e mobilização social. Assessoria de comunicação e sociedade civil organizada. Experiências concretas de comunicação e mobilização social. Questões étnico-raciais</p>						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CORTINA, Adela. Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania. São Paulo: Loyola, 2005.

GOHN, Maria da Glória. Teoria dos Movimentos Sociais: Paradigmas Clássicos e Contemporâneos. São Paulo: Loyola, 1997.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Comunicação nos Movimentos Populares. Petrópolis: Vozes, 1998

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

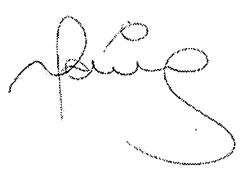
BAUMAN, Zygmunt. Comunidade: busca por segurança no mundo atual. Tradução de: Commuty: seeckieng safty insecure world. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2003.

DURTE, Jorge (org.). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. 2 ed. São Paulo, Atlas, 2009.

DUARTE, Márcia Yukiko Matsuuchi. Comunicação e cidadania. In: DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007. p. 95-115.

LIMA, Venício Comunicação poder e cidadania. Rastros: Revista do Núcleo de Estudos de Comunicação. Joinville, SC. Ano VII, n. 7, p. 8-16, out. 2006.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: FUNDAMENTOS DE COMUNICAÇÃO SONORA						Código: OC002
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
<p>Conceitos teóricos sobre rádio. Evolução e desenvolvimento do rádio no Brasil. Linguagem radiofônica. Gêneros e formatos radiofônicos. Aspectos técnicos e domínio de equipamentos de produção para rádio. As tecnologias e as relações com a produção em rádio. A voz e o texto no rádio. Pauta em rádio. Técnicas de redação, entrevista, reportagem e edição em rádio.</p>						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBEIRO, Heródoto. LIMA, Paulo Rodolfo de. Manual de Radiojornalismo – Produção, Ética e Internet. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio - Teoria e prática. São Paulo: Summus, 2014.

MEDITSCH, Eduardo. Teorias do Rádio. Florianópolis: Ed. Insular, 2 vol. 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (3 TÍTULOS)

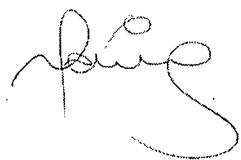
CHANTLER, Paul e Harris, Sim. Radiojornalismo. São Paulo: Summus, 1998.

ORTIZ, Miguel Ângelo; MARCHAMALO, Jesús. Técnicas de comunicação pelo rádio – a prática radiofônica. São Paulo: Loyola, 2005.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano. Rádio – Oralidade mediatizada. São Paulo: Annablume, 1999

WITIUK, Luiz. O som das ruas - um estudo sobre o radiojornalismo curitibano. Curitiba: Pós-Escrito, 2008.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: FUNDAMENTOS DE FOTOGRAFIA						Código: OC003
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Conceitos de Fotografia; História da Fotografia; A câmera fotográfica; Exposição e suas variáveis; Objetivas; Iluminação; Composição; A prática fotográfica.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAMA
UFPR
Fis.: 160
Ass.: J

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

HEDGECOE, John. O novo manual de fotografia. Guia completo para todos os formatos. 4ª edição. São Paulo: SENAC, 2009.

HUNTER, Fil; BIVER, Steven; FUQUA, Paul. Luz, Ciência & Magia. Guia de iluminação fotográfica. Balneário Camboriú, SC: Photos, 2011.

PRAKĚL, David. Fotografia Básica. Composição. Porto Alegre: Bookman, 2013.


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (3 TÍTULOS)

HACKING, Juliet. Tudo sobre Fotografia. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

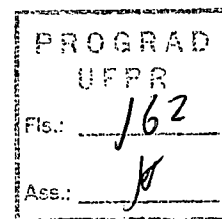
KELBY, Scott. The Digital Photography Book. Peachpit Press, 2006.

PRAKĚL, David. Basics Photography: Lighting. Suíça: Ava Publishing, 2007.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO						Código: OC004
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Especifica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Sistemas de comunicação, organização econômica e política da comunicação no Brasil. Legislação da área de comunicação e democratização da comunicação.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COHN, Gabriel. Com. e Indústria Cultural. São Paulo: Nacional, 1971.

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

GONTIJO, Silvana. O livro de ouro da Comunicação. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

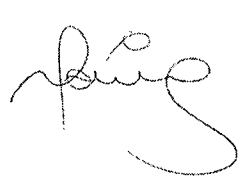
LIMA, Venício A. de. Liberdade de expressão x liberdade de imprensa. São Paulo, Publisher Brasil, 2010.

MATOS, S. A Revolução Digital e os Desafios da Comunicação. Cruz das Almas, BA: UFRB, 2013.

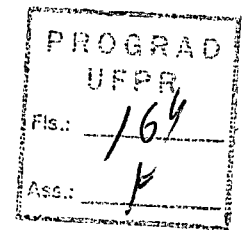
SARAIVA Enrique, MARTINS Paulo Emílio Matos, PIERANTI, Octávio Penna (Orgs). Democracia e **regulação** dos meios de Comunicação de massa. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

SEGURADO, R. Et al. Regulamentação da internet: perspectiva comparada entre Brasil, Chile, Espanha, EUA e França. História, Ciência e Saúde – Manguinhos. RJ: 2014.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: FUNDAMENTOS DE COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL						Código: OC009
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Introdução ao audiovisual. Conceitos teóricos sobre cinema e televisão. Gêneros e formatos audiovisuais. Linguagem audiovisual: significações, texto e imagem. Projeto, roteiro, montagem e edição. Aspectos técnicos de produção e domínio de equipamentos de gravação e edição audiovisual.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.




BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BOURDIEU, Pierre. Sobre a Televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- KELLISON, Chaterine. Produção e direção para TV e vídeo. Rio de Janeiro: Campus, 2007.
- SODRÉ, Muniz. Antropológica do espelho. São Paulo: Cortez, 2010.


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro, Campus, 2002.
- COMPARATO, Doc. Roteiro: arte e técnica de escrever para cinema e televisão. Rio de Janeiro: Editora Nórdica, 1983.
- MACHADO, Arlindo. A Televisão levada a sério. São Paulo: SENAC, 2000.
- MARCONDES FILHO, Ciro. Televisão. São Paulo: Scipione, 1994.
- PATERNOSTRO, V. O texto na TV: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro, Campus, 1999.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: FUNDAMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL						Código: OC010
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
História da Comunicação Visual e dos movimentos artísticos e sociais que influenciaram o seu desenvolvimento. O processo de comunicação visual e sua linguagem. Noções básicas sobre a linguagem visual e sua aplicação no âmbito da Comunicação Visual. Formas, cores e tipologia. Introdução ao processo de Comunicação Visual. Estratégias de comunicação visual.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAMA
UFPR
Fis.: 166
Ass.: 

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARCHER, M. Arte contemporânea: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

LUPTON, Ellen, Jennifer Cole Phillips. Novos fundamentos do design. São Paulo: Cosac & Naify, 2008.

MEGGS, Philip B. e PURVIS, Alston W. História do design gráfico. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

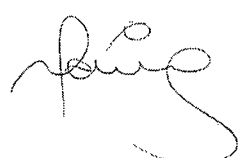
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

HURLBURT, Allen, Layout: o design da página impressa, São Paulo: Nobel, 2002.

MUNARI, Bruno. Fantasia, invenção, criatividade e imaginação na comunicação visual. Lisboa: Ed. Presença, 1987.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO						Código: OC027
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Especifica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
A História da Comunicação Humana: da informação oral à escrita. A comunicação na Idade Média e a invenção da imprensa de Gutenberg. A construção do Estado, a comunicação, o mercado e a circulação de ideias. O desenvolvimento das tecnologias de comunicação. A informatização e a Internet. A comunicação global e suas perspectivas históricas.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBOSA, Marialva Carlos. História da Comunicação no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

GIOVANNINI, Giovanni. Evolução na Comunicação. Do sílex ao Silício. 3.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

GONTIJO, Silvana. O livro de Ouro da Comunicação. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

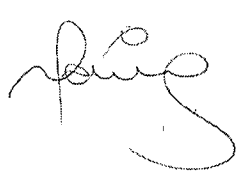
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BIAL, Pedro. Roberto Marinho. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004 (Memória Globo)

BORELLI, Silvia H.S.; FREIRE FILHO, João. Culturas Juvenis no século XXI. São Paulo: Educ, 2008.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. Uma História Social da Mídia: De Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TEORIAS DA COMUNICAÇÃO I						Código: OC057
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ().... % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 60	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
A Escola norte-americana: da agulha hipodérmica ao paradigma dos efeitos limitados. A teoria funcionalista, o modelo comunicacional matemático e os estudos de recepção. A escola de Chicago e o interacionismo simbólico. O pensamento de McLuhan. A teoria crítica: Horkheimer, Adorno, Benjamin, Marcuse e Habermas. O estruturalismo althusseriano.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MATTELART, Armand & Michelle. História das teorias da comunicação. São Paulo: Loyola, 1993.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY, Vanda Cunha Albieri. Para entender as Teorias da Comunicação. Uberlândia, MG: Aspectus, 2004.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa: Presença, 1995.


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COHN, Gabriel. Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1971.

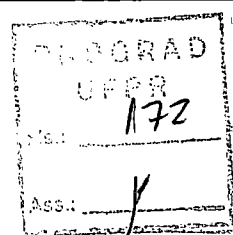
DALLA COSTA, Rosa Maria Cardoso; MACHADO, Rafael Costa; SIQUEIRA, Daniele. Teoria da Comunicação na América Latina: da Herança cultural à construção de uma identidade própria. Curitiba, PR: Editora UFPR, 2006.

GOMES, Pedro Gilberto. Tópicos em teoria da comunicação. São Leopoldo, RS: Unisinos, 1995.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PESQUISA EM COMUNICAÇÃO I						Código: OC065
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: NÃO TEM		Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Especifica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Epistemologia: as diferentes formas de compreensão da realidade. Positivismo, Neopositivismo, Estruturalismo, Funcionalismo, Dialética. Metodologia em Ciências Sociais. Pesquisa em Comunicação.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CASTRO, Cláudio de Moura. A prática da pesquisa. São Paulo. Editora McGraw-Hill Ltda, 1997.

DEMO, Pedro. Metodologia Científica em Ciências Sociais. São Paulo. Editora Atlas, 1995.


ECO, Umberto. Como se faz uma tese. São Paulo. Editora Perspectivas, 1997.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

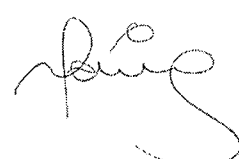
FRANÇA, Fabio e FREITAS, Sidinéia Gomes. Manual da Qualidade em Projetos de Comunicação. São Paulo: Pioneira, 1997.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de Metodologia Científica. São Paulo: Editora Atlas, 1996.

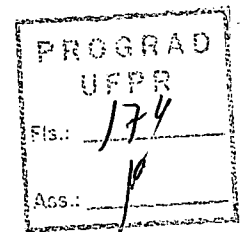
LOWY, Michael. As aventuras de Karl Marx contra o Barão de Munchhausen. 5ª ed. rev. São Paulo: Cortez, 1994.

PROGRAD
UFRP
Fls.: 173
Ass.: 

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM						Código: OC064
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Introdução à semiologia e à semiótica. Análise do discurso. Noções de pragmática e o uso comunicativo da linguagem. Análise dos bens culturais enquanto signos.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



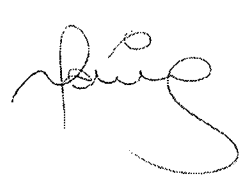
BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- OLIVEIRA, Jair. Afinal, o que é Pragmática? Curitiba: Prottexto, 2003.
- RAJAGOPALAN, Kanavillil. Nova Pragmática. São Paulo: Editorial Parábola, 2013.
- RAJAGOPALAN, Kanavillil. Por Uma Linguística Crítica. São Paulo: Parábola, 2002.

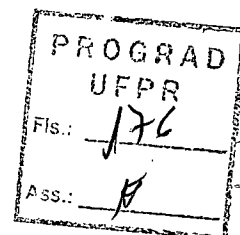
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- GRUINDY, Peter. Doing Pragmatics. London : Arnol, 2000.
- LEVINSON, Stephen. Pragmatics. Cambridge, 1983.
- MEY, Jacob. Whose Language. Amsterdam, Benjamins, 1985.
- MEY, Jacob. Pragmatics. London: Blackwell, 1993.
- PENNYCOOK, Alastair. Critical Applied Linguistics. London: LEA, 2001.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA						Código: OC071
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
As tecnologias da comunicação e da Informação e suas transformações na Teoria da Comunicação. A globalização da comunicação. Cultura midiática e cibercultura. A sociedade tecnológica e suas implicações na organização sócio-econômica e cultural no século XXI.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

GÓMEZ, Guillermo Orozco. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, Dênis de. Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Ed. 34, 1999

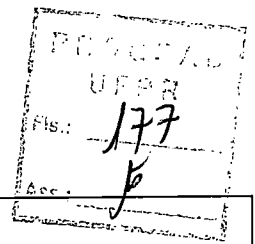
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CASTELLS, Manuel. A galáxia da Internet. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. Culturas e artes do pós-humano. Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2004.

WOLTON, Dominique. Pensar a comunicação. Brasília: Ed. UnB, 2004.

_____. Internet, e depois? Porto Alegre: Sulina, 2003.



Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PESQUISA EM COMUNICAÇÃO II						Código: OC072
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ().....% EaD*				
OC065	NÃO TEM					
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Pesquisa qualitativa e quantitativa. Técnicas de pesquisa e coleta de dados (estudos de caso, estudos comparativos, experimentação, simulação, pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo, pesquisa-ação, pesquisa participante, pesquisa histórica, questionário, entrevista, observação, população e amostra, etc.) Análise e Interpretação dos dados. Relatório de Pesquisa.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CASTRO, Cláudio de Moura. A prática da pesquisa. São Paulo. Editora McGraw-Hill Ltda, 1997.

DEMO, Pedro. Metodologia Científica em Ciências Sociais. São Paulo. Editora Atlas, 1995.


ECO, Umberto. Como se faz uma tese. São Paulo. Editora Perspectivas, 1997.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

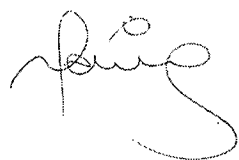
FRANÇA, Fabio e FREITAS, Sidinéia Gomes. Manual da Qualidade em Projetos de Comunicação. São Paulo: Pioneira, 1997.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de Metodologia Científica. São Paulo: Editora Atlas, 1996.

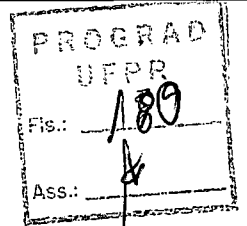
LOWY, Michael. As aventuras de Karl Marx contra o Barão de Munchhausen. 5ª ed. rev. São Paulo: Cortez, 1994.

PROGRAD
UFPR
Nº.: 178
Ass.: 

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TEORIAS DA COMUNICAÇÃO II						Código: OC079
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD				
OC057	NÃO TEM	() % EaD*				
CH Total: 60	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidade Didática)						
Cultura e sociedade. Indústria cultural e cultura brasileira. Estudos de recepção: teoria do agendamento, espiral do silêncio, mediações e cotidiano. Hibridismo cultural: estudos latino-americanos. Mundialização, globalização e hegemonia. Pós-modernidade e consumo. Estudos midiológicos. Opinião pública.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MARTIN-BARBERO, Jesus. Dos meios às Mediações. Comunicação, Cultura, Hegemonia. Editora UFRJ, Rio de Janeiro, 1997.

MATTELART, Armand & Michelle. História das teorias da comunicação. São Paulo: Loyola, 1993.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY, Vanda Cunha Albieri. Para entender as Teorias da Comunicação. Uberlândia, MG: Aspectus, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

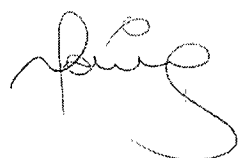
ALTHUSSER, Louis. Aparelhos Ideológicos do Estado. 6ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1992.

CANCLINI, Néstor Garcia. A Globalização Imaginada. São Paulo: Iluminuras, 2003.

CANCLINI, Nestor Garcia. Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

CANCLINI, Néstor Garcia. Culturas Híbridas. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO						Código: OC081
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Comunicação e Educação: questões epistemológicas. Características históricas da Comunicação e Educação na sociedade e especificações dessa inter-relação. Educomunicação como campo teórico. Implicações da mídia no processo de ensino. Características desses estudos na América Latina e no Brasil. Direitos Humanos.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina. Comunicação & Educação: questões delicadas na interface. São Paulo: Hacker, 2001.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. Educomunicação: Recepção midiática, aprendizagens e cidadania. (tradução: Paulo F. Valério) São Paulo: Paulinas, 2014.

MARTIN-BARBERO, Jésus. A Comunicação na Educação. São Paulo: Contexto, 2014.

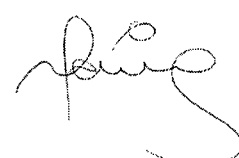
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ABDALLAH-PRETCEILLE, Martine; PORCHER, Louis. Éducation et Communication Interculturelle. Paris: PUF, 1996.

BACCEGA, Maria Aparecida (org). Gestão de Processos Comunicacionais. São Paulo: Atlas, 2002.

BELLONI, Maria Luiza. O que é mídia-educação. Campinas: Editores Associados, 2001. (Coleção Polêmicas do Nosso tempo; 78).

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO E POLÍTICA						Código: OC090
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... %				
NÃO TEM	NÃO TEM	EaD*				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Conceitos básicos da interface entre comunicação e política. Atores políticos, espaço público. Mobilização popular e movimentos sociais. Propaganda política e eleitoral. Campanhas eleitorais: planejamento e análise.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAD
UFPR
Fis.: 184
Ass.: Y

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

ITEN, Marco; KOBAYASHI, Sergio. Eleição: vença a sua! As boas técnicas de marketing político. São Paulo: ITEN, Marco; KOBAYASHI, Sergio, 2002.

PANKE, Luciana. Discurso e propaganda eleitoral: conceitos e técnicas. Artigo apresentado no GT Publicidade e Propaganda durante o Congresso da Intercom, Recife, 2011.

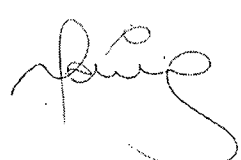
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CASTELLS, Manuel. Comunicación y Poder. México: Siglo XXI, 2012.

KAID, Lynda. Handbook of Political Communication. University of Florida, 2004.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Comunicação e política. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

FICHA 1 (PERMANENTE)

Disciplina: COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E POPULAR						Código: OC268
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
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, movimentos sociais e terceiro setor.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Relações Públicas no Modo de Produção Capitalista**. Petrópolis: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling e ALMEIDA, Fernando Ferreira de (orgs.). **Comunicação para a cidadania**. São Paulo: Intercom; Salvador: Uneb, 2003. p. 203-218.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**. Petrópolis: Vozes, 1998.

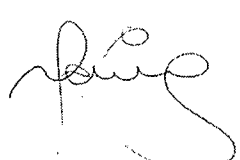
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ESCUDERO, Regina Célia. **Relações Públicas frente ao desenvolvimento comunitário**. Revista Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo, nº 32, p.p. 89-112, 2º semestre de 1999.

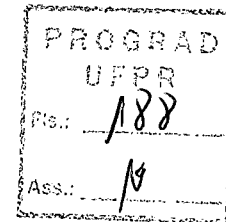
PERUZZO, Cicilia M. Krohling (org.). **Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina**. São Paulo: Angellara, 2004. p. 41-56.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling (org.). **Comunicação e culturas populares**. São Paulo: Intercom, 1985. p. 15-26.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO PÚBLICA						Código: OC248
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 60	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Comunicação pública: análise histórico-conceitual. Princípios e processos da comunicação pública: Relações Públicas Governamentais, lobby, marketing político. Poder, ideologia e meios de comunicação. A parceria entre o Estado. Iniciativa Privada e Terceiro Setor.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo, Atlas, 2007.

OLIVEIRA, Maria José da C. (org.). Comunicação Pública. Campinas: Editora Alínea, 2004.

HASWANI, Mariângela Furlan, Comunicação pública: bases e abrangência. São Paulo. Saraiva, 2013.

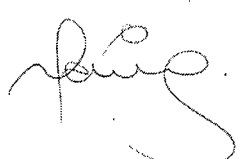
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MATOS, Heloiza. Capital Social e comunicação: interfaces e articulações. São Paulo: Summus, 2009.

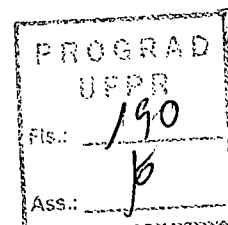
TORQUATO, Gaudêncio. Tratado de comunicação organizacional e política. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

SILVA, Luiz Martins da (Org.). Comunicação Pública. Brasília, DF: Casa das Musas, 2003.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: INTRODUÇÃO ÀS RELAÇÕES PÚBLICAS						Código: OC233
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
<p>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.</p>						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

GRUNIG, J. E., FERRARI, M. A. E FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos.** São Caetano do Sul, Difusão, 2009.

ANDRADE, Candido Teobaldo. **Para entender Relações Públicas.** 4ª ed. São Paulo: Loyola, 1993.

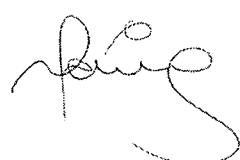
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

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

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

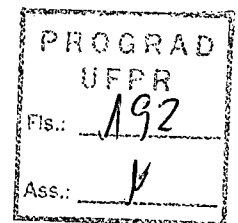
FRANÇA, Fábio. **Públicos.** Como, identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul, Ed. Difusão, 2004.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: SEMINÁRIO DE PESQUISA: PRÉ-PROJETO						Código: OC257
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: - OC072	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
O campo da comunicação e a construção do sujeito pesquisador. Métodos e Técnicas de pesquisas utilizadas no campo da Comunicação. Elementos do pré-projeto de pesquisa. Desconstrução de projetos de pesquisa. Aspectos formais do TCC. Especificidades do campo da comunicação, com ênfase em Relações Públicas.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA



ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de Pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa**. São Paulo: Hacker, 2006.

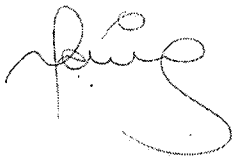
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRAGA, José Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MARTINO, Luiz C. **Pesquisa Empírica em Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.

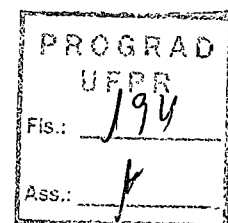
DEMO, Pedro. **Pesquisa e informação qualitativa**. Campinas/SP: Papius, 2001.

LOPES, Maria Immacolatta. **Pesquisa da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 1990.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: INTRODUÇÃO AO MARKETING						Código: OC138
Natureza:		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
<input type="checkbox"/> Obrigatória						
<input checked="" type="checkbox"/> Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/>% EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Especifica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Os princípios básicos de marketing aplicados ao desenvolvimento das atividades empresariais. Visão histórica da evolução do marketing. O papel do marketing nas organizações. Composto de Marketing. Sistema de Informação de Marketing (SIM). As características de produtos e serviços. Estudos do ambiente de marketing e de público-alvo. Posicionamento, ciclo de vida do produto e segmentação. Métodos, técnicas e paradigmas do marketing contemporâneo. Marca e sociedade.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip. Princípios de Marketing. Rio de Janeiro, Prentice Hall, 1993-2005.

KOTLER, Philip. Marketing 3.0. Elsevier, 2010.

SANT'ANNA. Propaganda: teoria, técnica e prática. 5ed. São Paulo. Pioneira, 1995.

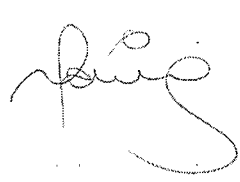
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMBRÓSIO, V. Siqueira, R. Plano de marketing passo a passo – serviços. São Paulo: Reichmann & Autores Editores, 1999-2002.

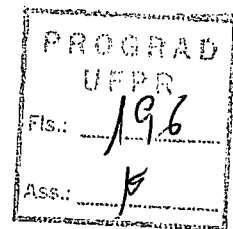
COBRA, Marcos. Marketing Básico. São Paulo, Atlas, 1997.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1974 -2007.

FICHA 1 (PERMANENTE)

Disciplina: INTRODUÇÃO AO JORNALISMO		Código: OC007				
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30 CH semanal: 02	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Introdução crítica ao jornalismo: organização, produção e injunções políticas, sociais e econômicas. Discussão do jornalismo regional e análise a atividade jornalística, sob a perspectiva dos profissionais do campo.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo**. São Paulo: Cia das Letras, 1987.

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação da imprensa**. SP: Fundação Perseu Abramo, 2003.

ARBEX JR., José. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo**. SP: Casa Amarela, 2001.

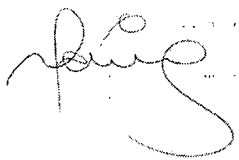
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BALZAC, Honoré de. **Os jornalistas**. Rio de Janeiro, Ediouro, 1999.

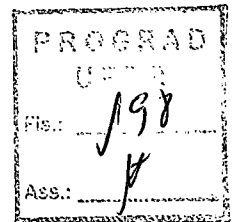
BERGER, Christa e Marocco, Beatriz. **Era glacial do jornalismo**. Volume I. Porto Alegre: Sulina, 2006.

BERGER, Christa e Marocco, Beatriz. **Era glacial do jornalismo**. Volume II. Porto Alegre: Sulina, 2008.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO, PUBLICIDADE E MERCADO						Código: OC135
Natureza:		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
<input type="checkbox"/> Obrigatória						
<input checked="" type="checkbox"/> Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/>% EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 60	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Histórico da Publicidade e Propaganda. Conceitos e definições. A publicidade como instrumento estratégico do Marketing. Propaganda e transformações políticas, econômicas e socioculturais nos contextos mundial e nacional; Comunicação publicitária (planejamento, criação e veiculação). Os meios de comunicação como veículos publicitários.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

APRILE, Orlando C. La publicidad puesta al día. Buenos Aires: La cruzía, 2006 (2ª. Edição).

PEDREBON, José. Curso de Propaganda - Do Anúncio à Comunicação Integrada. São Paulo: Atlas, 2004.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a Propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ABREU, Alzira A.e PAULA, Christiane J. (orgs.). Dicionário histórico-biográfico da propaganda no Brasil, Rio de Janeiro: FGV/ABAP, 2007.

KOTLER, Philip. El marketing según Kotler: como crear, ganar y dominar mercados, Buenos Aires, Paidós, 2005.

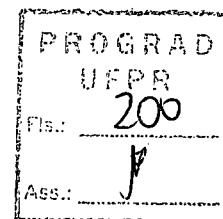
NELSON, Carol e Herschell Gordon Lewis. Advertising Age - Manual de Publicidade, São Paulo: Nobel, 2001.

PROGRAD
 UFPR
 Fis.: 199
 Ass.: *[assinatura]*

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: MARKETING POLÍTICO						Código: OC211
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(X) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Aspectos conceituais sobre comunicação política e eleitoral. O marketing político e o marketing eleitoral: semelhanças e diferenças. Construção da imagem do partido e do candidato. O desafio de comunicar ideias. Estratégias e elementos de comunicação. Planejamento de campanha. Veículos e estratégias. Análise de casos.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
<i>[assinatura]</i>						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

ITEN, Marco; KOBAYASHI, Sergio. Eleição vença a sua! As boas técnicas do marketing político. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

KUNTZ, Ronald. Marketing político – manual de campanha eleitoral. 9ª.ed. São Paulo: Global, 2002.

PANKE, Luciana. Discurso e propaganda eleitoral: conceitos e técnicas. Trabalho apresentado no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife, PE – 2 a 6 de setembro de 2011. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-3140-1.pdf>

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

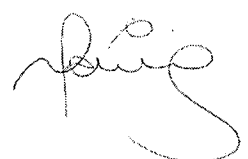
FIGUEIREDO, Marcus; ALDÉ, Alessandra; DIAS, Heloisa e JORGE, Vladimyr Lombardo. Estratégias de Persuasão em Eleições Majoritárias: Uma Proposta Metodológica para o Estudo da Propaganda Política. In: FIGUEIREDO, Rubens (Org.). Marketing Político e Persuasão Eleitoral. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.

GALICIA, Javier Sánchez (Coord) Comunicación política en Treinta claves para entender El poder. Léxico para La nueva comunicación política. México: 2010.

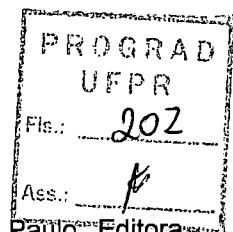
KAID, Linda. Political advertising. In Handbook of Political Communication Research. Estados Unidos: Universidade da Flórida, 2004.

PANKE, Luciana & CERVI, Emerson. Análise da Comunicação Eleitoral: uma proposta metodológica para os estudos de HGPE. Revista Contemporânea. V. 9. Nº 3. 2011 (p. 390 a 403). Disponível em <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/5533>

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: SEMINÁRIO AVANÇADO EM RELAÇÕES PÚBLICAS		Código: OC301				
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa		(x) Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Produção de Seminários Acadêmicos (coordenador, expositor, debatedores, relator) contemplando Trabalhos de Conclusão de Curso concluídos. Explorar temas de interesse da área de conhecimento na perspectiva de atualização sobre processos, sistemas, estratégias, tecnologias e estudos de casos						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MACHADO NETO, Manoel Marcondes. **4 R's das Relações Públicas Plenas**. São Paulo: Editora Moderna, 2015.

VERGILI, RAFAEL. **Relações Públicas, Mercado e Redes sociais**. São Paulo: Summus, 2014.

DORNELLES, Souvenir Maria G. **Relações Públicas: Planejamento e Comunicação**, Porto Alegre: EDIPUCRS, 2012.


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KUNSCH, Margarida; KUNSCH, Waldemar. **Relações Públicas comunitárias**. São Paulo: Summus, 2007.

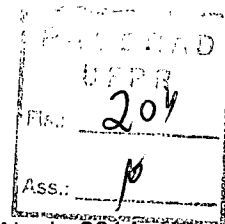
KUNSCH, Margarida. **Comunicação como fator de humanização**. São Paulo: Difusão Editora, 2010.

MOURA, Cláudia Peixoto de (Org.); FERRARI, M. A. (Org.) . **A Pesquisa em Comunicação Organizacional e em Relações Públicas: metodologias entre a tradição e a inovação**. Porto Alegre: EDIPUCRS , 2014.

FICHA 1 (PERMANENTE)

Disciplina: MÍDIAS DIGITAIS						Código: OC234
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 30	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
<p>Convergência Tecnológica, Organizacional, Profissional e Cultural. Características e Conceitos da Comunicação Digital. Sistemas emergentes de Comunicação. O relacionamento das organizações com seus públicos no ambiente digital. O fenômeno participativo e suas consequências para as organizações. Fãs organizacionais nas redes sociais. Monitoramento das redes sociais. Estratégias organizacionais para o ambiente em rede.</p>						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Editora Aleph, 2014.

PARADA, Augusto. **Fãs organizacionais e a memória no relacionamento com a organização**: um estudo do Canal Viva. Tese de doutorado defendida no Programa de social: Pós-graduação em Comunicação da Unisinos, São Leopoldo, 2015.

RECUERO, Raquel . **A Conversação em Rede**: A Comunicação Mediada pelo Computador e as Redes Sociais na Internet. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.

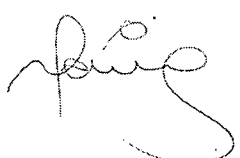
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

SAAD, Beth. **Estratégias para a mídia digital**. São Paulo, Senac, 2003.

TERRA, Carolina. **Usuário-Mídia**: a relação entre a comunicação organizacional e o conteúdo gerado pelo internauta nas mídias sociais. Tese de doutorado defendida na ECA/USP. 2010. Disponível em <http://goo.gl/i8yktK>

FICHA 1 (PERMANENTE)

Disciplina: PROJETO INTERDISCIPLINAR I						Código: OC235
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Explorar técnicas e linguagens de composição, capacidade de reflexão crítica e de inovação na forma e no conteúdo. Desenvolver projetos de comunicação e de relações públicas envolvendo disciplinas do primeiro período.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAD
UFPR
Fis.: 206
Ass.: *

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHAVES, Lucio Edi; SILVEIRA NETO, Fernando Henrique; PECH, Gerson. CARNEIRO, Margareth Fabiola dos Santos. **Gerenciamento da comunicação em projetos**. Rio de Janeiro, FGV Editora, 2010.

IAACSON, Walter. **Os inovadores**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

MOREIRA, Daniel Augusto; QUEIROZ, Ana Carolina. **Inovação Organizacional e tecnológica**. São Paulo: THOMPSON, 2007.

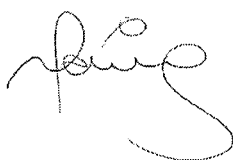
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FRANÇA, Fábio & FREITAS, Sidinéia Gomes. **Manual de qualidade em projetos de comunicação**. São Paulo: Pioneira, 2000.

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

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa**. São Paulo: Hackers, 2001.

FICHA 1 (PERMANENTE)

Disciplina: FOTOGRAFIA INSTITUCIONAL						Código: OC237
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 45	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 03	(PD): 15	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Fotografia Institucional; Semiótica aplicada à imagem; Fotografia de retrato e ambiente; Fotografia de produto; Fotografia conceitual; Pós-produção; Defesa de projetos fotográficos.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAD
UFPR
Fls.: 207
Ass.: f

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas, SP: Papirus, 2010.

SANTAELLA, Lucia. **A teoria geral dos signos. Como as linguagens significam as coisas**. São Paulo: Pioneira, 2000.


PRAKĚL, David. **The fundamentals of creative Photography**. Suíça: Ava Publishing, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

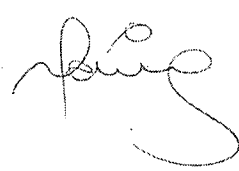
AUMONT, Jaques. **A imagem**. Campinas, SP: Papirus, 2003.

KELBY, Scott. **Light it. Shoot it. Retouch it**. San Francisco: New Riders, 2011

TAYLOR-HAW, Calvey. **Guia definitivo de iluminação de estúdio para fotógrafos**. São Paulo: Editora Europa, 2013.

PROGRAD
 UFPR
 Fls.: 209
 Ass.: 

FICHA 1 (PERMANENTE)

Disciplina: TEORIAS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS						Código: OC238
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: - OC003	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*				
CH Total: 60 CH semanal: 04	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática) A concepção teórico-prática das Relações Públicas e sua evolução. Fundamentos teóricos e científicos das Relações Públicas. A interdisciplinaridade das Relações Públicas: contribuição das Ciências Sociais. Processo e funções das Relações Públicas na estrutura organizacional contemporânea. Legislação de relações públicas. Gestão de Relacionamentos com os Públicos.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAD
UFPR
Fis.: 210
Ass.:

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para entender Relações Públicas**. 3a. edição, São Paulo, Loyola, 1983.

GRUNIG, J. E., FERRARI, M. A. E FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul, Difusão, 2009.

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


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FRANÇA, Fábio. (org. **Relações Públicas – história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo, Ed. Saraiva, 2009.

GRUNIG, James E. **Gerando Comunicação Excelente**. Revista da Aberje, 2000, p. 21 – 24.

KUNSCH, Margarida M. K. **Relações Públicas e Modernidade**. São Paulo, Summus, 1997.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: REDAÇÃO I						Código: OC239
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30 CH semanal: 02	Padrão (PD): 15	Laboratório (LB): 15	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática) O texto científico, suas características e especificidades. Técnicas para a sua redação e estruturação. Modalidades de textos científicos. Aspectos éticos na escrita. Autoria e direito autoral.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

VOLPATO, G. **Bases Teóricas para Redação Científica** - por que seu artigo foi negado? S. Paulo, Edit. Cultura Acadêmica, 2007. 125pp.

ABRAHAMSOHN, P. **Redação Científica**. Rio de Janeiro, Guanabara Koogan, 2004. 269 pp.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**

Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>, acesso em 05/08/2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

Caderno de Redação Científica. Disponível em:

<http://www.ic.unicamp.br/~hans/am038/cadernoRedacaoCientifica.pdf> Acessado em 05/08/2015

CAETANO-CHANG, Maria Rita. Disponível em:

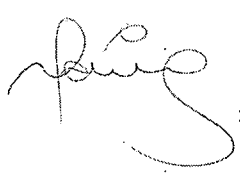
<http://www.rc.unesp.br/igce/aplicada/DIDATICOS/M%20RITA/APOSTILA%20-%20REDAÇÃO%20CIENTÍFICA.pdf>. UNESP: Rio Claro, 2012

MAFRA, J. J. **Ler e tomar notas**: primeiros passos da pesquisa. Belo Horizonte: O Lutador, 2005.


SEVERINO, A. J. **metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007. (Coleção Educação Contemporânea – Série Metodologia e Prática de Ensino).

FRANÇA, J. L. et al. **Manual para normalização de publicações técnico-científicas**. 7a ed. B.H: Ed. UFMG, 2004.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PROJETO INTERDISCIPLINAR II						Código: OC240
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -		Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*			
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 15	(LB): 15	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Projeto de comunicação para uma instituição pública, privada ou não governamental, valorizando o conhecimento adquirido nas disciplinas do segundo semestre.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAD
UFPR
Fis.: 214
Ass.: 

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GRUNIG, J. E., FERRARI, M. A. E FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos.** São Caetano do Sul, Difusão, 2009.

LEMONS, A. **Cibercultura - Tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.


FORTES, Waldyr Gutierrez; SILVA, Mariângela Benine Ramos. **Eventos: estratégias de planejamento e execução.** São Paulo: Summus, 2011

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

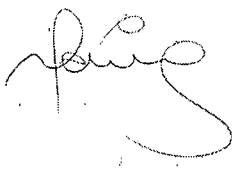
CAVALCANTE, M. M. *Anáfora e dêixis: quando as retas se encontram.* In: KOCH, I.V; MORATO, E.M; BENTES, A.C (orgs). **Referenciação e discurso.** São Paulo: Contexto, 2005. p. 125-149.

SANTAELLA, Lucia. **A teoria geral dos signos. Como as linguagens significam as coisas.** São Paulo: Pioneira, 2000.

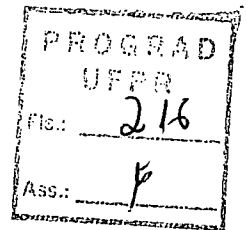
FRANÇA, Fábio & FREITAS, Sidinéia Gomes. **Manual de qualidade em projetos de comunicação.** São Paulo: Pioneira, 2000.

PROGRAD
 UFPR
 Fis.: 215
 Ass.: 

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA NAS RELAÇÕES PÚBLICAS						Código: OC236
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: () Presencial (x) Totalmente EaD () % EaD*				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Sociedade da informação; sociedade do conhecimento. Tecnologias de informação e comunicação: a rede internet. Cibercultura e suas leis. Comunicação social e rede Internet. Relações Públicas on line.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LEMOS, A. Cibercultura - Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

MOREIRA, Elizabeth Huber; PONS, Mônica. Relações Públicas, tecnologias e Públicos. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2013. Disponível em http://www.unisc.br/portal/upload/com_editora_livro/ebook_relacoesPublicas.pdf

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


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CASTELLS, M. A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003. Disponível em: <http://goo.gl/82N2n7>

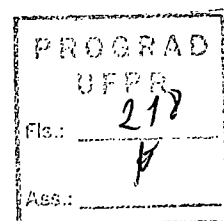
LEVY, P. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999. Disponível em: <http://goo.gl/ShakrC>

PHILIPS, D. Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media (PR In Practice). Kogan Page, 2009

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PROJETO AGÊNCIA I						Código: OC241
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD):	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Planejamento e organização de eventos, promoções, campanhas institucionais e campanhas internas, cerimonial e protocolo, lobby.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FORTES, Waldyr Gutierrez; SILVA, Mariângela Benine Ramos. **Eventos: estratégias de planejamento e execução.** São Paulo: Summus, 2011.

GIA GALGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos: teoria e prática.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

_____. **Gestão Estratégica de Eventos: teoria, prática, casos, atividades.** São Paulo: Cengage Learning, 2011.

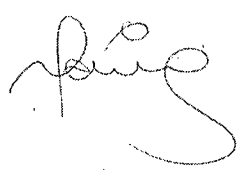
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de eventos.** São Paulo, Summus, 1997.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo sobre eventos.** São Paulo: Editora STS, 1999.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas.** Barueri: Manole, 2001.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PLANEJAMENTO GRÁFICO E EDITORIAL EM RELAÇÕES PÚBLICAS		Código: OC242				
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: -		Co-requisito: -		Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*		
CH Total: 45	Padrão (PD): 15	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 03						
EMENTA (Unidade Didática)						
Desenvolver a hierarquia da informação, com o intuito de selecionar matérias, fazer edição, eleger temas preferenciais. Produzir pautas próprias e tomar contato com diferentes dinâmicas de diálogo com os leitores. Diagramação básica e modelos multiplataforma. Leitura de fotografia. Produção de material gráfico e editorial.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens**. Trad. Rubens Figueiredo, Rosaura Echemberg e Cláudia Strauch. São Paulo: Cia. Das Letras, 2001.

LUPTON, Ellen. PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. Trad. Christian Borges. São Paulo, Ed. Cosacnaify, 2008.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Mil dias: seis mil dias depois**. São Paulo: Publifolha, 2005.

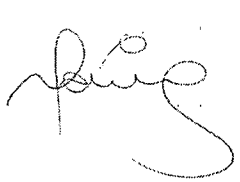
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto gráfico**. Teoria e prática da diagramação. São Paulo, Summus Editorial, 2000, 4.ª ed.

FERREIRA JÚNIOR, José. **Capas de jornal**. A primeira imagem e o espaço gráfico visual. São Paulo, Editora Senac, 2003.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papyrus, 1996.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TEORIAS E TÉCNICAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS						Código: OC243
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 60 CH semanal: 04	Padrão (PD):30	Laboratório (LB):30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática) A mediação das Relações Públicas para eficácia comunicacional entre organização e públicos. A operacionalização das técnicas de Relações Públicas em diferentes organizações. Noções sobre planejamento estratégico em Relações Públicas nas organizações.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

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

GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos.** São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009.

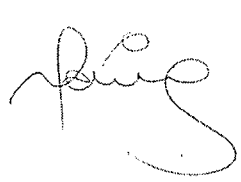
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FRANÇA, Fábio. **Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica.** São Caetano do Sul, SP; Yendis Editora, 2004.

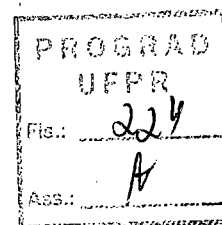
FORNI, João José. **Gestão de crises e Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2013.

MOREIRA, Elizabeth; BRANDT, Grazielle; PEREIRA, Fabiana. **Organização, mídia e mercado: perspectivas teóricas e empíricas de estratégias midiáticas e mercadológicas de comunicação organizacional.** Santa Cruz do Sul : EDUNISC, 2015.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: REDAÇÃO II						Código: OC244
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: - OC239	Co-requisito: -	Modalidade: ()x Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30 CH semanal: 02	Padrão (PD): 15	Laboratório (LB): 15	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática) Princípios básicos e técnicas de redação jornalística. O texto nos diferentes meios de comunicação e nas organizações. Gêneros textuais jornalísticos: Notícia, entrevista, crônica jornalística, artigo jornalístico.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PINTO, Ana Estela Souza. **Jornalismo Diário**. São Paulo: Ed.Folha, 2009.

Manuais de redação Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo.

JORGE, Thaís de Mendonça. **Manual do Foca**. São Paulo: Contexto, 2009.

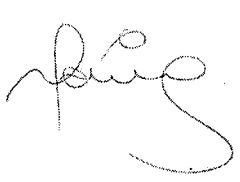
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

SQUARISI, Dad et all. **A arte de escrever bem**: um guia para jornalistas. Contexto: 2005.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista**: diálogo possível. 3. ed. São Paulo: Ática, 1995.

MELLO, Luiz Antonio. **Manual de sobrevivência na selva do jornalismo**. Niterói: Casa Jorge Editorial, 1986.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO						Código: OC231
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -		Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*			
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 30	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Planejamento: conceitos e aplicações. O planejamento de comunicação e de Relações Públicas no contexto da organização. Etapas do planejamento: diagnóstico, estratégias, execução, controle e avaliação. Plano, projeto e programa de Relações Públicas: funções e modelos.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

LOPES, Boanerges (Org.). **Comunicação empresarial: transformações e tendências**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais**. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

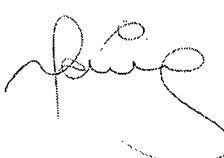
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GALERANI, Gilceana Soares Moreira. **Avaliação em comunicação organizacional**. Brasília: Assessoria de Comunicação Social, 2006.

BARBEIRO, Heródoto. **Crise e comunicação corporativa**. São Paulo: Globo, 2010.

FRANÇA, Fábio. **Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica – Business Relationship**. São Caetano do Sul: YENDIS, 2012.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PROJETO INTERDISCIPLINAR III						Código: OC245
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30 CH semanal: 02	Padrão (PD): 00	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática) Projeto de comunicação para uma instituição pública, privada ou não governamental, valorizando o conhecimento adquirido nas disciplinas do terceiro semestre.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u> Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens**. Trad. Rubens Figueiredo, Rosaura Echemberg e Cláudia Strauch. São Paulo: Cia. Das Letras, 2001

JORGE, Thaís de Mendonça. **Manual do Foca**. São Paulo: Contexto, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

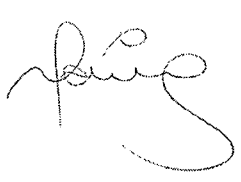
FARIAS, Luiz Alberto (org.) **Relações Públicas estratégicas. Técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus editorial, 2011.

LOPES, Boanerges (Org.). **Comunicação empresarial: transformações e tendências**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

SILVA, Luis Martins da; PAULINO, Fernando O. **Comunicação Pública em Debate –Ouvidoria e Rádio**, Brasília: UnB, 2013.

PROGRAD
 UFPR
 229
 M

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PRODUÇÃO SONORA INSTITUCIONAL						Código: OC246
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*				
CH Total: 30	Padrão (PD): 15	Laboratório (LB): 15	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática) Roteiros para áudio, preparação de textos e scripts. Edição de som. Possibilidades da produção sonora Institucional. Elaboração de projetos e produtos laboratoriais em áudio.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio – Teoria e Prática**. São Paulo: Editora Summus, 2014.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio**. São Paulo: Editora Summus, 2001.

SILVA, Luis Martins da; PAULINO, Fernando O. **matri em Debate –Ouidoria e Rádio**, Brasília: UnB, 2013.

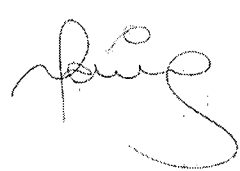
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos – os formatos e os programas de áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

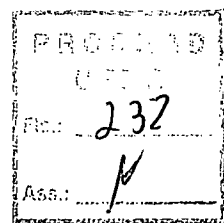
REIS, Clovis. **Propaganda no rádio – Os formatos de anúncio**. Blumenau: Edifurb, 2008.

SILVA, Julia Lucia de Oliveira Albano da. **Radio: oralidade mediatizada. O spot e os elementos da linguagem radiofônica**. 2.^a ed. São Paulo: Annablume, 1999.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PROJETO AGÊNCIA II						Código: OC249
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 30	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Desenvolvimento e execução de planos, projetos e programas de Relações Públicas para diferentes tipos de organizações.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

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

FRANÇA, F.; FREITAS, S. G. **Manual da qualidade em projetos de comunicação**. São Paulo: Pioneira, 1997.

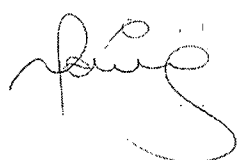
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

TURNER, S. **Manual de relações públicas: como fazer as coisas darem certo**. São Paulo: Círculo do Livro, 1987.

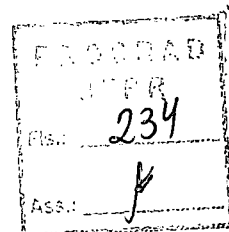
GALERANI, Gilceana Soares Moreira. **Avaliação em comunicação organizacional**. Brasília: Assessoria de Comunicação Social, 2006.

PINHO, J. B. **Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas**. São Paulo: Summus, 1990.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PRODUÇÃO INSTITUCIONAL EM TV E CINEMA						Código: OC250
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 45	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 03	(PD): 15	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
O filme como propaganda institucional para veiculação. Linguagem audiovisual. O <i>briefing</i> para audiovisual. Conceito e conceito estético em audiovisual. Roteiro literário e roteiro técnico. Produção audiovisual - planejamento e áreas envolvidas. Pós-produção. Produção de filme institucional.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARRETO, Tiago. **Vende-se em 30 segundos**. Manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

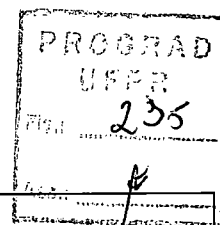
RODRIGUES, Chris. **O Cinema e a produção**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERTOMEU, João Vicente Cegato. **Criação para filmes publicitários**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

MOURA, Edgar Peixoto de. **50 anos luz, câmera e ação**. São Paulo: Ed. SENAC, 1999.

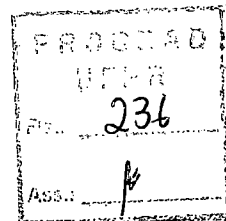
MURCH, Walter. **Num piscar de olhos**: a edição de filmes sob a ótica de um mestre. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.



Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PROJETO INTERDISCIPLINAR IV						Código: OC251
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 00	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Projeto de comunicação para uma instituição pública, privada ou não governamental, valorizando o conhecimento adquirido nas disciplinas do quarto semestre.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

STASIAK, Daiana. **A comunicação organizacional sob a perspectiva da midiatização** Novos processos de visibilidade e interação na era da cibercultura. Tese de doutorado defendida no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UnB, Brasília, 2013.

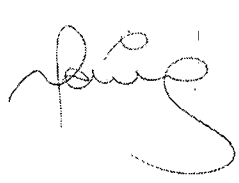
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

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

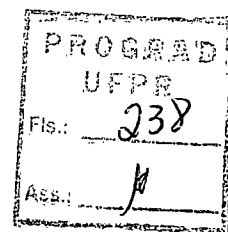
FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de Pesquisa para a Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

FRANÇA, F.; FREITAS, S. G. **Manual da qualidade em projetos de comunicação**. São Paulo: Pioneira, 1997.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: REDAÇÃO III						Código: OC252
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: OC244	Co-requisito: -		Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
CH Total: 60 CH semanal: 04	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática) Produção, Composição e Edição do Jornal Papel de Parede.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LAGE, Nilson. A Estrutura da Notícia. São Paulo, Ática, 1985.

LAGE, Nilson. A Reportagem. Teoria e Técnica. Rio: Record, 2001.

SEPAC – Serviço à Pastoral da Comunicação. Jornal Impresso: da forma ao discurso. São Paulo: Edições Paulinas, 2003.

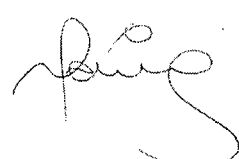
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CALLADO, Ana Arruda. Como se Faz um Jornal Comunitário. Petrópolis: Vozes, 1995.

EDITORA ABRIL. Manual de Estilo. Rio: Nova Fronteira, 1990.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. Técnicas de Redação em Jornalismo - O Texto da Notícia. São Paulo: Ed. Potiguar, 2009.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: ASSESSORIA E ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO COM A MÍDIA						Código: OC253
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 15	(LB): 15	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
<p>Relações Públicas e as diferentes mídias. Mídias e a influência na formação da opinião dos diversos públicos. Relações com a Mídia. Características das mídias na atualidade e a lógica do mercado. Instrumentos de Divulgação. Gêneros textuais Midiáticos. Organização de entrevistas coletivas. Relações com a mídia em situações de crise. Integração no relacionamento entre jornalistas e profissionais de Relações Públicas. Entrevistas - individuais e coletivas. <i>Media training</i></p>						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DUARTE, J. (org.) **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia** São Paulo: Atlas, 2003.

CHINEM, Rivaldo. **Comunicação Empresarial - Teoria e o Dia-a-dia das Assessorias de Comunicação**. SP. Horizonte. 2006

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada** São Paulo: Summus, 2003.

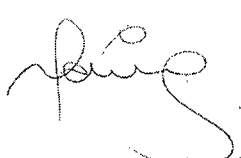
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FARIAS, L. A. de. **A literatura de relações públicas - produção, consumo e perspectivas**. São Paulo: Summus, 2004.

BARGER, C. **O Estrategista em Mídias Sociais**. São Paulo: DVS Editora, 2013.

NOGUEIRA, N. **Media training - melhorando as relações da empresa com os jornalistas - de olho no fim da comunicação social**. São Paulo: Cultura, 1999.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PROJETO AGÊNCIA III						Código: OC254
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 00	(LB): 60	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Desenvolvimento de planos, projetos e programas de Relações Públicas para comunidades, movimentos comunitários e organizações do terceiro setor.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

KUNSCH, M.; KUNSCH, W. (Orgs). **Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.


GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. **Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

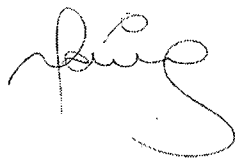
TURNER, S. **Manual de relações públicas: como fazer as coisas darem certo**. São Paulo: Círculo do Livro, 1987.

PORTO, Manuel Carlos L. **Teoria da integração e políticas comunitárias**. Coimbra: Livraria Almedina, 2001.

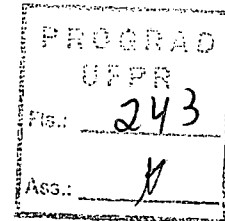
CESCA, Cleuza G. Gimenes (Org.). **Relações públicas e suas interfaces**. São Paulo: Summus, 2006.

PROGRAD
 UFPR
 242
 Ass: 

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: GESTÃO E CULTURA ORGANIZACIONAL						Código: OC256
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 00	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Gestão administrativa da Comunicação nas organizações. Estruturas e funções da atividade de Relações Públicas. Organização de departamentos, assessorias e consultorias. Cultura e clima organizacional. Liderança e relações de poder.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. São Caetano do Sul: Difusão, 2009.

NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais**. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

MOTTA, Fernando C. Prestes; CALDAS, Miguel P. (Orgs.). **Cultura organizacional e cultura brasileira**. São Paulo: Atlas, 1997.

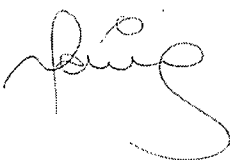
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MAFEI, M.; CECATO, V. **Comunicação corporativa: gestão, imagem e posicionamento**. São Paulo: Contexto, 2011.

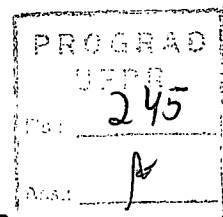
KUNSCH, Margarida (Org.). **A comunicação como fator de humanização das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2010.

ROCHA, T.; GOLDSCHMIDT, A. (Coords.). **Gestão dos Stakeholders: como gerenciar o relacionamento e a comunicação entre empresa e seus públicos de interesse**. São Paulo: Saraiva, 2010.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO INTERNA		Código: OC302				
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa		(x) Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*				
CH Total: 30 CH semanal: 02	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
A Comunicação Interna como composto de Comunicação Integrada nas organizações. Processos, níveis de análise, percepções, barreiras, fluxos, redes e meios de Comunicação convencionais e inovadores. Ferramentas de gerenciamento de comunicação interna. Conceito e aplicações do endomarketing.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BEKIN, Saul Faingaus. **Endomarketing: como praticá-lo com sucesso**. São Paulo: Pearson: Prentice Hall, 2004.

BRUM Analisa de Medeiros. **Endomarketing: como estratégia de gestão: encante seu cliente interno**. 3. ed. Porto Alegre: L&PM, 2005.

NASSAR, Paulo. **Comunicação interna: a força das empresas**. São Paulo: ABERJE, 2003, 2005, 2006.

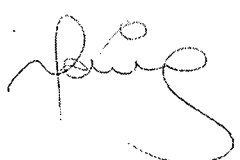
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KUNSCH, Margarida Maria. **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos**, vol.1 . São Paulo: Saraiva, 2009.

KUNSCH, Margarida Maria. **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**, vol.2 . São Paulo: Saraiva, 2009.

TOMASI, Carolina; MEDEIROS, João Bosco. **Comunicação empresarial**. São Paulo: Atlas, 2009.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PROJETO INTERDISCIPLINAR V						Código: OC255
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*				
CH Total: 30 CH semanal: 02	Padrão (PD): 00	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática) Projeto de comunicação para uma instituição pública, privada ou não governamental, valorizando o conhecimento adquirido nas disciplinas do quinto semestre.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u> Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAD
UFPR
Fis.: 247
Ass: K

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LAGE, Nilson. **A Estrutura da Notícia**. São Paulo, Ática, 1985.

DUARTE, J. (org.) **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia** São Paulo: Atlas, 2003.

CHINEM, Rivaldo. **Comunicação Empresarial - Teoria e o Dia-a-dia das Assessorias de Comunicação**. SP. Horizonte. 2006.

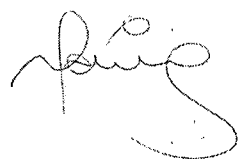
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KUNSCH, M.; KUNSCH, W. (Orgs). **Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.

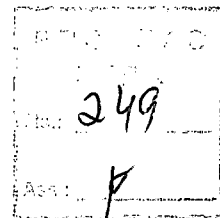
NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais**. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

NASSAR, Paulo. **Comunicação interna: a força das empresas**. São Paulo: ABERJE, 2003, 2005, 2006.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TEORIA E PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA						Código: OC230
Natureza:		(x) Obrigatória () Semestral () Anual () Modular				
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 30	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Tipos de comportamentos coletivos: multidão, massa e público. Conceituação de público e de opinião pública. Noções de público e privado. As diferentes compreensões de opinião pública. Os processos de formação e transformação da opinião pública. A opinião pública e as relações de poder. Relações públicas estratégicas e opinião pública. Pesquisa de opinião pública: coordenação e planejamento. Pesquisa institucional e outras pesquisas empregadas na área de Relações Públicas.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GOMES, Wilson. **Opinião pública hoje** – uma investigação preliminar. In: Práticas midiáticas e espaço público. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

LIPPMAN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALMEIDA, Alberto Carlos. **Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

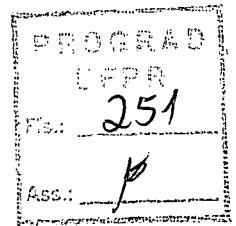
LOPES, Valéria. **Opinião e pesquisa**: instrumentos de orientação e de avaliação. In FARIAS, Luiz Alberto. **Relações Públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus editorial, 2010.

NOVELLI, Ana Lucia Romero et al. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: ÉTICA E LEGISLAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS		Código: OC258				
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: -		Co-requisito: -		Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*		
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Sistema Social e a Vida Ética (os fatores determinantes e os fatores condicionantes). Dos Princípios Éticos em Geral. Moral e Ética na Pós- Modernidade. O ambiente organizacional e a Ética. Ética e Direito em Relações Públicas.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BERTRAND, Claude-Jean. **A Deontologia das mídias**. Bauru, SP: EDUSC, 1999

COMPARATO, Fábio Konder. **Ética**. SP: Cia. Das Letras, 2006.

COSTA, Jurandir Freire. **Ética e o espelho da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR


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

FORACCHI, Marialice; MARTINS, José. **Sociologia e Sociedade**. Rio: LT, 1977.

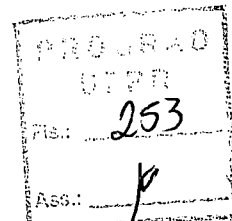
BOTTON, Alain de. **Desejo de Status**. Rio: Rocco, 2004.

252
 /CS: J

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL						Código: OC259
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Assessoria de Relações Públicas no contexto das organizações. Relações públicas enquanto atividade de Assessoria e Consultoria. Assessoria empresarial, social e política.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.




BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais.** Rio de Janeiro: Mauad, 2009.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003.
- DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.** São Paulo: Atlas, 2011.

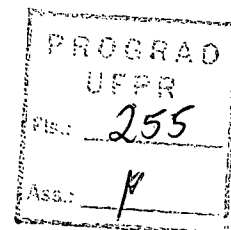
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ARGENTI, Paul A. **Comunicação Empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- CORRÊA, Roberto. **Comunicação integrada de marketing: uma visão global.** Rio de Janeiro: Saraiva, 2006.
- SIMÕES, Roberto Porto. **Relações públicas: função política.** São Paulo: Summus, 1995.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PROJETO INTERDISCIPLINAR VI		Código: OC260				
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*				
CH Total: 30 CH semanal: 02	Padrão (PD): 00	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Projeto de comunicação para uma instituição pública, privada ou não governamental, valorizando o conhecimento adquirido nas disciplinas do sexto semestre.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

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

NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada**: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

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

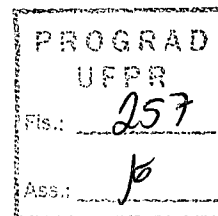
DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2011.

CORRÊA, Roberto. **Comunicação integrada de marketing: uma visão global**. Rio de Janeiro: Saraiva, 2006.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PESQUISA INSTITUCIONAL						Código: OC269
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30 CH semanal: 02	Padrão (PD): 0	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática) Levantamento das condições internas das organizações. Importância e finalidade da pesquisa institucional. Elaboração, aplicação e análise da pesquisa institucional. Diagnósticos e prognósticos de Relações Públicas no assessoramento das organizações.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: <div style="text-align: center;"><i>[assinatura]</i></div>						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Pesquisa Institucional**: diagnóstico, organizacional para as relações públicas. São Paulo: Loyola, 1990.

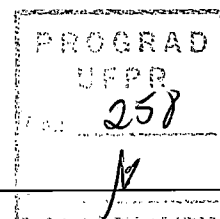
FRANÇA, Fábio. **Públicos**: como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul, SP: Yendis editora, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

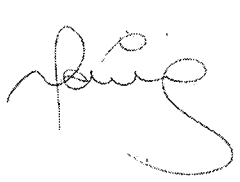
KUNSCH, Maria Margarida. **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. São Caetano: Editora Difusão, 2008.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e comunicação organizacional**: um olhar estratégico sobre a organização. 2ed. Revisada e ampliada. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.

_____. (Org.) **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. Vol. 1, 2ª ed. São Caetano do Sul/SP: Difusão Editora, 2008.



Ficha 1 (permanente)

Disciplina: RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS						Código: OC274
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Fundamentos Teóricos em Relações Internacionais. Perfil do Setor de RP nos países do mundo. Cooperação Internacional: Política e Direito nas Ações dos RPs Internacionais. Os Mercados Comuns. O Papel do RP nas Relações Interculturais. Estudos de Caso.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

259
Ass: /

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DEUTSCH, Karl. **Análise das relações internacionais**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2002.

OLIVEIRA, Odete Maria de. **Relações Internacionais: Estudos de Introdução**. Curitiba: Juruá, 2002.

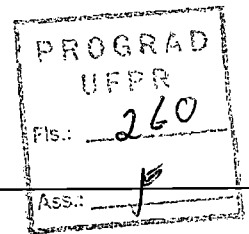
SARAIVA, José Flávio S. (org.). **Relações internacionais contemporâneas**. Da construção do mundo liberal à globalização. Brasília: Editora da UnB, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BOUCHER, David. **Political Theories of International Relations**. Oxford: Oxford University Press, 1998.

AHARNA, R.S. **Intercultural Communication and International Public Relations: Exploring Parallels**. Communication Quarterly, Vol.48, No 1, Winter 2000, p.85-100.

MORLEY, Michael. **How to manage your global reputation: a guide to the dynamics of international public relations**. Washington Square, NY: New York University Press, 2002.



Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PROJETO INTERDISCIPLINAR VII						Código: OC280
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
(x) Obrigatória						
() Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal:	(PD): 00	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Projeto de comunicação para uma instituição pública, privada ou não governamental, valorizando o conhecimento adquirido nas disciplinas do sétimo semestre.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FRANÇA, Fábio. **Públicos**: como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul, SP: Yendis editora, 2004.

KUNSCH, Maria Margarida. **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. São Caetano: Editora Difusão, 2008.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e comunicação organizacional**: um olhar estratégico sobre a organização. 2ed. Revisada e ampliada. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.

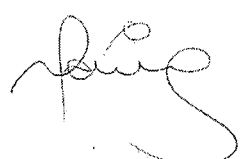
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ORTIZ, RENATO. Mundialização, cultura e política. In: DOWBOR, Landislau; IANNI, Octávio e RESENDE, Paulo-Edgar (orgs.) **Desafios da globalização**. Petrópolis: Vozes, 1999, p. 273.

BLACK, Sam. Relaciones públicas internacionales y redes de telecomunicación. In: **ABC de las relaciones públicas**. Barcelona : Gestión 2000.

SANTOS, Boaventura Sousa (Org.). **A globalização das Ciências Sociais**. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2002.

FICHA Nº 1 (permanente)

Disciplina: Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Públicas I		Código: OC291
Natureza: (X) obrigatória () optativa	Semestral (X) Anual () Modular ()	
Pré-requisito:	Co-requisito:	
Modalidade: (X) Presencial () EaD () 20% EaD		
C.H. Total da Disciplina (no semestre/ ano/ modulo): 75 horas		
C.H. Semanal da Disciplina: 05 horas		
C.H. Semanal da disciplina distribuída por PD: LB: CP: ES: OR: 75		
EMENTA (Unidades Didáticas) Elaboração e execução de projeto teórico ou prático de conclusão do curso de Relações Pública, segundo regimento específico.		
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>		
Assinatura: 		

PROFESSOR
UFPR
Fis: 263
Ass: [assinatura]

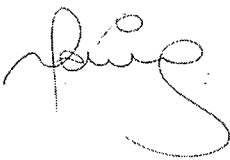
BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Diversas, variando de acordo com a temática de trabalho de cada acadêmico.


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

Diversas, variando de acordo com a temática de trabalho de cada acadêmico.

FICHA Nº 1 (permanente)

Disciplina: Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Públicas II		Código: OC292
Natureza: (X) obrigatória () optativa	Semestral (X) Anual () Modular ()	
Pré-requisito: OC291	Co-requisito:	
Modalidade: (X) Presencial () EaD () 20% EaD		
C.H. Total da Disciplina (no semestre/ ano/ modulo): 75 horas		
C.H. Semanal da Disciplina: 05 horas		
C.H. Semanal da disciplina distribuída por PD: LB: CP: ES: OR: 75		
EMENTA (Unidades Didáticas) Elaboração e execução de projeto teórico ou prático de conclusão do curso de Relações Pública, segundo regimento específico		
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>		
Assinatura:		

Legenda: Conforme Resolução 15/10-CEPE: PD- Padrão LB – Laboratório CP – Campo ES – Estágio OR – Orientada

PROGRAD
UFPR
Rs.: 265
Ass.: 


BIBLIOGRAFIA BÁSICA (3 TÍTULOS)

Diversas, variando de acordo com a temática de trabalho de cada acadêmico.

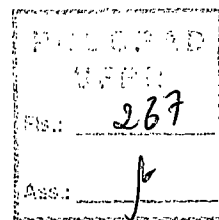
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (3 TÍTULOS)

Diversas, variando de acordo com a temática de trabalho de cada acadêmico.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM RP: ARTIGOS CIENTÍFICOS		Código: OC299				
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa		(x) Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
<p>Linguagem científica. Diferenças com a linguagem jornalística. Estrutura do resumo. Importância das palavras-chave. Estrutura do texto científico. Desconstrução de artigos publicados em revistas Qualis. Compreendendo o ranking das revistas científicas da Capes e normas de submissão de artigos científicos. Sistemas de avaliação de eventos e revistas científicas. A construção do sujeito pesquisador.</p>						
<p>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u></p>						
<p>Assinatura: </p>						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MACHADO, Juremir. **O que pesquisar quer dizer::** como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da Capes. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MALDONADO, Alberto Efendy *et al.* **Metodologias de pesquisa em comunicação:** olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa:** projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

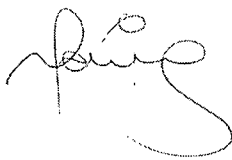
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRAGA, José Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MARTINO, Luiz C. **Pesquisa Empírica em Comunicação.** São Paulo: Paulus, 2010.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005.

HISSA, Cássio. **Entrenotas:** compreensões de pesquisa. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Redação Jornalística I						Código: OC008
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(x) Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 30	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Elaboração de narrativas e depoimentos; experiência de imersões; exercícios de território e mapeamentos. Percepção de elementos básicos da notícia e produção de lide. Trato com o manual de redação e agenda. Leitura de dados e pesquisa. Produção de infográficos. Percepção de público. Relacionamento com as fontes. Técnica de entrevista e reportagem. Princípios da edição.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.

Fls.: 269
Ass.: y

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo**. Redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ed. Ática, 2001, 5.^a ed.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

PINTO, Ana Estela de Sousa. **Jornalismo diário**. São Paulo: Publifolha, 2009.

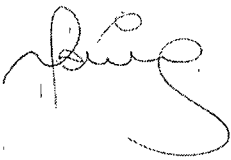
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**. Notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

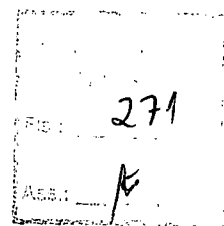
COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa. Um curso sobre sua estrutura**. São Paulo: Ed. Ática, 1993.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Redação Jornalística II						Código: OC029
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(x) Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal:	(PD): 30	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
04						
EMENTA (Unidade Didática)						
Aspectos teóricos e práticos da produção jornalística. Entrevistas e seus formatos. Perfis, reportagem e redação de matérias frias. Cobertura de eventos e coletivas de imprensa.						
2) Novas práticas jornalísticas e audiências interativas. Especificidades de linguagem e redação de jornalismo impresso e de jornalismo para Internet.						
3) Editorias especializadas (política, cultura, polícia, ciência e tecnologia, economia, geral, etc.) com prática em formato blog e utilização do Thinglink como plataforma para múltiplos formatos: notícias e reportagens, vídeos, áudios, timelines, painel de fotos, infográficos e mapas para jornais diários e revistas jornalísticas.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BURNETT, Lago. Quem tem medo do subEaD. In: **A língua envergonhada**. RJ, Ed. Nova Fronteira, 1976.

CALDAS, Álvaro (org.). **Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da Internet**. São Paulo: Loyola, 2003.

CAPOTE, Truman. **A sangue frio**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1966. COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa**. SP, Ática, 1993.

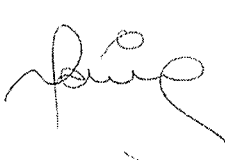
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DIMENSTEIN, Gilberto. **As armadilhas do poder: bastidores da imprensa**. São Paulo, Summus, 1990.

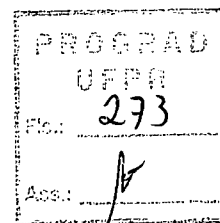
FERRARI, Maria Helena e SODRÉ, Muniz. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo, Summus, 1986.

FOLHA DE S. PAULO. Manual Geral da Redação.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Redação Jornalística III						Código: OC063
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(x) Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 0	(LB): 60	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
<p>1) Jornalismo de opinião: editoriais, comentários, resenhas, crônicas, colunas, artigos.</p> <p>2) Jornalismo em grandes formatos – grande reportagem e livro reportagem: investigação (jornalismo investigativo e jornalismo de dados) e estilos (jornalismo literário e new journalism).</p> <p>3) jornalismo transmídia e convergente e práticas em múltiplas plataformas: blogs, e-books, liveblogging, snow fall, webzine, etc.</p>						
<p>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u></p> <p>Assinatura:</p> <p style="text-align: center;"></p>						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARCELLOS, Caco. **Rota 66: a história da polícia que mata**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

_____. **Abusado: o dono do morro Dona Marta**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

BOSI, Caroline; LIMA, Myrian Del Vecchio e SANTIN, Karla **A relação entre metodologia e livro reportagem como suporte jornalístico e objeto de pesquisa**.

Mimeo. Evinci, UFPR, 2006.

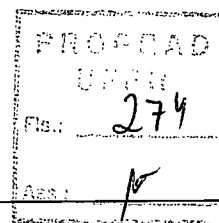
CALDAS, Álvaro (org.). **Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da Internet**. São Paulo: Loyola, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CARVALHO, Nadja e MOURA, Sandra (orgs.) **Leituras do Abusado**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2003.

CAPOTE, Truman. **A sangue frio**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, s/d.

FORTES, Leandro. **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Contexto, 2005.



Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Redação Jornalística IV						Código:
Natureza:		(xx) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(x) Optativa						
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal:	(PD): 30	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
04						
EMENTA (Unidade Didática)						
Estudos de temas relevantes ao jornalismo impresso a partir de autores contemporâneos e casos recentes da imprensa nacional e estrangeira.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						

*OBS: ao assinalar a opção % EaD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTSCHO, Ricardo. *A aventura da reportagem*. São Paulo: Summus, 1990. p. 15-59.

FOLHA DE S. PAULO. *Manual geral de redação*. 2 ed. São Paulo, 1987.

LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. 5 ed. São Paulo: Ática, 2003.

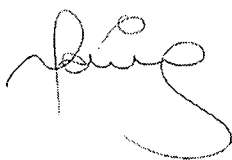
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. *Manual de redação e estilo de O Estado de S. Paulo*. 3. ed. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

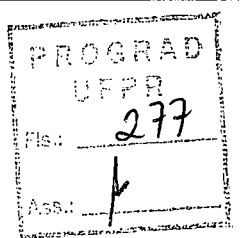
MEDINA, Cremilda. *Entrevista: diálogo possível*. 3. ed. São Paulo: Ática, 1995.

MELLO, Luiz Antonio. *Manual de sobrevivência na selva do jornalismo*. Niterói: Casa Jorge Editorial, 1986.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO E ENTRETENIMENTO						Código: OC233
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Estudos sistematizados sobre as principais indústrias do entretenimento: cinema, TV, música, editorial, games, web, esportes, performances de Arte e Cultura (teatro, circo, museu, dança, literatura, festivais), parques de diversão, turismo. Produção, distribuição, consumo e marketing aplicado.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo, Senac, 2008.

COBRA, Marcos. Marketing do entretenimento. São Paulo: Senac, 2008.

TRIGO, Luiz Gonzada Godoi. Entretenimento. São Paulo: Senac, 2003.

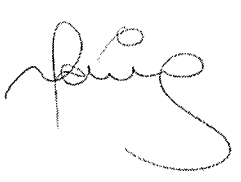
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ROCHA, Everardo. Sociedade do sonho . Rio de Janeiro: Mauad: 1995.

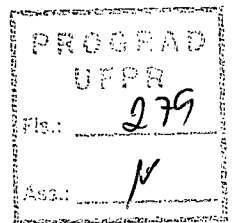
SÁ, Simone Pereira de. Prazeres digitais: computador e entretenimento. Rio de Janeiro, e-Papers, 2005.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. Gestão de Marketing e Comunicação: Avanços e Aplicações. São Paulo: Saraiva, 2011.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO E LITERATURA						Código: OC234
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Tópicos especiais sobre os diálogos entre as áreas da comunicação e da literatura.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



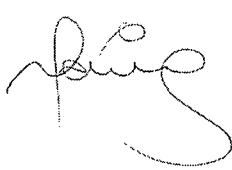
BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- GIOVANNI, Ricciardi. Biografia e criação literária. Vol. 1 – São Paulo: Nitpress, 2009.
GIOVANNI, Ricciardi. Biografia e criação literária. Vol. 2 – São Paulo: Nitpress, 2009.
LOPES, Hilda Simões. Manual da criação literária. São Paulo: Ed. Baraúna, 2009

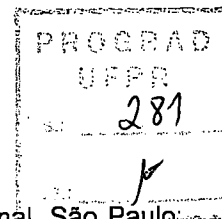
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- CAMPOS, Flávio de. Roteiro de cinema e televisão: a arte e a técnica de imaginar, perceber e narrar uma estória. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro: Teoria e prática. São Paulo: Summus, 2009.
TRIGO, Luiz Gonzada Godoi. Entretenimento. São Paulo: Senac, 2003.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO E DIVERSIDADE						Código: OC235
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Tópicos especiais em comunicação, mídia e diversidade cultural.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CANEVACCI, Massimo. Fetichismo visuais: corpos eróticos e metrópole comunicacional. São Paulo: Ateliê, 2008.

GOMES, Mércio Pereira. Antropologia. São Paulo: Contexto, 2008.

LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

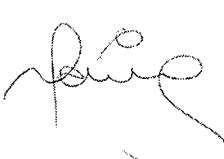
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARBERO, Jesus Martin. Dos meios às mediações. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

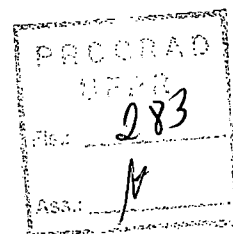
CANEVACCI, Massimo. Culturas extremas: mutações juvenis nos corpos das metrópolis. São Paulo: DP&A, 2005.

VELHO, Gilberto. Individualismo e Cultura: notas para uma Antropologia da Sociedade Contemporânea. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: MÍDIA E SOCIEDADE						Código: OC239
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Tópicos especiais em Comunicação, Mídia e Sociedade.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBERO, Jesus Martin. Dos meios às mediações. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

CANEVACCI, Massimo. Fetichismo visuais: corpos erópticos e metrópole comunicacional. São Paulo: Ateliê, 2008.

LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CANEVACCI, Massimo. Culturas extremas: mutações juvenis nos corpos das metrópolis. São Paulo: DP&A, 2005.

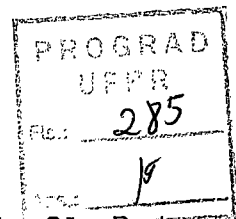
GOMES, Mércio Pereira. Antropologia. São Paulo: Contexto, 2008.

PINTO, Virgílio Noya. Comunicação e cultura brasileira. 4. ed. São Paulo: Martins fontes, 1997.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: MÍDIA E MEIO AMBIENTE						Código: OC240
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Tópicos especiais em mídia e meio ambiente.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AMARAL FILHO, Nemézio, BOFF, Emmanoel. Comunicação Organizacional verde. São Paulo: Editório, 2013.

BARRET, Gary, ODUM, Eugene. Fundamentos de Ecologia. São Paulo: Thompson Pioneira, 2007.

PEREIRA, Adriana Camargo; SILVA, Gibson Zucca da; CARBONARI, Maria Elisa Ehrhardt. Sustentabilidade, responsabilidade social e meio ambiente. São Paulo: Saraiva, 2012.

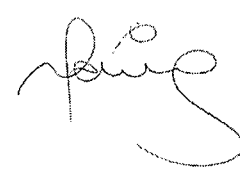
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CAMARGO, C. CELSO DE BRASIL, MATTOZO, Vânia. Energia, ambiente e mídia. Florianópolis, SC: Editora UFSC, 2005.

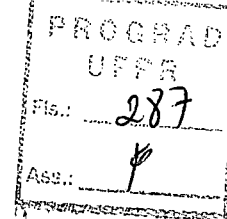
CAMPBELL, C. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2000.

CORTEZ, Silvia Aparecida; ORTIGOZA, Ana Tereza. Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano. São Paulo: Scielo, editora Une, 2012. PINTO, Virgílio Noya. Comunicação e cultura brasileira. 4. ed. São Paulo: Martins fontes, 1997.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: SEMIÓTICA E PUBLICIDADE						Código: OC241
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD ()..... %			
NÃO TEM		NÃO TEM	EaD*			
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Fundamentos de semiótica e as linhagens russa, francesa e americana. Semiótica aplicada à Publicidade. Níveis e componentes da relação triádica do signo e a dinâmica do processo signico na interação criação/receptor na comunicação publicitária.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MACHADO, Irene. Escola de Semiótica: a experiência de Tártu-Moscú para o estudo da cultura. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

PIETROFORTE, Antonio Vicente. Semiótica visual, os percursos do olhar. São Paulo: Contexto, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. Estratégias semióticas na Publicidade. São Paulo: Saraiva, 2011.

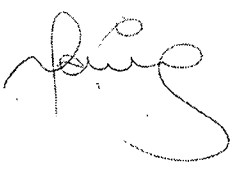
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COELHO NETTO, José Teixeira. Semiótica, informação e comunicação: diagrama da teoria do signo. São Paulo: Perspectiva, 2003.

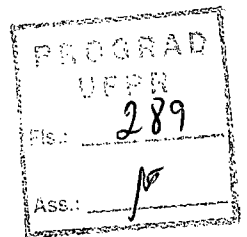
HENAUULT, Anne. História concisa da semiótica. São Paulo: Parábola, 2006.

SANTAELLA, Lucia, NOTH, Winfried. Imagem: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2009.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PROGRAMAÇÃO VISUAL I						Código: OC144
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito: OC010		Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 30	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Conceitos de Comunicação Visual aplicados na imagem corporativa. Identidade Visual como estratégia de marketing. O processo criativo da Identidade Visual. Análise de imagens corporativas do mercado. Projetos práticos de Identidade Visual.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AMARA, Timothy. Grid: construção e desconstrução. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

CHAMMA, Norberto; PASTORELO, Pedro D. Marcas & sinalização: Prática em design corporativo. São Paulo: Senac, 2007.

VINCENT, Charles de Castro. Grids: soluções criativas para designers gráficos. Porto Alegre: Bookman, 2009.

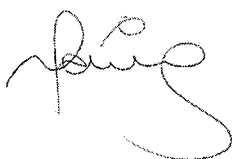
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMBROSE, Garvin. Grids. Porto Alegre: Bookman, 2009.

DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

WHEELER, Alina. Design de Identidade da Marca. Porto Alegre: Bookman, 2008.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA AUDIOVISUAL						Código: OC189
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito: OC009	Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*				
CH Total: 60	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidade Didática)						
Características da televisão, do cinema e da Internet como mídia publicitária. Gêneros audiovisuais em publicidade. Processo de produção em TV e cinema. Produção e edição de filmes publicitários.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

APRILE, La publicidad audiovisual. Del blanco y negro a la Web. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos. Manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.

BERTOMEU, João Vicente Cegato. Criação para filmes publicitários. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

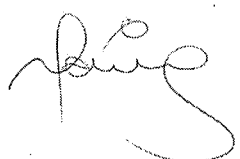
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ECO, Umberto. ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados. São Paulo: Perspectiva, 1993.

FIELD, Syd. Manual do roteiro. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

WATTS, Harris. Direção de câmera. Um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PSICOLOGIA DO CONSUMIDOR						Código: OC134
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*			
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
A origem da consciência; instinto e racionalidade; a composição da personalidade; consciente, inconsciente pessoal e inconsciente coletivo. Pensamento mágico, arquétipos, memória e imaginário. Psicologia, mídia e comunicação publicitária. Comportamento humano e consumo. Pesquisa e comportamento do consumidor.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CAMARGO, Pedro. Comportamento do Consumidor: a Biologia, Anatomia e Fisiologia do Consumo. São Paulo: Novo Conceito, 2010.

GIGLIO, Ernesto. O Comportamento do Consumidor. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

LIMEIRA, Tânia M. Vidigal. O comportamento do consumidor brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ENGELS, James; BLACKWELL, Roger & MINIARD, Paul M. Comportamento do Consumidor. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S/A, 2001.

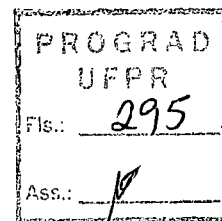
SAMARA, Beatriz Santos & MORSCH, Marco Aurélio. O comportamento do consumidor: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

SOLOMON, Michael B. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. Porto Alegre: Artemed, 2008.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PESQUISA DE MERCADO						Código: OC139
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(x) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 15	(LB): 15	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Pesquisa de mercado e suas técnicas no âmbito mercadológico e de comunicação. Desenvolvimento de planos de pesquisa e de estudos de mercado. Métodos e limitações da pesquisa no campo da comunicação.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AAKER, David; KUMAR, V.; DAY, G.S. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2004.

MATTAR, Nagib F. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2001.

McDANIEL, Carl e GATES, Roger. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AAKER, David; KUMAR, V.; DAY, G.S. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2004.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2002.

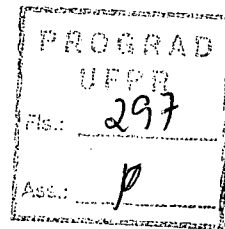
SAMARA, B. S. e BARROS, J.C. Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia. São Paulo: Pearson Education, 2002.

PROGRAD
 UFPR
 Fls.: 296
 Ass.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO						Código: OC156
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(x) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Teoria, crítica e técnica da assessoria de comunicação. A comunicação interna nas organizações. Comunicação integrada de marketing. O assessor como um profissional de múltiplas funções: publicidade, RP, jornalismo, gestão e design. Instrumentos de assessoria de comunicação: conceitos, implantação, controle e mensuração de resultados. Gestão estratégica da informação.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALMANSA, Ana. Assessorias de Comunicação. São Paulo: Difusão Editora, 2010.

MAFEI, Maristela. CECATO, Valdete. Comunicação corporativa: gestão, imagem e posicionamento. São Paulo: Contexto, 2011.

PINEIRO, Duda. GULLO, José. Comunicação integrada de marketing. São Paulo: Atlas Editora, 2014.

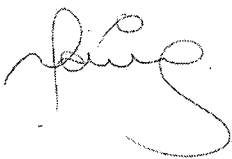
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

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

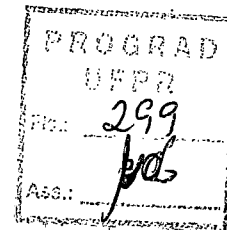
SAUERBRONN, Jão Felipe R. Comunicação integrada de marketing. São Paulo: FGV, 2014.

TAVARES, Mauricio. Comunicação empresarial e planos de comunicação: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2010.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO						Código: OC204
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*			
---		NÃO TEM				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 30	(LB): 30	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Mix de comunicação integrada de marketing. Briefing e diagnóstico. Definição de metas, objetivos, táticas e estratégias. Planejamento, desenvolvimento e apresentação de campanha de comunicação. Pesquisa, criação, mídia e produção como elementos do plano. Campanhas institucionais e promocionais. Novas ações de comunicação: transmídia, conteúdos de marcas (branded content), etc. Tecnologias, negócios e a indústria criativa. Cronograma e orçamento. Métricas de controle.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KELLER, Kevin & MACHADO, Marcos. Gestão Estratégica de Marcas. Prentice Hall, 2008.

LUPETTI, Marcélia. Planejamento de comunicação. São Paulo: Futura, 2000.

RIES, Al; TROUT, Jack. Posicionamento: a batalha pela sua mente. 8.ed. São Paulo: Pioneira, 2003.

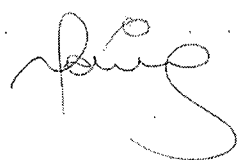
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LUPETTI, Marcélia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica. Thomson Learning, 2007.

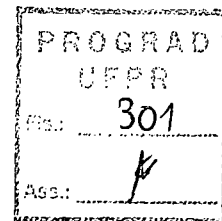
SANT'ANNA, Armando; ROCHA JÚNIOR, Ismael; GARCIA, Luiz Fernando Dabul. Propaganda: teoria, técnica e prática. 8. ed. rev. São Paulo: Cengage Learning, 2009

SHIMP, T. A. Propaganda e Promoção. Porto Alegre: Bookman, 2008.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING						Código: OC209
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(x) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 15	(LB): 15	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
<p>Promoção de vendas e merchandising no mix de marketing. Logística e distribuição. Intermediários e consumidores finais. Ações promocionais no mercado de varejo e de serviço. Atividades de ponto de vendas: exibitécnica, exposição de marcas e ações promocionais. Comunicação Visual e imagem corporativa. Embalagem. Projetos práticos de Identidade Visual em pontos de venda. Legislação sobre promoção de vendas. Objetivos da promoção e do merchandising.</p>						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BLESSA, Regina. Merchandising no ponto-de-venda. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SHIMP, T. A. Propaganda e Promoção. Porto Alegre: Bookman, 2008.

ZENONE, Luiz Cláudio; BUAIRIDE, Ana Maria. Marketing da promoção e merchandising: conceitos e estratégias para ações bem-sucedidas. São Paulo: Thomson Pioneira, 2005. 179 p.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

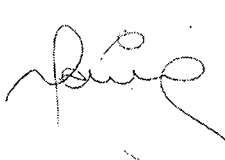
FERRACIU, João de Simoni S. Marketing Promocional. Bookman, 2008.

LUPETTI, Marcélia. Planejamento de comunicação. São Paulo: Futura, 2000.

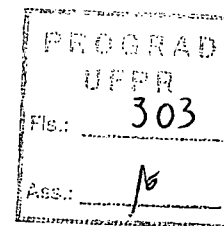
SANT'ANNA, Armando; ROCHA JÚNIOR, Ismael; GARCIA, Luiz Fernando Dabul. Propaganda: teoria, técnica e prática. 8. ed. rev. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

PROGRAD
 UFPR
 Fls.: 302
 #

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: GESTÃO DE NEGÓCIOS EM COMUNICAÇÃO						Código: OC210
Natureza:		(x) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(x) Optativa						
Pré-requisito: -		Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30		Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada
CH semanal: 02		(PD): 15	(LB): 15	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0
Prática Específica (PE): 0						
EMENTA (Unidade Didática)						
Administração de empresas de comunicação. Conceitos e tarefas da administração. Gestão de processos e de pessoas. Qualidade de vida no trabalho. A organização de empresas de comunicação e seu funcionamento. Características e estrutura de agências de publicidade, produtoras, assessorias de comunicação e afins. Métodos e fluxograma de atividades. Departamentalização. Relações entre o departamento de marketing e agência de comunicação. Honorários. Legislação. Organograma.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHIAVENATO, Idalberto. Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos: como incrementar talentos na empresa, São Paulo: Atlas, 2003.

FLEURY, A. C. C.; FLEURY, M. T. L. Estratégias empresariais e formação de competências. São Paulo: Atlas, 2000.

LUPETTI, Marcélia. Administração em Publicidade e Propaganda. São Paulo: Futura, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

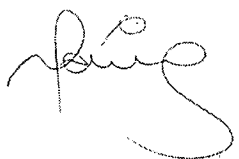
O'GUINN Thomas C; ALLEN, Chris T; SEMENIK, Richard J. Propaganda e promoção integrada da marca. 4ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

PERISCINOTO, Alex e TELLES, Izabel. Mais vale o que se aprende que o que te ensinam. São Paulo: Best Seller, 1995.

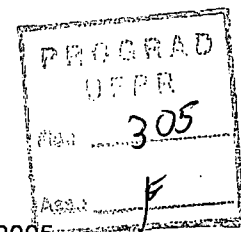
SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. São Paulo: Pioneira, 2005.

SCHARF, Edson Roberto. Administração na propaganda: o planejamento e a gestão do conhecimento na administração aplicada à propaganda. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO E REDES URBANAS						Código: OC100
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
<p>A disciplina tem por objetivo refletir sobre as possibilidades comunicativas de instituições, movimentos e coletivos presentes na sociedade em rede, como forma de resistência ao processo de globalização. A partir deste ambiente, é preciso compreender como as estratégias e tecnologias de comunicação contribuem na expressão cultural dos grupos, suas identidades e sua busca por reconhecimento. Destaque para movimentos urbanos e fenômenos migratórios, como, por exemplo, os haitianos em Curitiba. Alinha-se, interdisciplinarmente, com conceitos como estratégias comunicativas; redes e estratégias de comunicação contrahegemônica; sociedade em rede (Castells), globalização (Sousa Santos); cultura e identidade (Hall); redes urbanas.</p>						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. Vol 1. 8ª Ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

PAIVA, R; BARBALHO, A. (orgs). Comunicação e cultura das minorias. São Paulo: Paulus, 2005.


SANTOS, Boaventura de S. (org). A globalização e as ciências sociais. 2ª ed. São Paulo, Cortez, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

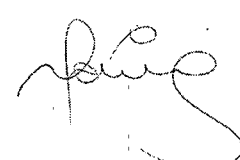
GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil Contemporâneo. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

SANTOS, Milton. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.

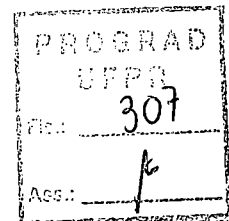
HALL, Stuart. A identidade cultural na pósmodernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

PROGRAD
 UFPR
 Nº: 306
 Ass: 

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM TEORIA DO CONHECIMENTO - MEIOS DE COMUNICAÇÃO E CONTINENTE AFRICANO: ESQUECIMENTO E NEGAÇÃO							Código: OC110							
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória					<input checked="" type="checkbox"/> Semestral		<input type="checkbox"/> Anual		<input type="checkbox"/> Modular			
<input checked="" type="checkbox"/> Optativa														
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial							<input type="checkbox"/> Totalmente EaD		<input type="checkbox"/> % EaD*	
NÃO TEM		NÃO TEM												
CH Total: 60	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0								
CH semanal: 04														
EMENTA (Unidade Didática)														
<p>O Papel dos meios de comunicação brasileiros na construção do lugar do continente africano no imaginário social do País. Análise de coberturas e comparações sobre como o Brasil é tratado por meios de Comunicação de veículos de comunicação africanos na contemporaneidade. Análise e proposições sobre as formas que o trabalho jornalístico tem para alterar esse estado atual, ampliando conhecimentos sobre o continente africano e diminuindo a ignorância que alimenta o preconceito.</p>														
<p>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u></p>														
<p>Assinatura:</p> 														

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARAÚJO, Joel Zito (org.). O negro na tv pública. Brasília: Ministério da Cultura/Fundação Palmares. 2010.

RIBEIRO, Darcy. O povo brasileiro – A formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras. 2ª. Edição, 1996.

SILVA, Paulo Vinícius Baptista da e ROSEMBERG, Fulvia. "Brasil: lugar de negros e brancos na mídia." IN: DIJK, Teun A. van. Racismo e discurso na América Latina. São Paulo: Contexto, 2008.

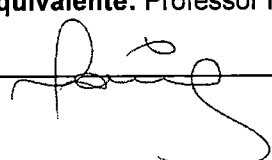
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

SOARES, Rosana de Lima. "Imaginários e representações: o negro na publicidade televisiva brasileira." IN: BAPTISTA, Leandro Leonardo e LEITE, Francisco (orgs). O negro nos espaços publicitários brasileiros. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) – Coordenadoria dos Assuntos da população negra, 2011.

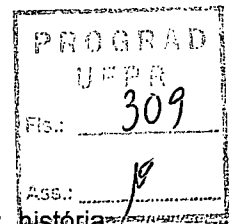
SODRÉ, Muniz. "Sobre imprensa negra". <http://www.facom.ufjf.br> – capturado em: 27.10.2008.

SODRÉ, Nelson Werneck. História da imprensa no Brasil. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1966.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Comunicação e Mercado						Código: OC030	
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa			(x) Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
Pré-requisito: -		Co-requisito: -		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*			
CH Total: 60 CH semanal:04	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	
EMENTA (Unidade Didática)							
A indústria cultural do Brasil no mercado mundial. Diferentes tipos de públicos. A especificidade dos novos veículos. A globalização da comunicação: mercados homogêneos x identidades nacionais. O local e o global.							
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Professor Mário Messagi Junior							
Assinatura: 							

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CASAQUI, V.; LIMA, M. C.; RIEGEL, V. (orgs.). Trabalho em publicidade e propaganda: história, formação profissional, comunicação e imaginário. São Paulo, Atlas, 2011.

ROCHA, Maria Eduarda da Mota. A nova retórica do capital: a publicidade brasileira em tempos neoliberais. São Paulo: Edusp, 2010.


SEMENIK, Richard J.; Basmosy, GARY J. Princípios de marketing: uma perspectiva global. São Paulo: Makron Books, 1995. 2 EX. SA- 1996

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

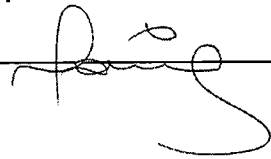
KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

MORAIS, Fernando. Na Toca dos Leões. São Paulo: Planeta, 2005.

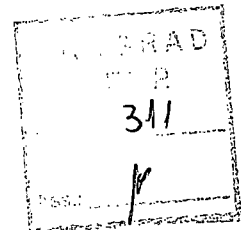
PINTO, Antonio Lino. Abri minha agência, e agora? São Paulo: Dash Editora, 2013.

PROGRAD
 UFPR
 FE: 310
 ASS: 

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Tópicos Especiais em Comunicação e Linguagem						Código: OC055	
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa			(x) Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
Pré-requisito: -		Co-requisito: -		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*			
CH Total: 60 CH semanal: 04	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	
EMENTA (Unidade Didática)							
Apresentação geral dos programas • Características das principais ferramentas • Práticas de criação, manipulação, edição e alteração de imagens • Elementos, princípios e organização da mensagem visual • Análise e planejamento de um trabalho com imagens.							
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Professor Mário Messagi Junior							
Assinatura: 							

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



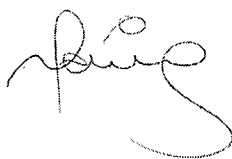
BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo, Ed. Martins Fontes, 1991.
FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. São Paulo, Ed. Edgard Blücher, 1999.
FILHO, João G. *Gestalt do objeto*. Ed. Escrituras, São Paulo, 2000.

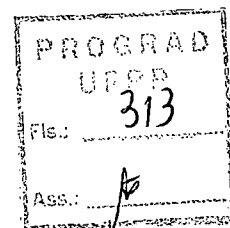
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- FRUTIGER, Adrian. *Sinais & Símbolos*. Ed. Martins Fontes, São Paulo, 1999.
MUNARI, Bruno. *Design e comunicação visual*. São Paulo, Ed. Martins Fontes, 1997.
PEDROSA, Israel. *Da cor à cor inexistente*. Ed. da UnB, 1982.
ROHDE, Geraldo M. *Simetria*. São Paulo, Ed. Hemus, 1982.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM TEORIA DA COMUNICAÇÃO I						Código: OC031
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 60	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Estudos dirigidos em Teoria da comunicação.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADORNO, Theodor W. e **HORKHEIMER**, Max. *Dialética do esclarecimento*. RJ: Zahar, 1985.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura (obras escolhidas)*. SP: Brasiliense, 1994.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. SP: Cultrix, 1969.


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Comunicação e política*. SP: Hacker Editores, 2000.

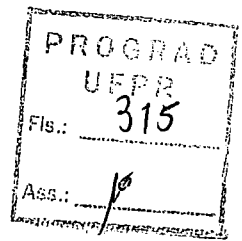
WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Editorial Presença: Lisboa, 1987.

Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM TEORIA DA COMUNICAÇÃO II						Código: OC032
Natureza:		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
<input type="checkbox"/> Obrigatória						
<input checked="" type="checkbox"/> Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 60	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Aprofundamentos em tópicos específicos da Teoria da Comunicação.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADORNO, Theodor W. e **HORKHEIMER**, Max. *Dialética do esclarecimento*. RJ: Zahar, 1985.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura (obras escolhidas)*. SP: Brasiliense, 1994.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. SP: Cultrix, 1969.

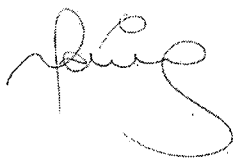
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Comunicação e política*. SP: Hacker Editores, 2000.

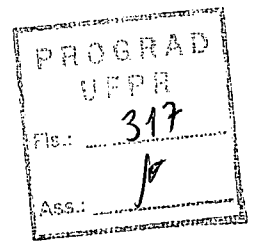
WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Editorial Presença: Lisboa, 1987.

Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM TEORIA DA COMUNICAÇÃO III						Código: OC033
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 60	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Estudos dirigidos dos principais autores da Teoria da Comunicação.						
Chefe de		Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>				
						
Assinatura:						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADORNO, Theodor W. e **HORKHEIMER**, Max. *Dialética do esclarecimento*. RJ: Zahar, 1985.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura (obras escolhidas)*. SP: Brasiliense, 1994.

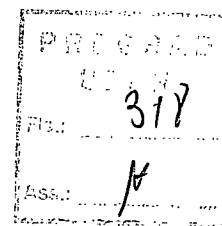
MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. SP: Cultrix, 1969.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR


RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Comunicação e política*. SP: Hacker Editores, 2000.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Editorial Presença: Lisboa, 1987.

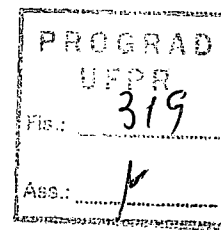
Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998.



Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM TEORIA DA COMUNICAÇÃO IV						Código: OC034
Natureza:		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
<input type="checkbox"/> Obrigatória						
<input checked="" type="checkbox"/> Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 60	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidade Didática)						
Tópicos de análise de Teoria da Comunicação.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
						
Assinatura:						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADORNO, Theodor W. e **HORKHEIMER**, Max. *Dialética do esclarecimento*. RJ: Zahar, 1985.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura (obras escolhidas)*. SP: Brasiliense, 1994.

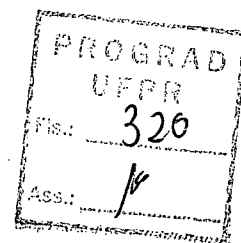
MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. SP: Cultrix, 1969.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

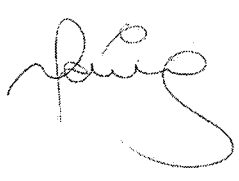
RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Comunicação e política*. SP: Hacker Editores, 2000.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Editorial Presença: Lisboa, 1987.

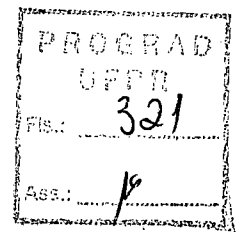
Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998.



Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM TEORIA DA COMUNICAÇÃO V						Código: OC035
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD ()..... % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 60	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Especifica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidade Didática)						
Estudos das principais correntes teóricas contemporâneas na abordagem dos Meios de Comunicação de massa.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADORNO, Theodor W. e **HORKHEIMER**, Max. *Dialética do esclarecimento*. RJ: Zahar, 1985.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura (obras escolhidas)*. SP: Brasiliense, 1994.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. SP: Cultrix, 1969.

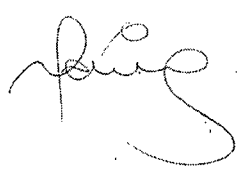
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Comunicação e política*. SP: Hacker Editores, 2000.

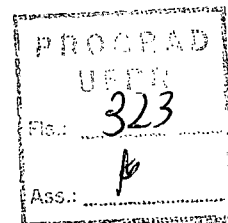
WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Editorial Presença: Lisboa, 1987.

Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM TEORIA DA COMUNICAÇÃO VI						Código: OC036
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD ()..... % EaD*			
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
<p>EMENTA (Unidade Didática)</p> <p>Estudos de textos contemporâneos da Teoria da Comunicação.</p>						
<p>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u></p> <p>Assinatura:</p> 						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADORNO, Theodor W. e **HORKHEIMER**, Max. *Dialética do esclarecimento*. RJ: Zahar, 1985.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura (obras escolhidas)*. SP: Brasiliense, 1994.


MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. SP: Cultrix, 1969.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

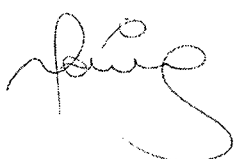
RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Comunicação e política*. SP: Hacker Editores, 2000.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Editorial Presença: Lisboa, 1987.

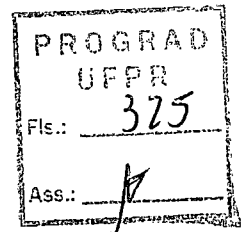
Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998.

PROGPA
 UNP
 324
 ASS: 

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM TEORIA DA COMUNICAÇÃO VII						Código: OC037
Natureza:		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
<input type="checkbox"/> Obrigatória						
<input checked="" type="checkbox"/> Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Estudos dos autores do Século XX da Teoria da Comunicação.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADORNO, Theodor W. e **HORKHEIMER**, Max. *Dialética do esclarecimento*. RJ: Zahar, 1985.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura (obras escolhidas)*. SP: Brasiliense, 1994.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. SP: Cultrix, 1969.

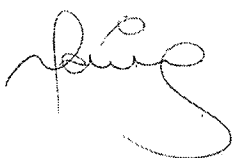
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Comunicação e política*. SP: Hacker Editores, 2000.

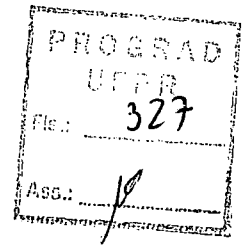
WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Editorial Presença: Lisboa, 1987.

Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM TEORIA DA COMUNICAÇÃO VIII						Código: OC038
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Estudos avançados de temas atuais da Teoria da Comunicação.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



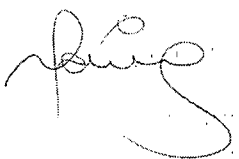
BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. Trad.: Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Ed. Centauro, 2001.
- SECCHI, Bernardo. **Primeira lição de urbanismo**. Trad.: Marisa Barda e Pedro Sales. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2006.
- SERRA, Monica Allende (org.). **Diversidade cultural e desenvolvimento urbano**. Trad.: Maria Paula Amaral Gurgel. São Paulo: Ed. Iluminuras, 2005.

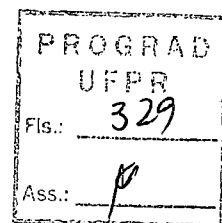
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. 19.^a reimpressão. Trad.: Carlos Felipe Moisés e Ana Ioriatti. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.
- FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. DUARTE, Fábio. CAETANO, Kati Eliana (orgs.). **Curitiba: do modelo à modelagem**. São Paulo: Annablume; Curitiba: Champagnat, 2007.
- FRÚGOLI Jr., Heitor. **Sociabilidade urbana**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM TEORIA DA COMUNICAÇÃO IX						Código: OC039
Natureza:		(<input type="checkbox"/>) Obrigatória				
(<input checked="" type="checkbox"/>) Optativa		(<input checked="" type="checkbox"/>) Semestral (<input type="checkbox"/>) Anual (<input type="checkbox"/>) Modular				
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: (<input checked="" type="checkbox"/>) Presencial (<input type="checkbox"/>) Totalmente EaD (<input type="checkbox"/>)..... % EaD*			
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
As relações entre jornalismo e literatura. Estética da recepção aplicada ao leitor de jornal. Oficinas de texto literário. Crônica. Jornalismo e cidade. Personagem.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

JOUVE, Vincent. *A leitura*. Trad. Brigitte Herval. São Paulo: Ed. Unesp, 2002.

PIGLIA, Ricardo. *O último leitor*. Trad.: Heloisa Jahn. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

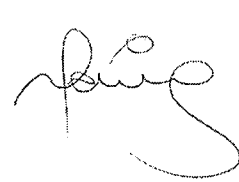
CASTRO, Gustavo de. **GALENO**, Alex (org.). *Jornalismo e literatura. A sedução da palavra*. São Paulo: Escrituras, 2005. Coleção Ensaio Transversais. 2.^a ed.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

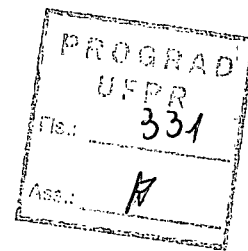
CHARTIER, Roger. *Inscrever e apagar*. Cultura escrita e literatura. Trad. Luzmara Ferreira. São Paulo: Ed. Unesp, 2007.

COSTA, Cristiane. *Pena de aluguel*. Escritores jornalistas no Brasil 1904 m- 2004. São Paulo: Cia. das Letras, 2005.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL						Código: OC128
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 60	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidade Didática)						
Produção e reflexão crítica sobre audiovisual.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BURCH, Noel. Práxis do Cinema. São Paulo, Editora Perspectiva, 1992.

CAVALCANTI, Alberto. Filme e Realidade. Rio de Janeiro, Artenova/EMBRAFILME, 1976.

EISENSTEIN, Sergei. A Forma do Filme. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1990.

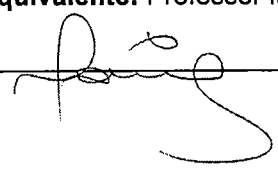
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KNIGHT, Arthur. Ascensão dos Documentários, in: Uma História Panorâmica do Cinema. Editora Lidador, 1970.

LAWSON, John Howard. O Documentário, in: O Processo de Criação no Cinema. Rio de Janeiro, Editora Civilização Brasileira, 1967.

MACHADO, Arlindo. A Arte do Vídeo. São Paulo, Brasiliense, 1995.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Comunicação Popular e Alternativa						Código: OC093
Natureza: () Obrigatória (X) Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: -	Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*				
CH Total: 60 CH semanal: 04	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Comunicação e cidadania. Comunicação e atores sociais. Experiências de comunicação popular, alternativa e comunitária.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Professor Mário Messagi Junior						
Assinatura: 						

**OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.*

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARBEX JR, José. "Uma outra comunicação é possível (e necessária). In: MORAES, Dênis de (org.). Por uma outra comunicação – Mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 385-400.

DOWNING, John. Mídia radical – Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac, 2002. p. 31-93.

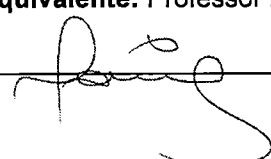
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FESTA, Regina. Comunicação popular e alternativa no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1986.

FOLKCOMUNICAÇÃO: a mídia dos excluídos. Cadernos de Comunicação nº 17 — série Estudos — Prefeitura do Rio de Janeiro, 2007. Disponível em revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewDownloadInterstitial/4822/4535

GOHN, Maria da Glória. Mídia, Terceiro Setor e MST. Petrópolis: Vozes, 2000.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Comunicação e Arte						Código: OC094	
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa			(x) Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
Pré-requisito: -		Co-requisito: -		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*			
CH Total: 30 CH semanal:02	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	
EMENTA (Unidade Didática)							
Os limites entre o jornalismo literário e a literatura. A estética da recepção aplicada ao receptor dos meios de comunicação.							
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Professor Mário Messagi Junior							
Assinatura: 							


*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

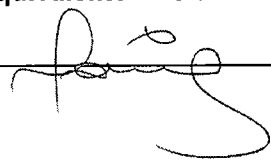
- ABREU**, Alzira Alves de (Org.). *A imprensa em transição*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1996.
- ABREU**, Márcia; **SCHAPOCHNIK**, Nelson (Org.). *Cultura letrada no Brasil*. Objetos e práticas. Campinas: ALB, Fapesp, Mercado de Letras, 2005.
- AUSTER**, Paul (org.). *Achei que meu pai fosse Deus*. E outras histórias verdadeiras da vida americana. Trad. Pedro Maria Soares. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BACCEGA**, Maria Aparecida. "Jornalismo de arte e cultura". IN: **MARTINS**, Maria Helena (Org.). *Outras leituras*. São Paulo: Senac/Itaú Cultural, 2000.
- BELKIN**, Lisa. *Histórias do New York Times*. Os casos que comoveram os repórteres do jornal mais importante do mundo. Trad. Antônio Jacques Glenden Coelho. São Paulo: Ediouro, 2007.
- BOAS**, Sérgio Vilas. *Biografias & biógrafos*. Jornalismo sobre personagens. São Paulo: Summus Editorial, 2002.

PROGRAD
 UFPR
 Fis.: 336
 Ass: 

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: História do Cinema						Código: OC097	
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa			<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
Pré-requisito: -		Co-requisito: -		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*			
CH Total: 60 CH semanal: 04	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	
EMENTA (Unidade Didática)							
Exposição e discussão da historia do cinema, com exibição de filmes.							
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Professor Mário Messagi Junior							
Assinatura: 							

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

EISENSTEIN, Sergei. A Forma do Filme. Jorge Zahar, 2002.

EISENSTEIN, Sergei. O Sentido do Filme. Jorge Zahar, 2002.

DUNCAN, Paul. Filmografia Completa Stanley Kubrick, Taschen, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

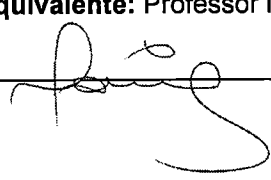
CASTLE, Alison. The Stanley Kubrick Archives, Taschen, 2008.

CRONE, Rainer. Stanley Kubrick Drama And Shadows. Phaidon Press, 2005.

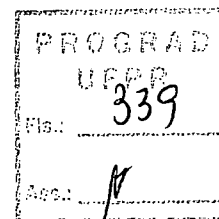
WALKER, Alexander. Stanley Kubrick, Director. WW Norton, 2000.

PROGRAD
 UTPR
 Fls.: 338

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Cinema I						Código: OC098
Natureza: () Obrigatória (X) Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: -		Co-requisito: -	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*			
CH Total: 60 CH semanal:04	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Linguagem cinematográfica, roteiro literário, roteiro técnico, cenografia e montagem.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Professor Mário Messagi Junior						
Assinatura: _____ 						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DUNCAN, Paul. Filmografia Completa Stanley Kubrick, Taschen, 2008.

EISENSTEIN, Sergei. A Forma do Filme. Jorge Zahar, 2002.

EISENSTEIN, Sergei. O Sentido do Filme. Jorge Zahar, 2002.

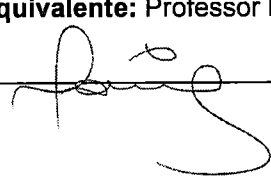
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CASTLE, Alison. The Stanley Kubrick Archives, Taschen, 2008.

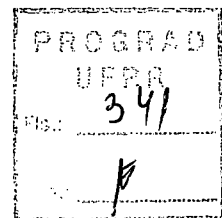
CRONE, Rainer. Stanley Kubrick Drama And Shadows. Phaidon Press, 2005.

WALKER, Alexander. Stanley Kubrick, Director. WW Norton, 2000.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Cinema II						Código: OC099	
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa			(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: -		Co-requisito: -		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial () Totalmente EaD () % EaD*			
CH Total: 60 CH semanal:04	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	
EMENTA (Unidade Didática)							
Linguagem cinematográfica avançada, roteiro literário, roteiro técnico, cenografia e montagem.							
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Professor Mário Messagi Junior							
Assinatura: 							

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DUNCAN, Paul. Filmografia Completa Stanley Kubrick, Taschen, 2008.

EISENSTEIN, Sergei. A Forma do Filme. Jorge Zahar, 2002.

EISENSTEIN, Sergei. O Sentido do Filme. Jorge Zahar, 2002.

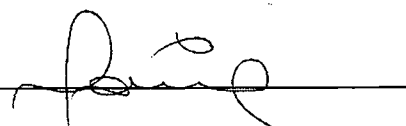
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CASTLE, Alison. The Stanley Kubrick Archives, Taschen, 2008.

CRONE, Rainer. Stanley Kubrick Drama And Shadows. Phaidon Press, 2005.

WALKER, Alexander. Stanley Kubrick, Director. WW Norton, 2000.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Projeto de assessoria de comunicação						Código: OC077
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa			(x) Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular			
Pré-requisito:		Co-requisito: -	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD ()..... % EaD*			
CH Total: 60	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Assessoria de Imprensa: histórico, definição, funções. Assessoria de Imprensa e Assessoria de Comunicação. Divisão de funções entre Assessoria de Imprensa, Publicidade & Propaganda e Relações Públicas. Comunicação Institucional. Diagnóstico e Planejamento de Comunicação Institucional. Relacionamento com a mídia. Relacionamento específico com diferentes veículos (jornal, revista, rádio, televisão, internet). Mailing List. Press Release. Press Kit. Media Training.						
<p>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Professor Mário Messagi Junior</p> <p>Assinatura: _____ </p>						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

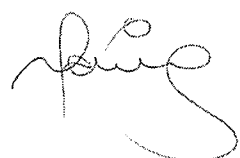
BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DUARTE, Jorge (org). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. 2ª edição, 6ª. reimpressão. São Paulo: Atlas, 2006.
KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz Artur. Assessoria de imprensa: teoria e prática. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1996.
SULLIVAN, Hoxie. Uma Assessoria de Imprensa Responsável na Era Digital 2012. Bureau de Programas de Informações Internacionais dos EUA. Disponível em:
<https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F23%2F1416950712eBook_Assessoria_Imprensa_Era_Digital.pdf>

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALMANSA, Ana. Assessorias de Comunicação. São Paulo: Difusão Editora, 2010.
MAFEI, Maristela. CECATO, Valdete. Comunicação corporativa: gestão, imagem e posicionamento. São Paulo: Contexto, 2011.
MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia. São Paulo: Contexto, 2004.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO E MARKETING						Código: OC247
Natureza: () Obrigatória (X) Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: NÃO TEM	Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 60	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidade Didática)						
Planejamento estratégico. Marketing de serviços. Composto de marketing. Uma abordagem integrada para a administração de serviços. A qualidade em serviços. Contato do cliente com as organizações de serviços. Compreendendo clientes e mercados. Avaliando a eficácia do marketing. Marketing de relacionamento. WebMarketing.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BANGS JR., D. H. Guia prático de marketing: criando um plano de marketing de sucesso para seu negócio, produto ou serviço. São Paulo. Nobel. 1999.

BATESON, J. E. G.; HOFFMAN, R. D. Marketing de serviços. Porto Alegre. Bookman, 2001

CHURCHILL JR., G. A.; PETER, J. P. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo. Saraiva. 2000


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COBRA, M. Marketing de turismo. Cobra, 2001.

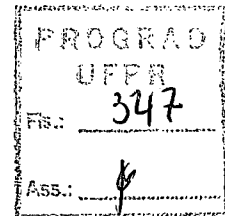
FERRELL, O. C.; HARTLINE, M. D.; LUCAS JR., G. H.; LUCK, D. J. Estratégia de marketing. São Paulo. Atlas. 2001

GIGLIO, E. M. O comportamento do consumidor. São Paulo. Pioneira Thomson Learning. 2002.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PUBLICIDADE E SOCIEDADE						Código: OC276
Natureza: () Obrigatória (X) Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: NÃO TEM		Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Web 1.0 e Web 2.0; os desafios da interatividade; blogs, RSS, Wikis e ambientes virtuais; o consumidor digital; marketing digital na web 2.0; a propaganda colaborativa.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANDERSON, Chris. A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho, Rio de Janeiro, Elsevier, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. Vida líquida. Editora Jorge Zahar, 2007.

BOLTER, J. David e Richard Grussin. Remediation: Understanding new media. Mit Press, 2000.

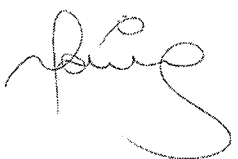
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CASTELLS, Manuel. A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

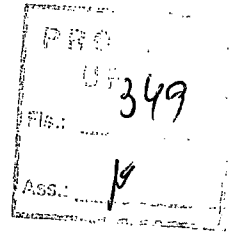
LEMOS, A. L. M. Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea, Porto Alegre: Sulina/Meridional, 2004.

PRIMO, Alex. Interação Mediada por computador, Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: CRIATIVIDADE EM PLANEJAMENTO						Código: OC277
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Planejamento de comunicação integrada; fases do planejamento; diagnóstico do público, objetivos, cronograma, metas, estratégias e táticas; ações de Propaganda e de Relações Públicas, avaliação.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LUPETTI, Marcilia. Planejamento de comunicação. São Paulo, Futura: 2000.

PREDEBON, José. Curso de Propaganda – do anúncio à comunicação integrada. São Paulo: Atlas, 2004.


PÚBLIO, Marcelo Abílio. Como planejar e executar uma campanha de propaganda. São Paulo: Atlas, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

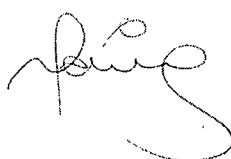
CORRÊA, Roberto. Planejamento de Propaganda. São Paulo: Parma, 1995 - 2004.

GALINDO, Daniel (Org) Comunicação Mercadológica – uma visão multidisciplinar. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista, 2008.

SANT'ANNA, Armando. Propaganda – teoria, técnica e prática. 7^a. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

PROGRAD
 UFPR
 350
 Fls.:
 Ass.: 

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: ADMINISTRAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA						Código: OC279
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Conceitos básicos de administração e organizações. Habilidades e funções administrativas: recursos humanos, finanças, produção e marketing.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LUPETTI, Marcélia. Administração em Publicidade e Propaganda. São Paulo: Futura, 2004.

PEDREBON, José. Curso de Propaganda - Do Anúncio à Comunicação Integrada. São Paulo: Atlas, 2004.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a Propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

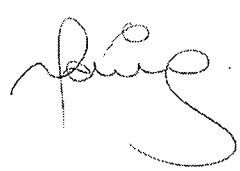
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ABREU, Alzira A.e PAULA, Christiane J. (orgs.). Dicionário histórico-biográfico da propaganda no Brasil, Rio de Janeiro: FGV/ABAP, 2007.

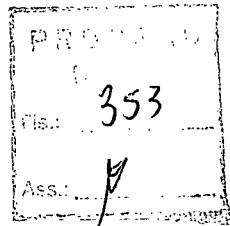
KOTLER, Philip. El marketing según Kotler: como crear, ganar y dominar mercados, Buenos Aires, Paidós, 2005.

NELSON, Carol e Herschell Gordon Lewis. Advertising Age - Manual de Publicidade, São Paulo: Nobel, 2001.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM MARKETING I						Código: OC293
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD ()..... % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Canais de distribuição. Classificação do varejo. Atividades varejistas. Marketing direto para o varejo. Principais métodos de pesquisa.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHURCHILL JR., G. A.; PETER, J. P. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo. Saraiva. 2000.

KOTLER, P. Administração de marketing. 10. ed. São Paulo. Makron Books. 2003.

SHIMP, T. A. Propaganda e Promoção. Porto Alegre: Bookman, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR


KOTLER, P. Princípios de marketing. 9. ed. São Paulo. Makron Books. 2003.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. Serviços: marketing e gestão. São Paulo. Saraiva. 2001

ZENONE, Luiz Cláudio; BUAIRIDE, Ana Maria. Marketing da promoção e merchandising: conceitos e estratégias para ações bem-sucedidas. São Paulo: Thomson Pioneira, 2005.

PROGRAD
 UFRJ
 354
 Fls.:
 Ass.:
 [Signature]

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM MARKETING II						Código: OC294
Natureza: () Obrigatória (X) Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: NÃO TEM		Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Marketing de rede, marketing de relacionamento, marketing direto, marketing de varejo e outras modalidades de marketing.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHURCHILL JR., G. A.; PETER, J. P. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo. Saraiva. 2000.

KOTLER, P. Administração de marketing. 10. ed. São Paulo. Makron Books. 2003.

SHIMP, T. A. Propaganda e Promoção. Porto Alegre: Bookman, 2008.


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KOTLER, P. Princípios de marketing. 9. ed. São Paulo. Makron Books. 2003.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. Serviços: marketing e gestão. São Paulo. Saraiva. 2001

ZENONE, Luiz Cláudio; BUAIRIDE, Ana Maria. Marketing da promoção e merchandising: conceitos e estratégias para ações bem-sucedidas. São Paulo: Thomson Pioneira, 2005.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM MARKETING III						Código: OC295
Natureza:		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
<input type="checkbox"/> Obrigatória						
<input checked="" type="checkbox"/> Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 30	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 02	(PD): 30	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Estudos avançados de Marketing.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHURCHILL JR., G. A.; PETER, J. P. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo. Saraiva. 2000.

KOTLER, P. Administração de marketing. 10. ed. São Paulo. Makron Books. 2003.

KOTLER, P. Princípios de marketing. 9. ed. São Paulo. Makron Books. 2003.

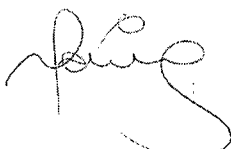
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMBRÓSIO, V. Siqueira, R. Plano de marketing passo a passo – serviços. São Paulo: Reichmann & Autores Editores, 1999-2002.

KOTLER, Philip. Marketing 3.0. Elsevier, 2010.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. Serviços: marketing e gestão. São Paulo. Saraiva. 2001

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL						Código: OC330
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 60	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidade Didática)						
Estudos de comunicação empresarial aplicados às Relações Públicas.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAMA
UFPR
Fis.: 359
Ass: Y

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBOSA, L. O jeitinho brasileiro. Rio de Janeiro : Campus, 1992.

CAHEN, Roger. 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.

CHANLAT, Jean-François. O Indivíduo nas Organizações - Dimensões Esquecidas. São Paulo: Atlas, 1996 (Vol.1-3).

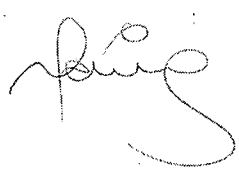
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CLEGG, Stewart R.; et al. Handbook de Estudos Organizacionais: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais. São Paulo: Atlas, 1999.


DRUCKER, P. Management Challenges for the 21st century. New York : Haper Business, 1999.

FARIA, José Henrique de. O Autoritarismo nas Organizações. Curitiba: Criar Edições/ FAE, 1985.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: ANTROPOLOGIA DO CONSUMO						Código: OC232
Natureza: () Obrigatória (X) Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: NÃO TEM		Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*			
CH Total: 60 CH semanal: 04	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
A sociedade do consumo. O consumo como prática cultural. Simbolismos, pensamento mágico, narrativas, classificações e rituais de consumo e sua relação com a mídia e a publicidade. Consumo, grupos e identidades. Etnografias do consumo. Estudos antropológicos sobre o consumo.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAMA
UFPR
FIC: 361
Ass: 

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DOUGLAS, M & ISHERWOOD, B. O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2004

MILLER, Daniel. Teoria das compras: o que orienta as escolhas dos consumidores. São Paulo: Nobel, 2002.

ROCHA, Everardo. Magia e capitalismo. São Paulo: Brasiliense, 1985.


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

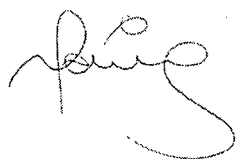
CANEVACCI, Massimo. A cidade polifônica. São Paulo: Nobel, 1993.

CAMPBELL, C. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2000.

ROCHA, Everardo. Sociedade do sonho. Rio de Janeiro: Mauad, 1995

Ficha 1 (permanente)

Ass: 

Disciplina: LINGUAGEM CIENTÍFICA						Código: OC236
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*		
NÃO TEM		NÃO TEM				
CH Total: 60	Padrão	Laboratório	Campo	Estágio	Orientada	Prática Específica
CH semanal: 04	(PD): 60	(LB): 0	(CP): 0	(ES): 0	(OR): 0	(PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Argumentação e técnicas de convencimento em textos de natureza acadêmica, científica e opinativa. Diferença entre argumentação e persuasão. A natureza, as características e a organização de textos argumentativos e de textos acadêmicos. A estrutura e a redação de argumentos. A manifestação da ideologia em textos argumentativos acadêmicos. Delimitação temática e desenvolvimento lógico e progressivo.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GRAFF, Gerald; BIRKERNSTEIN, Cathy. Eles falam, eu falo. São Paulo: Novo Conceito Editora, 2011.

NASCIMENTO-E-SILVA, Daniel. Manual de redação para trabalhos acadêmicos. São Paulo: Atlas, 2012.

VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. 13. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.


BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DEMO, Pedro. Pesquisa e informação qualitativa. Campinas: Papyrus, 2001.

EMEDIATO, Wander. A fórmula do texto: redação, argumentação e leitura. São Paulo: Geração Editorial, 2008.

RODARI, Gianni. Gramática da Fantasia. São Paulo: Summus, 1982.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: LINGUAGEM PUBLICITÁRIA						Código: OC237
Natureza: () Obrigatória (X) Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: NÃO TEM		Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Linguagem e produção de sentido. Informação, persuasão, expressividade, entretenimento e interação. A linguagem publicitária e sua constante movimentação e renovação, aplicada aos mais diversos campos, áreas e segmentos: varejo; regionalismos; agronegócio; político-eleitoral-governamental; campanhas sociais; narrativas transmídias.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

CARRASCOZA, João Anzanello. Estratégias criativas da publicidade: consumo e narrativa publicitária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

GONÇALVEZ, Elizabeth Moraes. Propaganda & Linguagem: análise e evolução. Metodista, 2006.

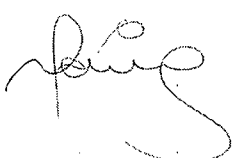
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERTOMEU, João Vicente Cegato. Criação na Redação Publicitária. São Paulo: Mercado de Ideias, 2006.

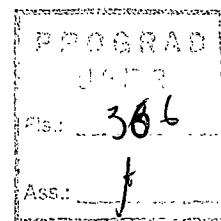
MARTINS, José S. Redação Publicitária: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2008.

VESTERGAARD, T. & SCHRODER, K. A linguagem da propaganda. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: MERCADO E AGRONEGÓCIO						Código: OC238
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*				
NÃO TEM	NÃO TEM					
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
A conjuntura atual e as tendências do agronegócio no mundo, no Brasil, na região Sul e no Paraná. Estudos dos principais mercados, produtos, indústrias e cooperativas. Comunicação e marketing aplicados ao agronegócio.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CALLADO, Antônio André Cunha. Agronegócio. S. Paulo: Atlas, 2005.

MEGIDO, J. L. T. e XAVIER, C. Marketing & Agrobusiness. São Paulo: Atlas, 2003.

NEVES, M.F.; THOMÉ E CASTRO, L (orgs.). Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos. São Paulo: Atlas, 2003.

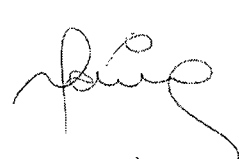
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KOTLER, P. Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos. 2ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

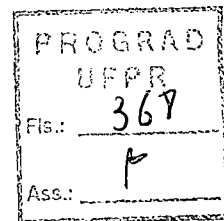
NEVES, M. F. Agronegócios e Desenvolvimento Sustentável: Uma Agenda para a Liderança Mundial na Produção de Alimentos e Bioenergia. São Paulo: Atlas, 2007.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. Gestão de Marketing e Comunicação: Avanços e Aplicações. São Paulo: Saraiva, 2011.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA SONORA						Código: OC158
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito: OC002	Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*				
CH Total: 30	Padrão (PD): 15	Laboratório (LB): 15	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Publicidade em áudio. Trilha sonora. Música e persuasão. Formatos de áudio publicitário. Produção, roteiro e edição de peças publicitárias sonoras. Gêneros sonoros em publicidade.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PANKE, Luciana. Uma proposta de tipologia para os jingles. Revista Rádio-leituras, v.6, n2. Universidade de Ouro Preto, 2015. Disponível em <http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

ORTIZ, Miguel Ângelo; MARCHAMALO, Jesús. Técnicas de comunicação pelo rádio – a prática radiofônica. São Paulo: Loyola, 2005.

SILVA, Julia Lucia de Oliveira Albano da. Rádio: oralidade mediatizada. O spot e os elementos da linguagem radiofônica. 2.ª ed. São Paulo: Annablume, 1999.

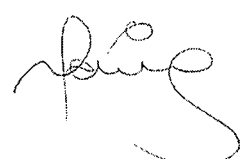
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARBOSA FILHO, André. Gêneros radiofônicos – os formatos e os programas de áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

MCLEISH, Robert. Produção de rádio – um guia abrangente da produção radiofônica. 2a. ed. São Paulo: Summus, 2001.

REIS, Clóvis. Propaganda no rádio. Os formatos de anúncio. Blumenau: Edifurb, 2008

FICHA Nº 1 (permanente)

Disciplina: Tópicos Especiais em Relações Públicas I					Código: OC351	
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*				
---	NÃO TEM					
CH Total: 60	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidades Didáticas)						
Estudos especiais em Relações Públicas.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

CESCA, Cleuza G. Gimenes & CESCA, Wilson. Estratégias empresariais diante do novo consumidor. São Paulo: Summus, 2003.

FARIAS, Luiz Alberto de (Org.). Relações Públicas Estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo. Summus, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

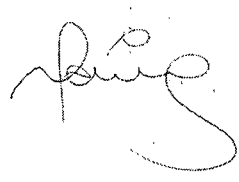
GIANNETTI, Claudia. Estética Digital: sintopia da arte, a ciência e a tecnologia. Belo Horizonte: C/Arte, 2006.

REVISTA ORGANICOM. Redes Sociais: Usos Corporativos. São Paulo: Eca/Usp, volume 12, número 22, 2015.

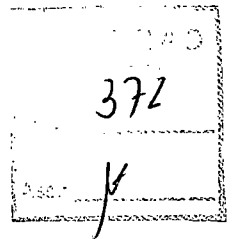
TERRA, Carolina Frazon. Mídias sociais... e agora? – O que você precisa saber para implementar um projeto de mídias sociais. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011a.

PROGRAD
 UFPR
 371
 B

FICHA Nº 1 (permanente)

Disciplina: Tópicos Especiais em Relações Públicas II						Código: OC352
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:	Co-requisito:		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*			
---	NÃO TEM					
CH Total: 60	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidades Didáticas)						
Estudos avançados sobre Relações Públicas e ciências humanas.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



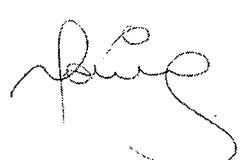
BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- EERLEN, Gino. A Critique of Politeness Theories. Manchester: St. Jerome, 2001.
- HOLMES, Janet. Women, Men and Politeness. London: Longman, 1995.
- THEAKER, Alison (ed.). The public relations handbook. London: Routledge, 2001.

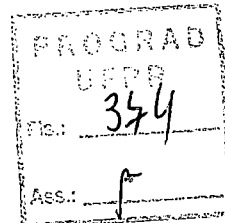
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BARBEIRO, Heródoto. Crise e comunicação corporativa. São Paulo: Globo, 2010.
- DOMINGUES, Diana. A Arte no Século XXI. A humanização das tecnologias. São Paulo: UNESP, 1997.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. O olho e o espírito. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

FICHA Nº 1 (permanente)

Disciplina: Tópicos Especiais em Relações Públicas III						Código: OC353
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD* --- NÃO TEM				
CH Total: 60	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidades Didáticas)						
Estudos avançados sobre Relações Públicas e ciências humanas.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

HOLMES, Janet. *Women, Men and Politeness*. London: Longmann, 1995.

CESCA, Cleuza G. Gimenes & CESCA, Wilson. *Estratégias empresariais diante do novo consumidor*. São Paulo: Summus, 2003.


THEAKER, Alison (ed.). *The public relations handbook*. London: Routledge, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

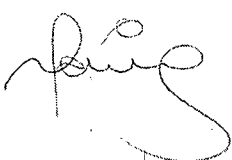
AUMONT, Jacques. *O olho interminável [cinema e pintura]*. São Paulo: Cosac&Naify, 2004.

PORTO, Manuel Carlos L. *Teoria da integração e políticas comunitárias*. Coimbra: Livraria Almedina, 2001.

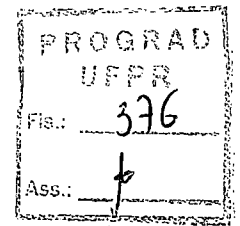
REVISTA ORGANICOM. *Comunicação e Economia Criativa*. São Paulo: ECA/USP, volume 12, número 23, 2015.

PROGRAD
 DEPR
 FIG.: 375
 ASS: 

FICHA Nº 1 (permanente)

Disciplina: Tópicos Especiais em Relações Públicas IV						Código: OC354
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*			
---		NÃO TEM				
CH Total: 60	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidades Didáticas)						
Estudos avançados sobre relações públicas e o conceito de esfera pública.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FARIAS, Luiz Alberto de (Org.). *Relações Públicas Estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos*. São Paulo: Summus, 2011.

GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria A. e FRANÇA, Fábio. *Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos*. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.

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

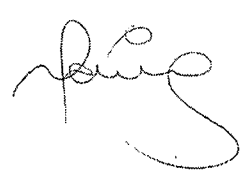
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

PORTO, Manuel Carlos L. *Teoria da integração e políticas comunitárias*. Coimbra: Livraria Almedina, 2001.

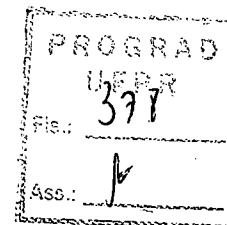
REVISTA ORGANICOM: *Memória Institucional, Narrativas e Storytelling*. São Paulo: Eca/USP, volume 11, número 20, 2014.

THEAKER, Alison (ed.). *The public relations handbook*. London: Routledge, 2001.

FICHA Nº 1 (permanente)

Disciplina: Tópicos Especiais em Relações Públicas V						Código: OC355
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular				
() Obrigatória						
(X) Optativa						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
---	NÃO TEM					
CH Total: 60	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidades Didáticas)						
Estudos avançados sobre relações públicas e o conceito de esfera pública.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria A. e FRANÇA, Fábio. Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.

PORTO, Manuel Carlos L. Teoria da integração e políticas comunitárias. Coimbra: Livraria Almedina, 2001.

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

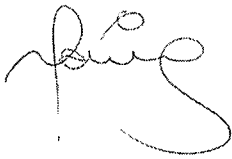
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

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

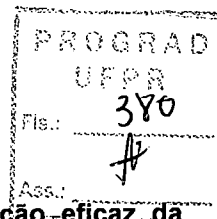
FARIAS, Luiz Alberto de (Org.). Relações Públicas Estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo. Summus, 2011.

REVISTA ORGANICOM: Interculturalidade e Organizações. São Paulo: Eca/Usp, volume 11, número 21, 2014.

FICHA Nº 1 (permanente)

Disciplina: Tópicos Especiais em Relações Públicas VI						Código: OC356
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*				
---	NÃO TEM					
CH Total: 60	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidades Didáticas)						
Estudos Avançados em Relações Públicas e Organizações.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARGYRIS, C. Incompetência Hável. In: Harvard Business Review (Ed.). **Comunicação eficaz da empresa** : como melhorar o fluxo de informações para tomar decisões corretas. Rio de Janeiro: Campus, 1999. p.17-27.

BULGACOV, S.; BULGACOV, Y. L. M. A Construção do Significado nas Organizações. II Encontro Nacional de Estudos Organizacionais (ENEO 2002). Recife, PE: **Anais do II ENEO**, 2002.

CALDAS, M. P. Paradigmas em estudos organizacionais: Uma introdução à série. RAE - Revista de Administração de Empresas, v.45, n.1, p.53-57, Jan/Mar, 2005.

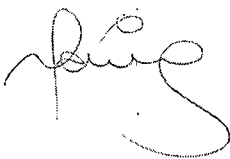
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CALDAS, M. P.; VIEIRA, M. M. F. **Teoria crítica e pós-modernismo**: principais alternativas à hegemonia funcionalista. RAE - Revista de Administração de Empresas, v.46, n.1, p.59-70, Jan./Mar., 2005.

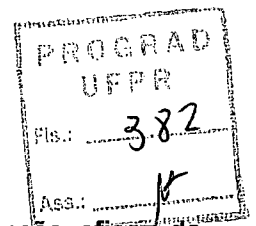
CARDOSO, O. D. O. **Comunicação Empresarial versus Comunicação Organizacional**: novos desafios teóricos. RAP - Revista de Administração Pública, v.40, n.6, p.1123-1144, Nov./Dez., 2006.

CLAMPITT, P. G. **Communicating for managerial effectiveness**. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications. 2005. xv, 287 p.

FICHA Nº 1 (permanente)

Disciplina: Tópicos Especiais em Relações Públicas VII						Código: OC357
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*				
---	NÃO TEM					
CH Total: 60	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidades Didáticas)						
Estudos Avançados em Relações Públicas e Organizações.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARGYRIS, C. Incompetência Hável. In: Harvard Business Review (Ed.). **Comunicação eficaz da empresa** : como melhorar o fluxo de informações para tomar decisões corretas. Rio de Janeiro: Campus, 1999. p.17-27.

BULGACOV, S.; BULGACOV, Y. L. M. A Construção do Significado nas Organizações. II Encontro Nacional de Estudos Organizacionais (ENEO 2002). Recife, PE: **Anais do II ENEO**, 2002.

CALDAS, M. P. Paradigmas em estudos organizacionais: Uma introdução à série. RAE - Revista de Administração de Empresas, v.45, n.1, p.53-57, Jan/Mar, 2005.

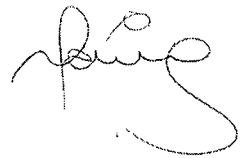
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CALDAS, M. P.; VIEIRA, M. M. F. **Teoria crítica e pós-modernismo**: principais alternativas à hegemonia funcionalista. RAE - Revista de Administração de Empresas, v.46, n.1, p.59-70, Jan./Mar., 2005.

CARDOSO, O. D. O. **Comunicação Empresarial versus Comunicação Organizacional**: novos desafios teóricos. RAP - Revista de Administração Pública, v.40, n.6, p.1123-1144, Nov./Dez., 2006.

CLAMPITT, P. G. **Communicating for managerial effectiveness**. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications. 2005. xv, 287 p.

FICHA Nº 1 (permanente)

Disciplina: Tópicos Especiais em Relações Públicas VIII						Código: OC358
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular <input checked="" type="checkbox"/> Optativa				
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD* --- NÃO TEM				
CH Total: 60	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidades Didáticas)						
Estudos Avançados em Relações Públicas e Organizações.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura:						
						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARGYRIS, C. Incompetência Hável. In: Harvard Business Review (Ed.). **Comunicação eficaz da empresa** : como melhorar o fluxo de informações para tomar decisões corretas. Rio de Janeiro: Campus, 1999. p.17-27.

BULGACOV, S.; BULGACOV, Y. L. M. A Construção do Significado nas Organizações. II Encontro Nacional de Estudos Organizacionais (ENEO 2002). Recife, PE: **Anais do II ENEO**, 2002.

CALDAS, M. P. Paradigmas em estudos organizacionais: Uma introdução à série. RAE - Revista de Administração de Empresas, v.45, n.1, p.53-57, Jan/Mar, 2005.

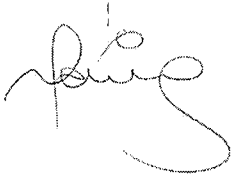
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CALDAS, M. P.; VIEIRA, M. M. F. **Teoria crítica e pós-modernismo**: principais alternativas à hegemonia funcionalista. RAE - Revista de Administração de Empresas, v.46, n.1, p.59-70, Jan./Mar., 2005.

CARDOSO, O. D. O. **Comunicação Empresarial versus Comunicação Organizacional**: novos desafios teóricos. RAP - Revista de Administração Pública, v.40, n.6, p.1123-1144, Nov./Dez., 2006.

CLAMPITT, P. G. **Communicating for managerial effectiveness**. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications. 2005. xv, 287 p.

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: ESTÁGIO SUPERVISIONADO					Código: OC298	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
Pré-requisito: NÃO TEM		Co-requisito: NÃO TEM		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*		
CH Total: 210	Padrão (PD): 0	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 210	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 14						
<p>EMENTA (Unidade Didática)</p> <p>Desenvolver atividades de aprendizagem profissional, cultural e social. Propiciar ao estudante a participação em situação real de trabalho. O Estágio deverá obedecer ao(s) critério(s) de compatibilidade com a natureza e os objetivos do Curso de Relações Públicas.</p>						
<p>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u></p>						
<p>Assinatura: </p>						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

PROGRAD
UFPR
Fis.: 386
Ass.: /

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Diversas, variando de acordo com a necessidade de cada acadêmico.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

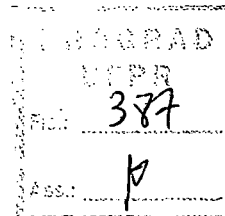
Diversas, variando de acordo com a necessidade de cada acadêmico.



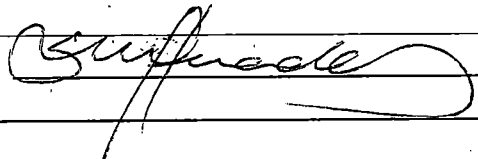

Anos

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS

Coordenação do Curso de Letras Libras



Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Comunicação em Língua Brasileira de Sinais - Libras					Código:	
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular			LIB037	
Pré-requisito: não há		Co-requisito: -		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> % EaD*		
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática)						
Familiarização lingüística com a Língua Brasileira de Sinais e outros processos visuais-espaciais de comunicação. Aspectos lingüísticos da Libras.						
Bibliografia básica:						
BRASIL. Decreto Federal 5626/2005 . Regulamenta a Lei de Libras e dá outras providências.						
FELIPE, Tanya & Monteiro, Myrna S. LIBRAS em contexto . Curso Básico. Brasília: Ministério da Educação e do Desporto/Secretaria de Educação Especial, 2001.						
FERNANDES, S. Bons sinais. In: REVISTA Discutindo Língua Portuguesa . São Paulo: Escala Editorial, 2006. Ano I, V. 4.						
FERNANDES, Sueli F; STROBEL, K. L. Aspectos lingüísticos da Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS . Curitiba - PR: SEED/SUED/DEE, 1998.						
LIRA, Guilherme de Azambuja; FELIPE e Tanya Amara. Dicionário da Língua Brasileira de Sinais - Libras . Brasília: CORDE, 2001 Disponível em Acessibilidade Brasil http://www.acessobrasil.org.br/libras						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: 						
Assinatura: 						

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

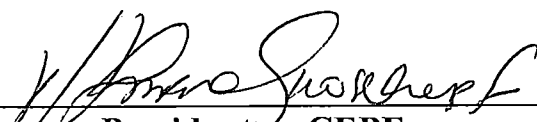
CONSELHO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO



Processo nº 02075/2015-46

Enquadramento: Pos. 30190 e Pos. 90106 - CEEG, art. 2º.

Encaminhe-se: à 1ª Câmara do CEPE


Presidente - CEPE


Distribuído ao(à) Conselheiro(a) Altair Purovar

da 1ª Câmara do CEPE em 17/05/16.

Secretário(a) 

Emilia Dias Barreto
Secretaria dos Órgãos Colegiados
Matrícula n.º 40711



	ÓRGÃO COLEGIADO 1ª Câmara CEPE
Conselheiro Relator: LUIZ FERNANDO DE LIMA LUZ JR. Data do relato: 20/05/2016	
Processo: 23075.092875/2015-46	
Assunto: Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas	
Interessado: Coordenação do curso de Comunicação Social	

HISTÓRICO

- Em 10 de março de 2015, por meio da Portaria nº 1567, o Reitor da UFPR constituiu comissão para elaboração do Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas do Setor de Artes, Comunicação e Design.
- Em 05 de agosto de 2015, a plenária do Departamento de Comunicação Social aprovou por unanimidade as ementas do currículo do curso de Relações Públicas.
- Em 16 de setembro de 2015, o projeto foi apreciado pelo Colegiado do Curso de Comunicação Social.
- Em 16 de outubro de 2015, por meio do Ofício 083/2015-CCOS, a Coordenação do Curso de Comunicação Social submeteu à PROGRAD os resultados do trabalho da Comissão.
- Em 23 de fevereiro de 2016, a plenária do Setor de Artes, Comunicação e Design aprovou por unanimidade o Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas.
- Em 13 de maio de 2016, a Coordenadora de Políticas de Ensino de Graduação, professora Maria Lúcia Accioly Teixeira Pinto, encaminha a proposta curricular, sem reparos, para deliberação dos Conselhos Superiores, em decorrência do condicionamento de funcionamento do curso à obtenção de vagas docentes para atender o conseqüente aumento da carga didática do novo curso.
- Em 16 de maio de 2016, o processo foi distribuído a este Conselheiro.

CONSIDERAÇÕES

Justificativa de criação do Curso de Relações Públicas

A Universidade Federal do Paraná não possui um curso de Relações Públicas no sentido pleno do termo, mas um curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas, além de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda. Nesse sentido, o presente projeto responde, antes de tudo, a mudanças exigidas pelo Ministério da Educação, a partir das novas Diretrizes Curriculares, que estabelecem um prazo para que todas as habilitações do curso de Comunicação se transformem em cursos autônomos.

Não obstante essa necessidade de adequação à legislação, é indiscutível que as novas tecnologias estão a exigir do profissional de Relações Públicas um redimensionamento das suas formas de atuação, para cumprimento de sua missão histórica.

Este PPC visa o cumprimento dessa dupla finalidade.

Matriz curricular

A grade curricular da nova proposta será atendida nos turnos manhã e noite.





O curso é composto por 51 disciplinas obrigatórias e 66 optativas, perfazendo um total de 3.205 horas, divididas em 1590 h PD, 615 h LB, 210 h EST, 150 h TCC, 420 h de optativas e 220 h de atividades formativas.

Do processo constam:

- Regulamento do Trabalho de Conclusão de Curso.
- Regulamento de Estágio (obrigatório e não obrigatório).
- Regulamento de Atividades Formativas Complementares.
- Regimento da Agência Experimental de Relações Públicas.
- Projeto de Orientação Acadêmica.
- Fichas 1 (permanente) de todas as disciplinas (obrigatórias e optativas).
- Parecer favorável da Coordenação Geral de Estágios e de Atividades Formativas.
- Parecer favorável da Coordenação de Educação a Distância.
- Minuta de Resolução do CEPE fixando o Currículo Pleno do Curso de Relações Públicas.
- Periodização recomendada.
- Informação da Coordenação de Políticas de Ensino de Graduação.

Parecer

Estando o processo devidamente instruído, sou favorável à aprovação do Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas, com a seguinte configuração básica:

Natureza: Bacharelado

Modalidade: presencial

Regime: semestral

Turno de funcionamento: integral (M/N)

Nº de vagas/ano: 30

Carga horária total: 3.205 h

Prazo de integralização curricular: mínimo de 08 e máximo de 12 semestres

S.M.J., é o Parecer.

Curitiba, 20 de maio de 2016.

Relator

Luiz Fernando de Lima Luz Jr.
Prof. Luiz Fernando de Lima Luz Jr. –

APROVADO POR UNANIMIDADE DE VOTOS PELA 1ª CÂMARA DO CONSELHO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO, EM SESSÃO DE 20.05.16 TOMANDO O Nº 83116.

Emília Dias Barreto
Secretaria dos Órgãos Colegiados
Matrícula n.º 40711

APROVADO O PARECER PE PLENÁRIO DO CONSELHO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO, EM SESSÃO DE 23.05.16 TOMANDO O Nº 83116.

Silmara Lucia Bindo Groschuff
SILMARIA LUCIA BINDO GROSCHUFF
Chefe de Expediente da
Secretaria do Órgãos Colegiados
Matrícula n.º 200678

RESOLUÇÃO Nº 16/16 – CEPE

Fixa o Currículo Pleno do Curso de Relações Públicas o Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná.

O CONSELHO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO, órgão normativo, consultivo e deliberativo da Administração Superior, no uso de suas atribuições conferidas pelo Artigo 21 do Estatuto da Universidade Federal do Paraná, consubstanciado no Parecer nº 92/16 exarado pelo Conselheiro Luiz Fernando de Lima Luz Junior no processo nº 092875/2015-46, e por unanimidade de votos

RESOLVE:

Art. 1º O Currículo Pleno do Curso de Relações Públicas do Setor de Artes, Comunicação e Design, é constituído dos seguintes conteúdos:

I. NÚCLEO DE CONTEÚDOS OBRIGATÓRIOS

Antropologia: comunicação e cultura
Assessoria de Comunicação Organizacional
Assessorias e estratégias de comunicação com a mídia
Ciências Sociais e Comunicação
Comunicação Comunitária e Popular
Comunicação e Cidadania
Comunicação e Educação
Comunicação e Linguagem
Comunicação e Política
Comunicação e Tecnologia
Comunicação e Tecnologia nas RP
Comunicação Pública
Economia Política da Comunicação
Estágio Supervisionado
Ética e Legislação em Relações Públicas
Fotografia Institucional
Fundamentos de Administração
Fundamentos de Comunicação Audiovisual
Fundamentos de Comunicação Sonora
Fundamentos de Comunicação Visual
Fundamentos de Fotografia
Gestão e Cultura Organizacional
História Contemporânea
História da Arte
História da Comunicação
Introdução às Relações Públicas
Leituras em Filosofia



U. F. P. R.
 306
 Fls. 32
 Rubr. 7

Leituras em Sociologia
 Marketing Político
 Mídias Digitais
 Oficina de Redação
 Pesquisa em Comunicação I
 Pesquisa em Comunicação II
 Pesquisa Institucional
 Planejamento Estratégico
 Planejamento Gráfico e Editorial em Relações Públicas
 Produção Institucional em TV e Cinema
 Produção Sonora Institucional
 Projeto Agência I
 Projeto Agência II
 Projeto Agência III
 Projeto Interdisciplinar I
 Projeto Interdisciplinar II
 Projeto Interdisciplinar III
 Projeto Interdisciplinar IV
 Projeto Interdisciplinar V
 Projeto Interdisciplinar VI
 Projeto interdisciplinar VII
 Redação I
 Redação II
 Redação III
 Relações Públicas Internacionais
 Seminário de Pesquisa: pré-projeto
 Teoria e Pesquisa de Opinião Pública
 Teorias da Comunicação I
 Teorias da Comunicação II
 Teorias das Relações Públicas
 Teorias e Técnicas de Relações Públicas
 Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Públicas I
 Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Públicas II

II. NÚCLEO DE CONTEÚDOS OPTATIVOS
 (mínimo de 420 horas)

Administração em Publicidade e Propaganda
 Antropologia do Consumo
 Assessoria de Comunicação
 Cinema I
 Cinema II
 Comunicação e Arte
 Comunicação e Diversidade
 Comunicação e Entretenimento
 Comunicação e Literatura
 Comunicação e Marketing
 Comunicação e Mercado
 Comunicação e Redes Urbanas
 Comunicação em Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS



Comunicação Empresarial
 Comunicação Interna
 Comunicação Popular e Alternativa
 Comunicação, Publicidade e Mercado
 Criatividade em Planejamento
 Gestão de Negócios em Comunicação
 História do Cinema
 Introdução ao Jornalismo
 Introdução ao Marketing
 Linguagem Científica
 Linguagem Publicitária
 Mercado e Agronegócio
 Mídia e Meio Ambiente
 Mídia e Sociedade
 Pesquisa de Mercado
 Planejamento de Comunicação
 Produção Audiovisual
 Produção Publicitária Audiovisual
 Produção Publicitária Sonora
 Programação Visual I
 Projeto de assessoria de comunicação
 Promoção de Vendas e Merchandising
 Psicologia do Consumidor
 Publicidade e Sociedade
 Redação Jornalística I
 Redação Jornalística II
 Redação Jornalística III
 Redação Jornalística IV
 Seminário Avançado em Relações Públicas
 Semiótica e Publicidade
 Tópicos Especiais em Comunicação e Linguagem
 Tópicos Especiais em Marketing I
 Tópicos Especiais em Marketing II
 Tópicos Especiais em Marketing III
 Tópicos Especiais em Relações Públicas I
 Tópicos Especiais em Relações Públicas II
 Tópicos Especiais em Relações Públicas III
 Tópicos Especiais em Relações Públicas IV
 Tópicos Especiais em Relações Públicas V
 Tópicos Especiais em Relações Públicas VI
 Tópicos Especiais em Relações Públicas VII
 Tópicos Especiais em Relações Públicas VIII
 Tópicos especiais em RP: artigos científicos
 Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação I
 Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação II
 Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação III
 Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação IV
 Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação IX
 Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação V
 Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação VI



Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação VII
Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação VIII
Tópicos Especiais em Teoria do Conhecimento II - Meios de Comunicação e Continente Africano: Esquecimento e Negação

ATIVIDADES FORMATIVAS (mínimo de 220 horas)

As Atividades Formativas (complementares) serão realizadas no decorrer do curso seguindo normatização interna aprovada pelo Colegiado do Curso.

Art. 2º Visando adiantamento de conhecimento para o enquadramento dos alunos, a Coordenação de curso realizará, anualmente, levantamento com os ingressantes para identificar conhecimentos prévios nas disciplinas relacionadas no Projeto Pedagógico do Curso, obedecido os prazos previstos no calendário escolar.

Parágrafo único. Não poderão ser objeto de adiantamento as disciplinas de Projeto Interdisciplinar I, Projeto Interdisciplinar II, Projeto Interdisciplinar III, Projeto Interdisciplinar IV, Projeto Interdisciplinar V, Projeto Interdisciplinar VI, Projeto interdisciplinar VII, Projeto Agência I, Projeto Agência II, Projeto Agência III, as disciplinas de Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Públicas I e Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Públicas II e Estágio Supervisionado.

Art. 3º A integralização do currículo do curso de Relações Públicas deverá realizar-se em no mínimo 8 semestres e no máximo de 12 semestres com um total geral de 3.205 (três mil e duzentas e cinco) horas de sessenta minutos, com a seguinte distribuição de cargas horárias, a serem ofertadas no turno integral previsto no edital do processo seletivo de curso:

	Padrão PD	Laboratório LB	Campo CP	Estágio ES	Orientada OR	Prática Específica PE	Total
Núcleo de Conteúdos Obrigatórios							
Básicos	1.590	615					2.205
Estágio				210			210
TCCs					150		150
Núcleo de Conteúdos Optativos							420
Atividades Formativas							220
Total							3.205
Porcentagem em EaD							2%

Parágrafo Único. Para efeitos de matrícula, a carga horária semanal poderá oscilar entre 18 (dezoito) e 26 (vinte e seis) horas semanais.

Art. 4º Será efetuada a atividade de Orientação Acadêmica por meio de acompanhamento e orientação por parte de todos os docentes do curso conforme estabelecida no PPC.

Art. 5º Para conclusão do curso de Relações Públicas será obrigatória a apresentação de Trabalho de Conclusão de Curso conforme o regulamento próprio estabelecido pelo Colegiado do Curso.



Art. 6º Para integralizar o currículo, o aluno deverá cumprir uma carga horária mínima de 220 (duzentas e vinte) horas, em Atividades Formativas Complementares conforme o regulamento próprio estabelecido pelo Colegiado do Curso.

Art. 7º Com base na legislação vigente, a carga horária na modalidade de educação a distância (EaD) não poderá ultrapassar 642 horas (20% da carga horária total do curso) incluindo a oferta de disciplinas optativas.

Art. 8º Acompanha presente Resolução a periodização recomendada (Anexo I).

Art. 9º Esta Resolução entrará em vigor a partir do primeiro semestre de 2017.

Sala de Sessões, 03 de junho de 2016.

Rogério Andrade Mulinari
Presidente em Exercício



ANEXO I - Periodização Recomendada
Curso de Relações Públicas

1º Período

Código	Conteúdos	CHT	CH EaD	CHS	PD	LB	CP	ES	OR	PE	PRÉ-REQ
OC001	História Contemporânea	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC004	Economia Política da Comunicação	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC006	Leituras em Filosofia	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC002	Fundamentos de Comunicação Sonora	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC003	Fundamentos de Fotografia	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC232	Fundamentos de Administração	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC005	Oficina de Redação	60	60	04	60	00	00	00	00	00	---
OC233	Introdução às Relações Públicas	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC234	Mídias Digitais	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC235	Projeto Interdisciplinar I	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
	Total	390	60	26	360	30	00	00	00	00	

2º Período

Código	Conteúdos	CHT	CH EaD	CHS	PD	LB	CP	ES	OR	PE	PRÉ-REQ
OC027	História da Comunicação	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC028	Leituras em Sociologia	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC009	Fundamentos de Comunicação Audiovisual	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC010	Fundamentos de Comunicação Visual	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC236	Comunicação e Tecnologia nas Relações Públicas	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC237	Fotografia Institucional	45	00	03	15	30	00	00	00	00	---
OC238	Teorias das Relações Públicas	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC239	Redação I	30	00	02	15	15	00	00	00	00	---
OC240	Projeto Interdisciplinar II	30	00	02	15	15	00	00	00	00	---
OC241	Projeto Agência I	30	00	02	00	30	00	00	00	00	---
	Total	345	00	23	255	90	00	00	00	00	
	Optativa I (30h)										



3º Período

Código	Conteúdos	CHT	CH EaD	CHS	PD	LB	CP	ES	OR	PE	PRÉ-REQ
OC059	Ciências Sociais e Comunicação	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC057	Teorias da Comunicação I	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC058	Antropologia: Comunicação e Cultura	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC242	Planejamento Gráfico e Editorial em Relações Públicas	45	00	03	15	30	00	00	00	00	---
OC243	Teorias e Técnicas de Relações Públicas	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC244	Redação II	30	00	02	15	15	00	00	00	00	OC239
OC245	Projeto Interdisciplinar III	30	00	02	00	30	00	00	00	00	---
OC246	Produção Sonora Institucional	30	00	02	15	15	00	00	00	00	---
	Total	345	00	23	225	120	00	00	00	00	
	Optativa II (30h)										

4º Período

Código	Conteúdos	CHT	CH EaD	CHS	PD	LB	CP	ES	OR	PE	PRÉ-REQ
OC064	Comunicação e Linguagem	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC066	História da Arte	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC065	Pesquisa em Comunicação I	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC248	Comunicação Pública	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC249	Projeto Agência II	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC250	Produção Institucional em TV e Cinema	45	00	03	15	30	00	00	00	00	---
OC251	Projeto Interdisciplinar IV	30	00	02	00	30	00	00	00	00	---
OC231	Planejamento Estratégico	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
	Total	375	00	25	255	120	00	00	00	00	
	Optativa III (30h)										

5º Período

Código	Conteúdos	CHT	CH EaD	CHS	PD	LB	CP	ES	OR	PE	PRÉ-REQ
OC071	Comunicação e Tecnologia	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC073	Comunicação e Cidadania	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC072	Pesquisa em Comunicação II	30	00	02	30	00	00	00	00	00	OC065
OC252	Redação III	60	00	04	30	30	00	00	00	00	OC244
OC253	Assessoria e Estratégias de Comunicação com a Mídia	30	00	02	15	15	00	00	00	00	---
OC254	Projeto Agência III	60	00	04	00	60	00	00	00	00	---
OC255	Projeto Interdisciplinar V	30	00	02	00	30	00	00	00	00	---
OC256	Gestão e Cultura Organizacional	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
	Total	300	00	20	165	135	00	00	00	00	
	Optativa IV (30h)										
	Optativa V (60h)										

6º Período

Código	Conteúdos	CHT	CH EaD	CHS	PD	LB	CP	ES	OR	PE	PRÉ-REQ
OC079	Teorias da Comunicação II	60	0	04	60	00	00	00	00	00	OC057
OC257	Seminário de Pesquisa: pré-projeto	30	0	02	30	00	00	00	00	00	OC072
OC081	Comunicação e Educação	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC090	Comunicação e Política	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC230	Teoria e Pesquisa de Opinião Pública	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC258	Ética e Legislação em Relações Públicas	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC259	Assessoria de Comunicação Organizacional	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC260	Projeto Interdisciplinar VI	30	00	02	00	30	00	00	00	00	---
	Total	300	00	20	240	60	00	00	00	00	
	Optativa VI (30h)										
	Optativa VII (60h)										

7º Período

Código	Conteúdos	CHT	CH EaD	CHS	PD	LB	CP	ES	OR	PE	PRÉ-REQ
OC268	Comunicação Comunitária e Popular	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC269	Pesquisa Institucional	30	00	02	00	30	00	00	00	00	---
OC274	Relações Públicas Internacionais	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC280	Projeto Interdisciplinar VII	30	00	02	00	30	00	00	00	00	---
OC291	Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Públicas I	75	00	05	00	00	00	00	75	00	---
OC211	Marketing Político	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
	Total	225	00	15	90	60	00	00	75	00	
	Optativa VIII (30h)										
	Optativa IX (60h)										

8º Período

Código	Conteúdos	CHT	CH EaD	CHS	PD	LB	CP	ES	OR	PE	PRÉ-REQ
OC292	Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Públicas II	75	00	05	00	00	00	00	75	00	OC291
OC298	Estágio Supervisionado	210	00	14	00	00	00	210	00	00	---
	Total	285	00	19	00	00	00	210	75	00	
	Optativa X (60h)										

DISCIPLINAS OPTATIVAS (mínimo de 420 horas)

Código	Conteúdos	CHT	CH EaD	CHS	PD	LB	CP	ES	OR	PE	PRÉ-REQ
LIB037	Comunicação em Língua Brasileira de Sinais - Libras	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC030	Comunicação e Mercado	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC055	Tópicos Especiais em Comunicação e Linguagem	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC093	Comunicação Popular e Alternativa	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC094	Comunicação e Arte	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC097	História do Cinema	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC098	Cinema I	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC099	Cinema II	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC028	Produção Audiovisual	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC247	Comunicação e Marketing	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC276	Publicidade e Sociedade	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC277	Criatividade em Planejamento	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC279	Administração em Publicidade e Propaganda	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC293	Tópicos Especiais em Marketing I	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC294	Tópicos Especiais em Marketing II	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC295	Tópicos Especiais em Marketing III	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC031	Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação I	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC032	Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação II	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC033	Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação III	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC034	Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação IV	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC035	Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação V	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC036	Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação VI	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC037	Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação VII	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC038	Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação VIII	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC039	Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação IX	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC351	Tópicos Especiais em Relações Públicas I	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC352	Tópicos Especiais em Relações Públicas II	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC353	Tópicos Especiais em Relações Públicas III	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC354	Tópicos Especiais em	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---

Handwritten signature



	Relações Públicas IV										
OC355	Tópicos Especiais em Relações Públicas V	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC356	Tópicos Especiais em Relações Públicas VI	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC357	Tópicos Especiais em Relações Públicas VII	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC358	Tópicos Especiais em Relações Públicas VIII	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC330	Comunicação Empresarial	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC008	Redação Jornalística I	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC029	Redação Jornalística II	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC063	Redação Jornalística III	60	00	04	00	60	00	00	00	00	---
	Redação Jornalística IV	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC077	Projeto de assessoria de comunicação	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---
OC007	Introdução ao Jornalismo	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC299	Tópicos especiais em RP: artigos científicos	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC301	Seminário Avançado em Relações Públicas	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC302	Comunicação Interna	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC110	Tópicos Especiais em Teoria do conhecimento - meios de comunicação e continente africano: esquecimento e negação	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC100	Comunicação e Redes Urbanas	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC232	Antropologia do Consumo	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC233	Comunicação e Entretenimento	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC234	Comunicação e Literatura	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC235	Comunicação e Diversidade	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC236	Linguagem Científica	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---
OC237	Linguagem Publicitária	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC238	Mercado e Agronegócio	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC239	Mídia e Sociedade	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC240	Mídia e Meio Ambiente	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC241	Semiótica e Publicidade	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC144	Programação Visual I	60	00	04	30	30	00	00	00	00	OC010
OC189	Produção Publicitária Audiovisual	60	00	04	30	30	00	00	00	00	OC009
OC134	Psicologia do Consumidor	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC139	Pesquisa de Mercado	30	00	02	15	15	00	00	00	00	---
OC156	Assessoria de Comunicação	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC204	Planejamento de Comunicação	60	00	04	30	30	00	00	00	00	---



OC209	Promoção de Vendas e Merchandising	30	00	02	15	15	00	00	00	00	---
OC210	Gestão de Negócios em Comunicação	30	00	02	15	15	00	00	00	00	---
OC158	Produção Publicitária Sonora	30	00	02	15	15	00	00	00	00	---
OC138	Introdução ao Marketing	30	00	02	30	00	00	00	00	00	---
OC135	Comunicação, Publicidade e Mercado	60	00	04	60	00	00	00	00	00	---

Legenda:

PD – Aula Padrão

LB – Aula Laboratório

CP – Aula de Campo

ES – Estágio Supervisionado Obrigatório

OR – Atividade Orientada

PE – Prática Específica

PRÉ-REQ – Pré-Requisito

CHT – Carga horária semestral/anual/modular

CH EaD – Carga horária a distância

CHS – Carga horária semanal

ATIVIDADES FORMATIVAS (mínimo de 220 horas)

As Atividades Formativas (complementares) serão realizadas no decorrer do curso seguindo normatização interna aprovada pelo Colegiado do Curso.



Processo nº 0.92075/2015-46

Enquadramento: Art. 23, inciso X do Estatuto

Encaminhe-se: ao Cons. Luiz Claudio Fernandes
para relatar no COUN

Em 09/06/16


Presidente do COUN

	<p>SETOR DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS DIREÇÃO DO SETOR</p>	<p>UFPR Biológicas</p> 
<p>Conselheiro Relator: Luiz Claudio Fernandes</p>		<p>Data da redação do relato: 23/06/2016</p>
<p>Processo: 23075.092875/2015-46</p>		
<p>Assunto: Projeto Pedagógico de Criação do Curso de Relações Públicas</p>		
<p>Interessado: Coordenação do Curso de Comunicação Social</p>		

Objeto de apreciação

- Projeto Político Pedagógico Novas Diretrizes – Relações Públicas

HISTÓRICO

Na data de 16/10/2015 a coordenadora do curso de Comunicação Social, professora Rosangela Stringari encaminha o ofício nº 083/2015-CCOS ao Diretor do SACOD solicitando apreciação do Projeto Político Pedagógico do Curso de Relações Públicas, a ser implantado na UFPR, uma vez que o MEC já definiu o prazo para que o Jornalismo se torne independente e, em breve, também definirá o limite final para que a Publicidade e Propaganda ganhe autonomia (fls. 1-2). Em 10/03/2015 o Reitor da UFPR designa pela portaria nº 1567 sete servidores os quais compuseram a comissão elaboradora do projeto político pedagógico do curso de Relações Públicas do SACOD cujo conteúdo deste PPP está contido as fls. 03-134. A PROGRAD na pessoa da coordenadora de Políticas de Ensino de Graduação, professora Dra Maria Lucia Accioly T. Pinto se manifesta as fls. 135 informando que "o presente processo de PPC e criação do curso de Relações Públicas é parte integrante da proposta de transformação das habilitações do atual curso de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda, atendendo as diretrizes curriculares nacionais estabelecidas em 2013. Assim, necessariamente, passando o curso de comunicação social a ser extinto gradualmente. O prazo legal para a separação e criação dos novos cursos extinguiu-se em setembro de 2015. Trata-se, portanto de criação de três (3) novos cursos e extinção gradativa do curso de

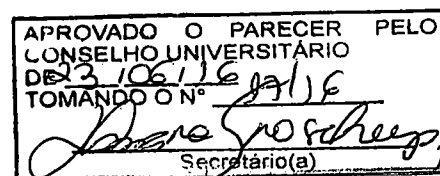
Comunicação Social que deverá continuar atendendo seus alunos até o prazo máximo de integralização de seus currículos plenos. O eventual interesse de alunos em migração para os novos cursos deverá ser objeto de processo posterior devidamente instruído a ser encaminhado ao CEPE. As 90 vagas do atual curso de comunicação social já vinham sendo ofertadas distintamente nos processos seletivos da UFPR e no SISU, com 30 vagas para cada uma das habilitações. Deste modo, o curso de Relações Públicas proposto ofertará 30 vagas inicialmente, estando previsto no PPC a possibilidade futura, havendo condições de estender a 45 vagas". Em 17/05/2016 o processo é encaminhado a 1ª câmara do CEPE sendo designado o conselheiro relator prof. Altair Pivovar o qual após análise emite parecer favorável a aprovação do PPP do curso de Jornalismo com a configuração de Natureza: Bacharelado; Modalidade: Presencial; Regime: Semestral; Turno de funcionamento: Integral; número de vagas: 30; carga horaria total: 3205 horas; Prazo de integralização curricular: mínimo de 08 e máximo de 12 semestres (fls. 389-390). Após a aprovação por esta câmara o processo também foi aprovado conselho pleno do CEPE na data de 03/06/2016 (fls. 390). Na data de 09/06/2016 o processo é enviado a este conselheiro para relato no COUN.

PARECER CONCLUSIVO

O presente processo foi apreciado pelas instancias PROGRAD e CEPE que após competente análise do mérito, encaminharam pela aprovação do PPP do curso de Relações Públicas. Sugerimos o acompanhamento da administração superior e setorial da implantação deste novo curso dando suporte para viabilizar a consolidação da infraestrutura necessária frente a separação exigida pelo MEC. Dito isto, sou de parecer favorável a criação do Curso de Relações Públicas.

SMJ é este o relato

Luiz Claudio Fernandes
Conselheiro relator



SILMARA LUCIA BINDO GROSCHUPF
Chefe de Expediente da
Secretaria do Órgãos Colegiados
Matrícula nº 200678

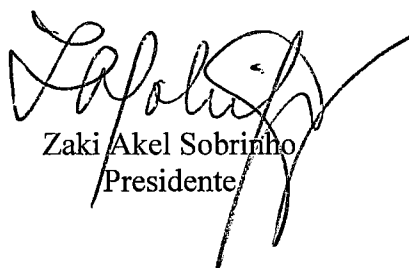
RESOLUÇÃO Nº 19/16-COUN

O **CONSELHO UNIVERSITÁRIO**, órgão normativo, consultivo e deliberativo da Administração Superior da Universidade Federal do Paraná, no uso de suas atribuições conferidas pelo art. 23, inciso X do Estatuto da UFPR, consubstanciado no Parecer nº 17/16 exarado pelo Conselheiro Luiz Cláudio Fernandes e no processo nº 092875/2015-46 e por unanimidade de votos,

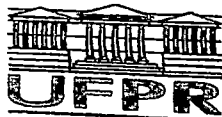
RESOLVE:

Aprovar a criação do Curso de Relações Públicas do Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná e a extinção gradativa do Curso de Comunicação Social – habilitação Relações Públicas da UFPR.

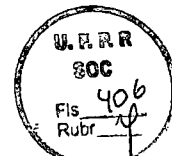
Sala de Sessões, em 23 de junho de 2016.



Zaki Akel Sobrinho
Presidente



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SECRETARIA DOS ÓRGÃOS COLEGIADOS



PROCESSO Nº 092875/2015-46

Encaminhe-se COPEG (PROGRAMA) para providências.

Curitiba, 30/06/16.

Secretário(a)

Mariane Zubek
Assistente em Administração
Secretaria de Órgãos Colegiados
Matricula 200733