Universidade Tecnológica Federal Do Paraná

Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional

Elaborar o Projeto Pedagógico de um curso é pensar a construção de sua identidade. A construção do projeto deve ser fruto de uma ação intencional definida coletivamente pelos professores do departamento proponente, em função das opções e escolhas de caminhos e prioridades na formação do profissional desejado. O Projeto Pedagógico de Curso (PPC) tem dupla dimensão: a de orientação e de condução do presente e do futuro de uma formação profissional comprometida e responsável. Comprometida, no sentido de manter-se em conformidade com as Diretrizes Curriculares Nacionais estabelecidas pelo Ministério da Educação e para atender as demandas acadêmicas relacionadas às peculiaridades da formação do profissional desejado. Isso significa uma articulação dos pressupostos do PPC com as metas estabelecidas no Projeto Pedagógico Institucional (PPI) e no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da UTFPR. Neste sentido, o PDI 2009-2013 ao tratar das políticas de ensino da UTFPR estabelece que, "a partir das dimensões ensino, pesquisa e extensão, a formulação dos PPCs, independente do nível e modalidade de ensino e da demanda social a que atendam, deve considerar os seguintes aspectos: a) articulação entre a teoria e a prática, b) desenvolvimento de competências profissionais, c) flexibilidade curricular, articulação entre ensino, pesquisa e extensão". Para atender estes aspectos e auxiliar na especificação de novos cursos, assim como na atualização de documentos de especificação já existentes, como Propostas de Abertura de Curso, é que o Comitê Consultivo de Projetos de Curso (CCPC) disponibiliza estas orientações. Assim, o objetivo é que o presente documento propicie uma base para a elaboração do PPC nos departamentos e coordenações da UTFPR Câmpus Curitiba.

Diretoria de Graduação e Educação Profissional - DIRGRAD
Departamento de Educação – DEPED
Comitê Consultivo de Projetos de Cursos – CCPC
Câmpus Curitiba

Curitiba
Outubro de 2011

O presente documento foi elaborado tendo como base o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI 2009-2013).

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO
Informações gerais

Câmpus	Curitiba

Depto/ Coord.	DACEX / CTCOM

Nome do curso	Bacharelado em Comunicação Organizacional

Titulação conferida	Bacharel em Comunicação Organizacional

Contato 1

Nome	Camilo Catto		
e-mail	camilo@utfpr.edu.br		
Telefone UTFPR	3310-4595	Celular	9243-5515

Contato 2

Nome	Carolina Fernandes Mandaji		
e-mail	cfernandes@utfpr.edu.br		
Telefone UTFPR	3310-4595	Celular	9278-5780

Data

27/11/2013

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

CURITIBA

2013

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional, apresentado à Diretoria de Graduação e Educação Profissional (DIRGRAD) da UTFPR pelo Departamento Acadêmico de Comunicação e Expressão da UTFPR, Câmpus Curitiba.

CURITIBA

2013

Carlos Eduardo Cantarelli
Reitor

Paulo Osmar Dias Barbosa
Diretor do Câmpus Curitiba

Olga H. Saito
Diretora de Graduação e Educação Profissional

Rossana Finau
Chefe do Departamento de Comunicação e Expressão

Comissão de Elaboração e Organização:
Ana Paula da Rosa – DACEX
Ângela Rubel Fanini – DACEX
Anuschka R. Lemos – DACEX
Arnaldo Sbalqueiro – DACEX
Camilo Catto – DACEX
Carolina Fernandes Mandaji - DACEX
Ivan Vicentin – DAGEE
João Augusto Moliani – DACEX
Marcelo Fernando de Lima – DACEX
Marcelo Stein de Lima Sousa – DACEX
Maurini de Souza Alves Pereira– DACEX

Valéria 0liveira Santos – DACEX

Professores colaboradores na elaboração das ementas das disciplinas:

Adriana Cabral dos Santos
Ana Paula da Rosa
Angela Maria Rubel Fanini
Anuschka R. Lemos
Arnaldo Sbalqueiro
Camilo Catto
Carolina Fernandes Mandaji
João Augusto Moliani
Wilton Fred Cardoso de Oliveira
Joscely Maria Bassetto Galera
Juarez Poletto
Maria Alice Maschio de Godoy
Marcelo Fernando de Lima – DACEX
Marcelo Stein de Lima Sousa
Maurini de Souza Alves Pereira
Rossana Aparecida Finau
Silvino Iagher
Síndia Rosa Ballen da Silva
Valéria Oliveira Santos
Zama Caixeta Nascentes

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO 9
1.1 HISTÓRICO 9
1.2 NATUREZA INSTITUCIONAL 12
1.2.2 Inserção Regional 12
1.2.3 Missão, Visão, Valores, Finalidades e Objetivos 14
1.3 HISTÓRICO DO DEPARTAMENTO E/OU DO CURSO 15
1.4 CONTEXTUALIZAÇÃO NACIONAL, REGIONAL E LOCAL 16
2 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO 17
2.1 DENOMINAÇÃO GENÉRICA DO CURSO 18
2.2 APRESENTAÇÃO DO CURSO 18
2.3 CONCEPÇÃO DA ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO 18
2.4 JUSTIFICATIVA, FINALIDADES E OBJETIVOS DO CURSO 18
2.4.1 Justificativa 18
2.4.2 Relação do Curso com Visão e Missão da Instituição 20
2.4.3 Objetivo Geral do Curso 21
2.4.4 Objetivos Específicos 21
2.5 COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPERADAS DO EGRESSO 22
2.6 PERFIL ESPERADO DO FUTURO PROFISSIONAL 23
2.7 ÁREAS DE ATUAÇÃO 23
3 ESTRUTURA CURRICULAR 24
3.1 FLEXIBILIDADE CURRICULAR 26
3.2 MOBILIDADE ACADÊMICA 26
3.3 RELAÇÃO TEORIA E PRÁTICA 27
3.4 DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS 28
3.5 RELAÇÃO COM A PESQUISA 29
3.6 RELAÇÃO COM A EXTENSÃO 31
3.7 RENDIMENTO ESCOLAR E APROVAÇÃO 31
3.8 ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO 32
3.9 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO 33
3.10 MATRIZ CURRICULAR DO CURSO 34
3.10.1 Regime Escolar 37
3.10.2 Duração do Curso 37
3.10.3 Carga Horária de Atividades Teóricas 37
3.10.4 Carga Horária de Atividades Práticas 37
3.10.5 Carga horária de outras atividades 377
3.10.6 Carga horária total 38

3.10.7 Disciplinas por Semestre Letivo / Periodização 38
3.11 EMENTÁRIOS E BIBLIOGRAFIA 48
4 ADMINISTRAÇÃO DO CURSO 74
4.1 COORDENAÇÃO DO CURSO 75
4.2 COLEGIADO DO CURSO 76
4.3 NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE 78
4.4 CONSELHO DEPARTAMENTAL 78
4.5 DESCRIÇÃO E QUALIFICAÇÃO DO CORPO DOCENTE 78
4.6 PROFESSORES X DISCIPLINAS 80
4.7 CAPACITAÇÃO DO CORPO DOCENTE E ADMINISTRATIVO 82
4.8 AVALIAÇÃO DO CORPO DOCENTE 83
4.9 PREVISÃO DO QUADRO DE COLABORADORES TÉCNICO-ADMINISTRATIVOS 84
4.10 ACOMPANHAMENTO DO EGRESSO 84
4.11 CONVÊNIOS 84
5 AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL 86
6 INFRAESTRUTURA DE APOIO ACADÊMICO 87
6.1 BIBLIOTECA 87
6.1.1 Informações gerais 89
6.2 SALAS DE AULAS, SALAS DE ESTUDOS E AUDITÓRIOS 90
6.3 LABORATÓRIOS 90
7 REFERÊNCIAS 90
8 ANEXOS 96

1 APRESENTAÇÃO

1.1 HISTÓRICO

A história da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR teve início no século passado. Sua trajetória começou com a criação das Escolas de Aprendizes Artífices em várias capitais do país pelo então presidente, Nilo Peçanha, em 23 de setembro de 1909. No Paraná, a escola foi inaugurada no dia 16 de janeiro de 1910, em um prédio na Praça Carlos Gomes.

O ensino era destinado a garotos de camadas menos favorecidas da sociedade, chamados de “desprovidos da sorte”. Pela manhã, esses meninos recebiam conhecimentos elementares (primário) e, à tarde, aprendiam ofícios nas áreas de alfaiataria, sapataria, marcenaria e serralheria. Inicialmente, havia 45 alunos matriculados na escola, que, logo em seguida, instalou seções de Pintura Decorativa e Escultura Ornamental.

Aos poucos, a escola cresceu, e o número de estudantes aumentou, fazendo com que se procurasse uma sede maior. Então, em 1936, a Instituição foi transferida para a esquina da Avenida Sete de Setembro com a Rua Desembargador Westphalen, onde permanece até hoje. O ensino tornou-se cada vez mais profissional até que, no ano seguinte (1937), a escola começou a ministrar o ensino em âmbito de ginásio industrial, sendo denominada Liceu Industrial do Paraná.

Cinco anos depois (1942), a organização do ensino industrial foi realizada em todo o país. A partir disso, o ensino passou a ser ministrado em dois ciclos. No primeiro, havia o ensino industrial básico, o de mestria e o artesanal. No segundo, o técnico e o pedagógico. Com a reforma, foi instituída a Rede Federal de Instituições de Ensino Industrial e o Liceu passou a chamar-se Escola Técnica de Curitiba. Em 1943, tiveram início os primeiros cursos técnicos: Construção de Máquinas e Motores, Edificações, Desenho Técnico e Decoração de Interiores.

No início da década de 50, houve um acordo de cooperação entre Brasil e Estados Unidos no campo do ensino industrial, que tinha como objetivo a orientação, a formação e o treinamento de professores da área técnica do Brasil. Desse acordo foi criada a Comissão Brasileiro-Americana Industrial – CBAI. Como consequência do acordo, elevou-se o padrão de qualidade do ensino técnico, particularmente da Escola Técnica de Curitiba, que foi sede da CBAI.

Em 1959, com a Reforma do Ensino Industrial, a legislação unificou o ensino técnico no Brasil, que até então era dividido em ramos diferentes. A escola ganhou, assim, maior autonomia, passando a chamar-se Escola Técnica Federal do Paraná e a

ser considerada como unidade escolar padrão no Estado, principalmente com a configuração do ensino de 2º grau que, orientado pela Lei nº 5.692/71, dava ênfase especial à formação para o trabalho.

No final da década de 1960, as Escolas Técnicas eram o "festejado modelo do novo ensino de 2º grau profissionalizante", com destaque de seus alunos no mercado de trabalho, assim como o ingresso em cursos superiores de qualidade, elevando seu conceito na sociedade. Nesse cenário, a Escola Técnica Federal do Paraná destacava-se pelos seus cursos profissionalizantes, passando a ser referência para esta modalidade no Estado e no País. A partir de 1974, por autorização especial do Ministério da Educação e Cultura, passou a ministrar Cursos superiores (de curta duração) de Engenharia de Operação, na área de Construção Civil e Elétrica.

Quatro anos depois, em 1978, a Instituição foi transformada em Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná (CEFET-PR), passando a ministrar cursos de graduação plena: Engenharia Industrial Elétrica, ênfase em Eletrotécnica, e Engenharia Industrial Elétrica, ênfase em Eletrônica/Telecomunicações, e Curso Superior de Tecnologia em Construção Civil; posteriormente, em 1996, Engenharia de Produção Civil e, em 1992, Engenharia Industrial Mecânica. A partir da implantação dos Cursos superiores, deu-se início ao processo de "maioridade" da Instituição, que avançaria, nas décadas de 80 e 90, com a criação dos Programas de Pós-Graduação.

Em 1990, o Programa de Expansão e Melhoria do Ensino Técnico fez com que o CEFET-PR se expandisse para o interior do Paraná, onde implantou a primeira Unidade de Ensino Descentralizada, na cidade de Medianeira, na Região Oeste do Estado do Paraná. Em 1993, foram implantadas as Unidades de Cornélio Procópio, Pato Branco e Ponta Grossa e, em 1994, foi incorporada à Unidade de Pato Branco a Faculdade de Ciências e Humanidades existente naquela cidade. No ano de 1995, foi implantada a Unidade de Campo Mourão e, em 2003, a Escola Agrotécnica Federal de Dois Vizinhos foi incorporada ao CEFET-PR.

Com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDBE), de 1996, que não permitia mais a oferta dos Cursos técnicos integrados, a Instituição, tradicional na oferta desses cursos, decidiu implantar o Ensino Médio e os cursos de Tecnologia. A partir de então, houve um redirecionamento das prioridades do CEFET-PR para o ensino superior, com expansão também da pós-graduação stricto sensu. Em outra perspectiva do processo de expansão, a Instituição estrategicamente abriu uma nova frente: os intercâmbios internacionais de docentes e discentes, iniciando com as Fachhochschules (FH) da Alemanha, dada a similaridade com a identidade do CEFET-PR. Em seguida, estendeu-se para instituições francesas, espanholas, japonesas, americanas, dentre outras.

A pós-graduação *stricto sensu* continuou sua rota de crescimento, baseada num plano interno de capacitação e ampliada pela contratação de novos docentes com experiência e titulação. Em 1988, em Curitiba, ocorreu a implantação do primeiro Programa de Pós-Graduação stricto sensu, o Curso de Pós-Graduação em Engenharia Elétrica e Informática Industrial (CPGEI). Em 1995, iniciou-se o Programa de Mestrado em Tecnologia (PPGTE); em 2001, o Programa de Mestrado em Engenharia Mecânica e de Materiais (PPGEM) e, em 2004, o Programa de Mestrado em Engenharia de Produção (PPGEP), em Ponta Grossa. Já o primeiro Programa de Doutorado em Engenharia Elétrica e Informática Industrial iniciou em 1999, em Curitiba.

Assim, a trajetória do CEFET-PR pode ser subdividida em três fases principais: a primeira, de 1979 a 1988, responsável principalmente pela inserção institucional no contexto das entidades de ensino superior, culminando com a implantação do primeiro Programa de Mestrado; a segunda, de 1989 a 1998, marcada pela expansão geográfica e pela implantação dos Cursos Superiores de Tecnologia e a última fase, iniciada em 1999, que vem se caracterizando pela consolidação de um novo patamar educacional, para o qual se promoveram os ajustes necessários para a sua transformação em universidade. Nota-se, dessa forma, que os alicerces para a Universidade Tecnológica foram construídos desde a década de 1970, quando a Instituição iniciou sua atuação na educação de nível superior.

Após sete anos de preparo e o aval do Governo Federal, o Projeto de Lei nº 11.184/2005 foi sancionado pelo Presidente da República, no dia 7 de outubro de 2005, e publicado no Diário Oficial da União, em 10 de outubro de 2005, transformando o Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná - CEFET-PR em Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR, a primeira do Brasil. A iniciativa de pleitear junto ao Ministério da Educação – MEC a transformação teve origem na comunidade interna, pela percepção de que os indicadores acadêmicos nas suas atividades de ensino, pesquisa, extensão e gestão, credenciavam a Instituição a buscar a condição como Universidade Especializada, em conformidade com o disposto no Parágrafo Único do Artigo 53 da Lei de Diretrizes e Bases da Educação - LDBE, Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996.

Atualmente, a UTFPR conta com aproximadamente 1.600 docentes, 900 técnicos-administrativos e 15.500 alunos matriculados, distribuídos em 11 Câmpus no Estado do Paraná: Apucarana, Campo Mourão, Cornélio Procópio, Curitiba, Dois Vizinhos, Francisco Beltrão, Londrina, Medianeira, Pato Branco, Ponta Grossa e Toledo.

Das diferentes denominações à primeira Universidade Tecnológica do Brasil:

1909 - Escola de Aprendizes Artífices do Paraná

1937 - Liceu Industrial do Paraná

1942 - Escola Técnica de Curitiba

1959 - Escola Técnica Federal do Paraná

1978 - Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná – CEFET-PR

2005 - Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR

1.2 NATUREZA INSTITUCIONAL

A Universidade Tecnológica Federal do Paraná, denominada UTFPR, com sede na cidade de Curitiba e com onze Câmpus implantados nas cidades de Apucarana,Campo Mourão, Cornélio Procópio, Curitiba, Dois Vizinhos, Francisco Beltrão, Londrina, Medianeira, Pato Branco, Ponta Grossa e Toledo, oriunda do Centro Federal de Educação Tecnológica Federal do Paraná, por força da Lei no 11.184, de 7 de outubro de 2005, é uma autarquia de regime especial, vinculada ao Ministério da Educação, e goza de autonomia administrativa, patrimonial, financeira, didático-científica e disciplinar.

1.2.2 Inserção Regional

Em 1986, o Governo Federal instituiu o Programa de Expansão e Melhoria do Ensino Técnico, possibilitando a implantação de Unidades de Ensino Descentralizadas, assim denominadas, pois seriam instaladas em cidades do interior e estariam vinculadas às Escolas Técnicas Federais ou Centros Federais de Educação Tecnológica estabelecidos nas capitais.

Os principais objetivos do Programa compreendiam: (a) preparar os recursos humanos necessários, com vistas ao acompanhamento da evolução tecnológica dos grandes centros; (b) induzir o desenvolvimento de sua região; e (c) possibilitar a fixação dos jovens nos seus locais de origem, levando até eles uma formação profissional adequada.

O processo de interiorização da UTFPR, na época CEFET-PR, procurou atingir todos os quadrantes do Estado do Paraná, implantando-se Unidades de Ensino nas cidades de Medianeira (no Oeste, em 1990), Cornélio Procópio (no Norte, em 1993), Pato Branco (no Sudoeste, em 1993), Ponta Grossa (nos Campos Gerais, em 1993) e Campo Mourão (no Noroeste, em 1995).

Quando do processo de interiorização das atividades do CEFET-PR, os objetivos almejados eram:

- ampliar as oportunidades de acesso aos Cursos de 2º grau e superiores;

- difundir a tecnologia no interior do Estado, permitindo a adoção e o desenvolvimento de novos processos de produção e de transformação;
- oportunizar maior progresso às regiões em que as Unidades de Ensino foram instaladas, em razão da possibilidade de implantação de parques industriais e tecnológicos, facilitada pela existência de recursos humanos habilitados para operá-los;
- estimular o não-deslocamento da população estudantil para outras regiões, em decorrência da falta de instituições adequadas ao prosseguimento nos estudos;
- estimular o crescimento populacional e o progresso das cidades onde foram instaladas as Unidades;
- oferecer maior grau de satisfação e melhoria do nível de qualidade de vida da população das regiões abrangidas pelas Unidades.

Decorrida mais de uma década do processo de interiorização, observa-se que os objetivos traçados foram integralmente atingidos. Os Câmpus da UTFPR tornaram-se referência de ensino público de qualidade nas regiões onde estão implantados. Cada Câmpus, dada à forma como a gestão universitária foi implantada, incorpora e mantém os princípios e os valores historicamente estabelecidos, dentre os quais se destacam:

- uma instituição de “muros rasos”, na qual a interação com a comunidade orienta as políticas de ensino, pesquisa e extensão;
- o respeito às características de cada região, orientando a oferta de cursos que atendam às demandas locais e regionais;
- a integração com o segmento empresarial, como estratégia de oportunidades à comunidade interna, buscando ampliar a oferta estágios/empregos aos alunos/egressos da Instituição;
- o estímulo ao desenvolvimento de projetos e serviços cooperativos universidade-empresa;
- a atualização dos currículos em consonância com a tecnologia empregada pelos concedentes de estágio/emprego aos alunos/egressos da Instituição;
- a promoção e o apoio às atividades extensionistas, levando às comunidades locais e regionais a produção acadêmica desenvolvida pela Universidade, que contribua para a emancipação econômica e social dessas regiões;
- a participação nas iniciativas locais de incubadoras e parques tecnológicos, como estímulo ao desenvolvimento regional; e

- a participação nas manifestações culturais, artísticas, científicas, esportivas e educacionais, promovidas pelas comunidades locais e regionais.

Tais objetivos e valores deverão ser incorporados aos novos Câmpus da UTFPR, nas cidades de Londrina, Apucarana e Toledo, que passaram a integrar o complexo educacional desta Universidade.

1.2.3 Missão, Visão, Valores, Finalidades e Objetivos

a) Missão

- Promover a educação de excelência através do ensino, pesquisa e extensão, interagindo de forma ética e produtiva com a comunidade para o desenvolvimento social e tecnológico.

b) Visão

- Ser modelo educacional de desenvolvimento social e referência na área tecnológica.

c) Valores:

- Ética: gerar e manter a credibilidade junto à sociedade.
- Desenvolvimento Humano: formar o cidadão integrado no contexto social.
- Integração Social: realizar ações interativas com a sociedade para o desenvolvimento social e tecnológico.
- Inovação: efetuar a mudança através da postura empreendedora.
- Qualidade e Excelência: promover a melhoria contínua dos serviços oferecidos para a satisfação da sociedade.

d) Finalidades

As finalidades da UTFPR, definidas na Lei n° 11.184/2005, são:

I - desenvolver a educação tecnológica, entendida como uma dimensão essencial que ultrapassa as aplicações técnicas, interpretando a tecnologia como processo educativo e investigativo para gerá-la e adaptá-la às peculiaridades regionais;

II - aplicar a tecnologia compreendida como ciência do trabalho produtivo e o trabalho como categoria de saber e produção; e

III - pesquisar soluções tecnológicas e desenvolver mecanismos de gestão da tecnologia, visando identificar alternativas inovadoras para resoluções de problemas sociais nos âmbitos local e regional.

e) Objetivos

A UTFPR tem, de acordo com a Lei n° 11.184/2005, os seguintes objetivos:

I - ministrar em nível de educação superior:

a) cursos de graduação e pós-graduação, visando à formação de profissionais para as diferentes áreas da educação tecnológica; e

b) cursos de licenciatura, bem como programas especiais de formação pedagógica, com vistas à formação de professores e especialistas para as disciplinas nos vários níveis e modalidades de ensino, de acordo com as demandas de âmbito local e regional;

II - ministrar cursos técnicos prioritariamente integrados ao ensino médio, visando à formação de cidadãos tecnicamente capacitados, verificadas as demandas de âmbito local e regional;

III - oferecer educação continuada, por diferentes mecanismos, objetivando a capacitação, o aperfeiçoamento, a especialização e a atualização de profissionais, em todos os níveis de ensino, nas áreas da educação tecnológica;

IV - realizar pesquisas, estimulando atividades criadoras e estendendo seus benefícios à comunidade, promovendo desenvolvimento tecnológico, social, econômico, cultural, político, ambiental; e

V - desenvolver atividades de extensão de acordo com os princípios e finalidades da educação tecnológica, em articulação com o setor produtivo e os segmentos sociais.

1.3 HISTÓRICO DO DEPARTAMENTO E/OU DO CURSO

Em agosto de 2003, conforme Parecer nº 83/2003 do Conselho de Ensino da UTFPR, foi autorizado o Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Empresarial e Institucional – CTCEI. O Curso abriu sua primeira turma em agosto de 2004. Embora concebido como um curso tecnológico, a ênfase sempre esteve voltada para uma sólida base cultural e generalista, características de um curso de bacharelado. Na época, o curso foi concebido para atender dois motivos fundamentais (PPC – CTCEI, 2003, p. 11): (i) aproveitar a formação acadêmica dos docentes do departamento, vinculada aos

processos de comunicação humana nas áreas do estudo da língua materna, da linguagem em geral, das línguas estrangeiras modernas e da literatura nacional e estrangeira; e (ii) ampla pesquisa de mercado, de sites, de títulos bibliográficos, de artigos e de cursos, o que, na época, demonstrava a importância da comunicação interna e externa para as empresas e instituições.

Ainda em consonância com a visão cultural e generalista do CTCEI (PPC – CTCEI, 2006, p.14), o propósito do curso era:

> Oferecer uma formação substantiva na área de comunicação empresarial e de instituições privadas e públicas, propiciando ao estudante conhecimentos gerais na área cultural. Esse conhecimento o instrumentalizará para compreender melhor a cultura nacional e a política local e as demandas sociais do cliente e/ou usuário. Conhecendo o contexto local cultural, poderá articulá-lo ao contexto da globalização em âmbito internacional, fazendo as devidas adaptações e interligações. O Curso também oferecerá base teórica em Comunicação, analisando os vários paradigmas dos processos comunicacionais, acompanhada de sua aplicação prática nas áreas empresarial e institucional.

Assim, desde sua concepção, o curso possuía características de um bacharelado generalista e abrangente culturalmente, sem se limitar a habilidades específicas de cursos de Comunicação Social. Os egressos deveriam ser capazes de "atuar no campo da comunicação de maneira integrada, sem a fragmentação presente nos diversos cursos profissionais" (PPC – CTCEI, 2006, p.15).

De acordo com o PPC – CTCEI (2006, p. 15):

> O profissional egresso do curso será um gestor e um produtor da comunicação empresarial e institucional, sendo capaz de articular diversas mídias e diversos suportes de comunicação, da interpessoal àquela que a sofisticação da tecnologia permite, mobilizando todas essas ferramentas em função dos objetivos de uma empresa ou uma instituição pública ou privada. O egresso será capaz de elaborar de forma eficaz os processos de comunicação empresarial e institucional, ferramentas indispensáveis ao êxito de qualquer setor da sociedade.

1.4 CONTEXTUALIZAÇÃO NACIONAL, REGIONAL E LOCAL

A comunicação passa por profundas mudanças em toda a sua concepção. A inserção de novas tecnologias, a proximidade e o acesso das pessoas aos mais diferentes meios e veículos de comunicação fazem com que as informações se disseminem de forma cada vez mais rápida, sem um sistema de controle fixo, sendo este cada vez mais partilhado. Trata-se de uma realidade onde as lógicas da comunicação estão imbricadas no cotidiano, e essa nova condição imposta à sociedade

faz com que a discussão (sobre) e o entendimento desses novos processos comunicacionais sejam fundamentais para a compreensão do mundo do trabalho do profissional de comunicação.

Em um nível de análise organizacional, para uma nova realidade empresarial e institucional que se descortina, a comunicação organizacional é aquela que permite às organizações, em suas mais diferentes concepções, compreender a realidade à sua volta e gerenciar os relacionamentos com a sociedade adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo. Trata-se de pensar que o termo organização não se limita apenas e somente ao conceito de empresa, mas é a noção essencial da comunicação, é aquilo que organiza, que permeia, que torna os processos de mediação possíveis envolvendo discursos, práticas e dispositivos.

Regionalmente, trata-se de uma experiência inovadora, pois apenas a Universidade de Brasília – UNB oferece um curso de bacharelado em Comunicação Organizacional. Além disso, a demanda por profissionais com formação genérica e com habilidades de gestão da comunicação, em suas mais diferentes formas, torna-se latente devido ao processo de industrialização e surgimento de novas configurações organizacionais ocorridos na região de Curitiba e do estado do Paraná, nas últimas duas décadas.

2 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

2.1 DENOMINAÇÃO GENÉRICA DO CURSO

Bacharelado em Comunicação Organizacional.

2.2 APRESENTAÇÃO DO CURSO

- Titulação Conferida: Bacharel em Comunicação Organizacional;
- Modalidade do curso: Curso Regular de Formação Específica;
- Duração do Curso: Integralização mínima em 4 anos (8 períodos, sendo cada período um semestre) e máxima em 7 anos (14 períodos);
- Área de Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas: Comunicação;
- Regime Escolar: Seriado semestral com matrículas por disciplinas, respeitados os pré-requisitos e correquisitos existentes;
- Número de vagas oferecidas por semestre: 44;
- Turnos previstos: Manhã;
- Ano e semestre de início de funcionamento do curso: 2014/01;
- Ato de Reconhecimento: Autonomia universitária;
- Processo de Ingresso: Conforme Deliberação nº 04/2009 Conselho Universitário da UTFPR (UTFPR 2009b), a seleção dos candidatos será pelo aproveitamento do desempenho no Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), adotando o Sistema Único de Seleção Unificada (SISU).

2.3 CONCEPÇÃO DA ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO

A estrutura curricular do Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional foi construída de acordo com a política da Instituição, no Plano de Desenvolvimento Institucional, no Regulamento da Organização Didático-Pedagógica de Cursos de Bacharelados e Licenciaturas aprovados pela Resolução nº 112/10 – COEPP de 29 de novembro de 2010, Resolução nº 132/06 – COEPP, de 01 de dezembro de 2006 e alteração: Resolução nº 55/07 – COEPP, de 22 de junho de 2007, o qual estabelece que os cursos devem ser estruturados de forma a atender o que estabelece o Estatuto da UTFPR e seu currículo deve obedecer ao disposto na Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996; na Lei 11.184 de 07 de outubro de 2005 e nas Resoluções específicas expedidas pelos órgãos competentes.

2.4 JUSTIFICATIVA, FINALIDADES E OBJETIVOS DO CURSO

2.4.1 Justificativa

A proposta de implantação e execução do Curso de Bacharelado em em Comunicação Organizacional vem ao encontro principalmente dos objetivos do artigo 2.º inciso IX e X e do artigo 4.º inciso I, da Lei 11.184, de outubro/2005, que rege sobre a transformação do CEFET-PR em UTFPR.

A implantação e ampliação gradativa dos cursos superiores é um instrumento precioso para adequar o ensino superior brasileiro ao contexto da realidade sócioeconômica do país. Não se trata apenas de implantar cursos novos, mas de criar uma nova sistemática de ação, fundamentada nas necessidades da comunidade.

Além disso, a implantação, na UTFPR - Câmpus Curitiba, do curso de Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional, objeto deste projeto, tem como justificativas, dentre outras:

a) O caráter inovador do curso, cuja estrutura e funcionalidades propostas encontram similares ofertadas apenas pelo curso ofertado pela UNB, o único a oferecer esse curso na área de comunicação social.

b) A necessidade, ora presente, de uma perspectiva mais ampla da comunicação visando à ampliação da articulação e interação com a comunidade externa. Além disso, a demanda do mercado por profissionais capazes de gerir e compreender os mais variados instrumentos de comunicação de forma estratégica.

c) O melhor aproveitamento do corpo docente lotado no DACEX, já que com o bacharelado as atividades de ensino, pesquisa e extensão são ampliadas e fazem jus à concepção de uma universidade tecnológica, conforme PDI institucional.

d) A articulação das diversas mídias e diversos suportes de comunicação, bem como a compreensão de seu impacto na sociedade por meio da crescente sofisticação da tecnologia.

A partir dessas justificativas, busca-se atender às demandas da comunidade externa sem desconsiderar as demandas internas e a relevância desse novo curso para o DACEX, que passará a ofertar um bacharelado de acordo com as diretrizes institucionais.

O projeto ora submetido, para a criação do referido curso, vem ao encontro das políticas e diretrizes institucionais e de seu plano de expansão, insertos em seu PPI e PDI e também ao encontro das políticas públicas voltadas à educação superior que, especificamente por meio do REUNI, conforme MEC (2007, p. 4) estabelece:

> [...] O Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais – REUNI, instituído pelo Decreto nº 6.096, de 24 de abril de 2007, ao definir como um dos seus objetivos dotar as universidades federais das condições necessárias para **ampliação do acesso e permanência** na educação superior, apresenta-se como uma das ações que consubstanciam o Plano de Desenvolvimento da Educação – PDE [...]. Este programa pretende congregar esforços para a consolidação de uma política nacional de **expansão da educação superior pública, pela qual o Ministério da Educação cumpre o papel atribuído pelo Plano Nacional de Educação (Lei nº 10.172/2001) quando estabelece o provimento da oferta de educação superior para, pelo menos, 30% dos jovens na faixa etária de 18 a 24 anos, até o final da década**. É importante ressaltar que o REUNI não preconiza a adoção de um modelo único para a graduação das universidades federais, já que ele assume como pressuposto tanto a necessidade de se respeitar a autonomia universitária, quanto a diversidade das instituições [...]. O REUNI efetivar-se-á, portanto, sem prejuízo dos programas em desenvolvimento no âmbito do Ministério da Educação e dos sistemas de ensino e, nessa condição, se propõe: [...] substancialmente **a agregar esforços e reforçar iniciativas para a ampliação das vagas e a elevação da qualidade da educação nacional**. Ao mesmo tempo, os projetos apresentados pelas universidades poderão iniciar-se no conjunto de suas unidades acadêmicas, em algumas delas e/ou em novas unidades a serem criadas, desde que, ao final do período de cinco anos, a meta estabelecida seja alcançada. **(Nossos grifos)**

Trata-se, portanto, de projeto que tem por objetivo a criação de um curso inovador, totalmente diferenciado em nossa região. Isso se baseia no próprio plano de expansão e adequação das políticas da instituição às demandas sociais. Assim, em uma instituição que preconiza o relacionamento com a comunidade e tem como propósito atuar “fortemente com o segmento empresarial e comunitário, por meio do desenvolvimento de pesquisa aplicada, da cultura de empreendedorismo, sustentabilidade, gestão da tecnologia e inovação e de atividades sociais e extraclasse, entre outros (PPI-UTPR)”. Deste modo, a criação desse curso surge também da necessidade latente de uma comunicação abrangente e desfragmentada como ocorre nas outras habilitações.

2.4.2 Relação do Curso com Visão e Missão da Instituição

A fim de atender à visão da UTFPR, que é “Ser modelo educacional de desenvolvimento social e referência na área tecnológica”, bem como sua missão de “Promover a educação de excelência através do ensino, pesquisa e extensão, interagindo de forma ética e produtiva com a comunidade para o desenvolvimento social e tecnológico”, o Curso de Comunicação Organizacional busca “Desenvolver e

disseminar conhecimentos para o aprimoramento científico e tecnológico da sociedade, no âmbito da Comunicação, qualificando e preparando o bacharel em Comunicação Organizacional para o mercado de trabalho e para atuar de modo ético e responsável na Sociedade".

2.4.3 Objetivo Geral do Curso

O Bacharelado em Comunicação Organizacional visa disponibilizar ao mercado de trabalho um profissional com competências em comunicação organizacional, adequado à realidade do desenvolvimento tecnológico, e inserido no contexto social e humano. Para tanto, o projeto do Curso, desenvolvido de forma a propiciar a interdisciplinaridade entre os cursos da UTFPR, reúne disciplinas que propiciam ao seu aluno a compreensão do importante papel do agente de comunicação na organização à qual esteja vinculado. Criado de forma a atender às exigências da Lei de Diretrizes e Base da Educação Nacional - Lei n.º 9.394/96, o Decreto n.º 2.208/97, o Parecer n.º 436/01, o Parecer CNE/CES 492/2001 e as Diretrizes Curriculares da UTFPR, o Bacharelado em Comunicação Organizacional, ao explorar aspectos técnicos, políticos e econômicos da comunicação nas organizações, contribui para o aprimoramento do planejamento de projetos e das diferentes atividades ligadas à área de comunicação.

2.4.4 Objetivos Específicos

O Bacharelado em Comunicação Organizacional tem por objetivo formar profissionais capazes de gerir e administrar as novas exigências da comunicação organizacional, frente às expectativas da comunidade e/ou organização para a qual estejam trabalhando.

Entendendo os processos de comunicação interna e externa como fatores indispensáveis para a conquista tanto da competitividade quanto da respeitabilidade social de toda e qualquer organização, esses profissionais, formados para gerenciar atividades de publicidade e propaganda, jornalismo, relações públicas, marketing, comunicação oral, pesquisa científica, cerimonial e protocolo em eventos e políticas da comunicação, além de outros segmentos do conhecimento concernentes à proposta do Curso, serão capazes de, ao reconhecer o importante papel de agente social inerente aos processos da comunicação, desenvolver pensamentos e práticas estratégicos que colocarão a organização em papel de destaque diante de seus públicos-alvos.

Esses profissionais deverão estar aptos a entender os processos de comunicação interna e externa como meios de democratizar a informação, a fim de gerar segurança e confiabilidade nas organizações para as quais trabalharem.

2.5 COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPERADAS DO EGRESSO

O Bacharel em Comunicação Organizacional é o profissional com competências e habilidades para gerenciar a comunicação dos mais variados tipos de organizações. Habilitado para planejar e implementar ações de comunicação interna e externa, em ambientes virtuais ou não, o comunicador organizacional atua em agências, organizações do terceiro setor, não governamentais, movimentos sociais e veículos de comunicação e em organizações de grande, pequeno e médio porte dos mais diversos setores da economia. Com autonomia intelectual para compreender o mundo das organizações em seus diferentes contextos, este profissional tem uma atuação comprometida com a ética, com a inovação e com a democratização da informação.

Assim, será um profissional com competências para:

- Planejar e desenvolver as políticas de comunicação da organização;
- Desenvolver programas de comunicação interna e externa;
- Gerenciar a comunicação em situações de crise;
- Definir os objetivos, públicos e mensagens prioritárias de comunicação da organização;
- Assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias, sendo capaz de mobilizar tais referenciais em análises críticas da realidade;
- Dominar as linguagens habitualmente empregadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, produção e interpretação, o que envolve o domínio da técnica;
- Empregar corretamente a língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área;
- Refletir criticamente sobre as práticas profissionais do campo da comunicação
- Elaborar diagnósticos, prognósticos e estratégias para o aperfeiçoamento das relações interinstitucionais e de valorização do aspecto humano das organizações;
- Formular estratégias políticas voltadas para o aprimoramento dos setores de atividades públicas ou privadas, que tenham o bem público como base, como atividades de Terceiro Setor e Comunicação Pública;

- Desenvolver procedimentos de relações com a imprensa, sintonizados com natureza específica do ramo de atuação da organização;
- Gerenciar a produção de publicações internas e externas, técnicas e comemorativas, para os diversos públicos da organização;
- Planejar e organizar pequenos, médios ou grandes eventos do mundo organizacional;
- Planejar, gerir e tomar decisões profissionais sobre campanhas, projetos e atividades da área de Comunicação das organizações.

2.6 PERFIL ESPERADO DO FUTURO PROFISSIONAL

Um profissional com autonomia intelectual para compreender as organizações em seu caráter social, cultural e político, capaz de desenvolver soluções de comunicação para contextos variados, e habilitado para a elaboração e gestão de políticas de comunicação que integrem diferentes formas e produtos de comunicação.

2.7 ÁREAS DE ATUAÇÃO

As transformações do cenário mundial e o surgimento de novas tecnologias impõem constantemente aos profissionais de comunicação novos desafios, porém surgem, também, oportunidades.

O curso, conforme proposto, permite aos seus egressos uma gama de oportunidades a partir da amplitude adotada para a comunicação social. Assim, forma profissionais dotados de competências e habilidades para atuarem em diversas organizações públicas, privadas ou do terceiro setor, como executivos e gestores de comunicação, assessores de imprensa, analistas de comunicação interna e externa, analistas de marketing, assessores políticos, redatores, diretores de criação, atendimento e executivos comerciais, consultores, profissionais liberais, além de toda uma gama de novas profissões com a utilização cada vez maior da web. Na área do ensino, podem os referidos bacharéis iniciarem a sua formação para posteriormente atuar, caso invistam na formação continuada, como professores, pesquisadores, escritores ou conferencistas, pois o bacharelado incentiva desde o princípio o despertar para a pesquisa e para o ensino continuado.

3 ESTRUTURA CURRICULAR

O curso atende uma demanda por profissionais de comunicação que sejam capazes de analisar, gerenciar e realizar processos comunicacionais amplos nas mais diferentes configurações organizacionais, a fim de atender aos interesses da organização e de seus públicos. Busca, assim, diferentemente das habilitações até então configuradas[1], traçadas nas Diretrizes Curriculares Nacionais da área de Comunicação Social, uma visão holística e sistêmica para a comunicação e não a sua fragmentação. Isto é, o curso ora proposto pressupõe uma soma de saberes que é exatamente o que as organizações demandam do profissional, assim, a comunicação é vista de modo integrado e integrador.

[1] As habilitações de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Rádio e TV, Cinema e Audiovisual, Editoração foram norteadas até 2006 pelo parecer CNE/CES 492/2001

Ante o momento em que as Diretrizes Curriculares Nacionais estão sendo revistas, bem como os parâmetros curriculares vigentes[2], adota-se como ponto de partida para este projeto o escopo da área de conhecimento de Comunicação Social (Parecer CNE/CES 492/2001), pois considera-se que ela reflete a base que garante a identidade para o bacharel em Comunicação Organizacional da UTFPR que se caracteriza por:

a) sua capacidade de criação, produção, distribuição, recepção e análise crítica referente às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e às suas inserções culturais, políticas e econômicas;
b) sua habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo;
c) sua visão integradora e horizontalizada – genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho, possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem;
d) utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo portanto competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação, sobre os constrangimentos a que a comunicação pode ser submetida, sobre as repercussões sociais que enseja e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social.

Entretanto, destaca-se que por não haver Diretrizes Curriculares Nacionais específicas para o curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional, os perfis específicos propostos respeitarão o perfil do egresso. E antes mesmo das profundas alterações nas diretrizes curriculares com a autonomização das áreas de conhecimento, as próprias DCNs previam a criação de novas habilitações desde que respeitando dois objetivos principais dos parâmetros: a flexibilização na estruturação dos cursos e o padrão de qualidade, referenciado pelo perfil, competência e habilidades comuns. Tais critérios estão aqui rigorosamente respeitados, levando em conta, ainda, o aspecto da

[2]Em 2006 a habilitação de Cinema e Audiovisual teve o desmembramento da área de Comunicação Social pelo Conselho Nacional de Educação, das Diretrizes Curriculares Nacionais através da Resolução nº 10 de 27 de junho de 2006. Em 2013, o curso de Jornalismo também recebeu parecer favorável do CNE para o mesmo desmembramento sob o parecer de nº 39/2013. O curso de Relações Públicas está em fase final de tramitação, enquanto Publicidade finaliza o texto para submissão ao Conselho Nacional. Isto implica na revisão dos Parâmetros Curriculares vigentes e na criação de cursos autônomos, ainda que pertencentes à grande área de Comunicação Social.

inovação pedagógica, fundamental para o desenvolvimento de qualquer área de saber. Neste sentido, ressalta-se que desde a concepção do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Empresarial e Institucional, o objetivo era formar (PPC – CTCEI, 2006, p. 14-15):

> Profissionais capazes de atuar no campo da comunicação de maneira integrada, sem a fragmentação presente nos diversos cursos profissionais com os quais mantém diálogo permanente. O profissional egresso do curso será um gestor e um produtor da comunicação empresarial e institucional, sendo capaz de articular diversas mídias e diversos suportes de comunicação, da interpessoal àquela que a sofisticação da tecnologia permite, mobilizando todas essas ferramentas em função dos objetivos de uma empresa ou uma instituição pública ou privada. O egresso será capaz de elaborar de forma eficaz os processos de comunicação empresarial e institucional, ferramenta indispensável ao êxito de qualquer setor da sociedade.

3.1 FLEXIBILIDADE CURRICULAR

A flexibilização curricular no curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional se dará, ainda, de maneira incipiente. Será, em um primeiro momento, vertical a partir do sétimo período. Verticalmente é entendida como a organização das disciplinas ao longo de semestres, compreendendo o núcleo específico e a formação não-específica. O núcleo específico é composto das disciplinas do núcleo comum, cursadas por todos os alunos e das disciplinas específicas escolhidas pelo aluno, previstas na matriz curricular. O núcleo não específico é composto das disciplinas que não constam da matriz curricular do curso escolhido pelo aluno, mas que constituem seus interesses para complementar sua formação em outras áreas de interface, constituindo, assim, um percurso interdisciplinar.

De acordo com as possibilidades institucionais, a flexibilidade curricular ocorrerá com a escolha por parte dos alunos das disciplinas que compõem os quatro eixos do curso (Linguagens, Comunicação, Humanas e Gestão). Além disso, por meio da mobilidade escolar, poderão escolher disciplinas de outros departamentos para comporem a carga horária do curso. Nesse sentido, na concepção da estrutura curricular foram criadas disciplinas e até mesmo utilizadas disciplinas com a mesma carga horária de outros departamentos para promover a flexibilidade curricular.

3.2 MOBILIDADE ACADÊMICA

A mobilidade acadêmica, de acordo com capítulo VII do anexo 1 da Resolução n. 112/10 – COEPP, de 29 de novembro de 2010, será regida por regulamento específico.

Entre os *câmpus* da UTFPR poderá ocorrer, condicionada à existência de vagas no curso do *câmpus* de destino. Assim, os alunos podem cursar disciplinas nos cursos de Design, Administração e Letras da UTFPR ou em qualquer outro curso, havendo relação com o perfil do egresso a ser formado.

Além disso, com a instauração do curso de bacharelado há a possibilidade de convênio com a Universidade Federal do PR – UFPR, mais especificamente com as habilitações (Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Jornalismo) do Curso de Comunicação Social.

3.3 RELAÇÃO TEORIA E PRÁTICA

Apesar da estrutura matricial do curso, organizado por disciplinas, a dicotomia entre teoria e prática não será abordada de forma antagônica. Buscar-se-á uma formação generalista, humanista, crítica e reflexiva, mas com uma inserção maior de disciplinas técnicas com abordagens que busquem a construção de conhecimento tácito pelos alunos a partir de projetos e produtos com inserção real na sociedade. O Colegiado e o NDE do curso entendem que não há prática sem teoria. Além disso, já a partir do primeiro semestre os alunos terão disciplinas de projeto que abordarão perspectivas práticas para o ensino da comunicação. Estas farão não só apenas com que os alunos pratiquem, mas que possam compreender a relação entre elas, evitando a noção delas como “caixinhas” isoladas. Há também a possibilidade de atuação na empresa júnior do departamento, criação de empresas incubadoras e a obrigatoriedade de estágio supervisionado. Dentre os projetos que integram teoria e prática, o curso conta com uma agência de notícias que incentiva alunos de todos os períodos a produzirem reportagens e outros textos jornalísticos. Há também o incentivo a pesquisas acadêmicas, proporcionadas pelo grupo de pesquisa formado pelos professores do curso. Tudo isso somado à aptidão do aluno e à sua preferência por uma das áreas de acordo com os eixos do curso (Linguagens, Comunicação, Humanas e Gestão) faz com que os alunos possam ter opções de acordo com as suas necessidades. A disciplina de Empreendedorismo, por exemplo, foi retirada da matriz do curso. O Colegiado e NDE do curso também entendem que não se ensina Empreendedorismo com uma disciplina, mas com a oferta de possibilidades para que o aluno com perfil empreendedor possa desenvolver suas aptidões.

3.4 DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS

Conforme o PDI da UTFPR o conceito de competências profissionais não se limita ao “saber fazer”, “pois pressupõe acerto no julgamento da pertinência da ação e no posicionamento, de forma autônoma, do indivíduo diante de uma situação” (PDI, p. 50). Nesse sentido, para contemplar uma educação profissional e tecnológica são destacadas cinco exigências: (i) adoção de métodos diferenciados de ensino e de novas formas de organização do trabalho acadêmico, que propiciem o desenvolvimento de capacidades para resolver problemas que integrem a vivência e a prática profissional; (ii) incorporação dos saberes dos estudantes às práticas de ensino, como forma de reconhecimento de possibilidades diversas de soluções de problemas, assim como de percursos de aprendizagem; (iii) estímulo à criatividade, à autonomia intelectual e ao empreendedorismo; (iv) valorização das inúmeras relações entre conteúdo e contexto, que se podem estabelecer; e (v) integração de estudos de diferentes campos, como forma de romper com a segmentação e o fracionamento, entendendo que os conhecimentos se inter-relacionam, contrastam-se, complementam-se,ampliam-se, influem uns nos outros.

Além do PDI, as Diretrizes Curriculares para os Cursos de Bacharelado e Licenciatura da UTFPR estabelecem que seus egressos/profissionais terão uma formação “generalista, humanística, crítica e reflexiva” (p. 4) e será “capacitado a absorver e desenvolver novas tecnologias, estimulando a sua atuação crítica e criativa na identificação e resolução de problemas, considerando seus aspectos políticos, econômicos, sociais, ambientais e culturais, com visão ética e humanística, em atendimento às demandas da sociedade” (p. 4).

A fim de corroborar com os dois documentos institucionais e com uma nova realidade imposta pelo mercado da área de Comunicação Social é que se propõe um novo curso - Comunicação Organizacional. Assim, o curso dará “ênfase à formação de recursos humanos, para os diversos setores da economia, envolvidos nas práticas tecnológicas e na vivência com os problemas reais da sociedade, voltados para o desenvolvimento socioeconômico local e regional” (UTFPR, 2007, p. 4).

A essência da comunicação reside em ser uma área com a capacidade de integrar, aglutinar conhecimentos de diversas áreas em torno de um propósito. As conceituações a respeito do termo, além das prerrogativas nas DCNs e o comportamento institucional retratado no PPI e PDI da UTFPR, somado ao contexto de crescimento das vagas e abertura de novos cursos em instituições de ensino superior federais, por meio

do REUNI, proporcionam um momento de redefinição dos processos comunicacionais e a possibilidade de propostas de novas habilitações que contemplem uma nova prática e forma de se pensar o campo da comunicação.

A proposta de um novo curso, baseada em pontos fortes do atual curso de Tecnologia em Comunicação Institucional, agregou novos fatores e novas formas de se pensar a comunicação, a formação profissional e a ação competente. Como resultado tem-se um curso em que a ênfase na linguagem na área de comunicação é um processo constitutivo que inclui exemplos de pesquisa em discurso organizacional, cultura organizacional, administração de significados, retórica e narrativa, fases do processo de decisão, processo organizacional, entre outros. A importância dos processos de gestão, diagnóstico e planejamento em que as ações organizacionais são vistas como formas de comunicação e aquelas dependentes destas para a sua sobrevivência organizacional se tornam fundamentais para a desfragmentação da comunicação, maneira como ela realmente se apresenta no cotidiano e no mundo do trabalho de egressos de cursos de comunicação. Somando-se a isso a capacidade de operacionalidade e de reflexão das (e sobre) as ações de comunicação, além de toda a necessidade da compreensão dos fenômenos socioculturais brasileiros formaram os quatro eixos que nortearam a proposta de um novo curso na área de Comunicação Social.

A busca por uma formação generalista, humanística, crítica e reflexiva, além de fatores ambientais e o contexto do mercado de trabalho paranaense fizeram com que o DACEX refletisse sobre o processo de transformação de um Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional para um Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional, baseado em quatro grandes eixos: Linguagens, Comunicação, Humanas e Gestão.

3.5 RELAÇÃO COM A PESQUISA

Um currículo de graduação de qualidade deve contemplar necessariamente a dimensão da pesquisa não somente no sentido de instrumentalizar o estudante, mas compreendendo esta dimensão como mediadora da formação. A pesquisa deve ser entendida como a possibilidade de acesso ao conjunto de conhecimentos produzidos na área, seus distintos modos de produção, bem como instância de reflexão sobre a realidade. Dito de outro modo, a visão do curso de bacharelado em Comunicação Organizacional sobre a pesquisa é a de que ela é uma instância crucial do processo de

ensino-aprendizagem, uma vez que o tripé teoria-prática-reflexão ancora-se na produção do conhecimento, sendo que este se dá através do espírito da investigação, pois mais do que o “saber fazer”, cabe ao discente “saber fazer saber”.

Neste sentido, o currículo da UTFPR tratará da dimensão da pesquisa por meio de disciplinas voltadas para a concepção de trabalho científico de forma geral e pesquisa científica na área, culminando com seminários de monografias, subsidiando o aluno na elaboração de seu trabalho de conclusão de curso. Para além do caráter instrumental, a pesquisa se insere dentro das disciplinas do curso, de modo transversal, no processo de avaliação, sendo que há a concepção de que toda disciplina demanda um espírito de pesquisa, seja no levantamento de dados, seja na construção do raciocínio metodológico ou na análise empírica do universo comunicacional a sua volta. Como produção cientifica resultante disso, podem ser observados seminários, artigos, participações em congressos de cunho acadêmico e eventos internos produzidos pelos estudantes, mas essencialmente o despertar para o gosto pelo conhecimento.

No que tange aos trabalhos de conclusão de curso, nas disciplinas específicas de preparação para a monografia ou projeto experimental, serão articulados um conjunto de conhecimentos que compreendem desde teorias, métodos e técnicas de pesquisa na área das ciências humanas, sociais e da educação, até a elaboração do trabalho em si, com o aporte de um orientador e a realização de banca de qualificação e Seminário de Pesquisa – no penúltimo e último semestre do curso, respectivamente. Tais procedimentos ambientam e preparam os discentes para o âmbito do lato e stricto sensu.

Paralelamente o curso dispõe, juntamente com o de Tecnologia em Comunicação Institucional, do Grupo de Pesquisa Estudos em Comunicação Organizacional:Cultura, Discursos e Processos Identitários, certificado pela instituição e cadastrado no Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPQ, em que há a participação de docentes e discentes nas discussões e encontros que se realizam. Conta atualmente com um grupo coeso de professores pesquisadores com projetos de pesquisa apresentados à universidade, grupos de estudos para atividades extraclasse, iniciação científica e a possibilidade de participar de núcleos do Departamento voltados para a interface com o curso de Letras, seja em Linguística ou Literatura. Tais iniciativas demonstram que a pesquisa no curso de bacharelado em Comunicação Organizacional permeia todas as etapas do curso, desde o primeiro período, nas disciplinas de base teórica, seja nas atividades extraclasse que permitem o diálogo mais aproximado entre professor e aluno fora da sala de aula, na realização de um artigo científico, por exemplo, mas essencialmente no despertar da consciência de que fazer ciência na área de comunicação é estar inserido no laboratório social que é a própria sociedade.

3.6 RELAÇÃO COM A EXTENSÃO

Ante a indissociabilidade do ensino-pesquisa-extensão que se reflete diretamente na relação com a qualidade dos cursos de graduação, a Extensão é vista como a possibilidade de oferecimento à congregação universitária da UTFPR,à comunidade em torno da Universidade e ao próprio município de Curitiba, o conjunto de conhecimentos desenvolvidos nas atividades de pesquisa e ensino, bem como em outras atividades realizadas no curso pelos seus alunos e professores.

Das atividades de extensão fazem parte:

- Projetos de Extensão: Correspondem a projetos de pesquisa, atividades práticas profissionalizantes, culturais ou técnico-científicas que envolvam docentes e discentes em atividades sistematizadas, podendo ou não envolver a comunidade local.
- Eventos de Extensão: Correspondem a palestras, congressos, seminários, fóruns que possam ou não ser abertos à comunidade local.
- Cursos de Extensão: Cursos voltados para ampliação dos conhecimentos acadêmicos, com carga horária mínima de 8 horas, não devendo ultrapassar 200 horas de atividades.

Nesse sentido, a extensão na UTFPR desenvolverá canais que permitam conhecer e aprender com a sociedade sobre suas potencialidades, anseios e demandas por conhecimentos ou tecnologias. Indo além, a extensão deverá garantir mecanismos para que a sociedade possa debater continuamente as ações da universidade. Os programas de extensão deverão, tendo em vista o panorama social assim conhecido, disponibilizar à sociedade os conhecimentos e tecnologias desenvolvidos/avaliados na universidade; propor novas reflexões e práticas; promover o desenvolvimento cultural e constituir-se em organismo legítimo para acompanhar e avaliar a implementação de políticas públicas

3.7 RENDIMENTO ESCOLAR E APROVAÇÃO

Em conformidade com os objetivos do curso, com o perfil almejado de egresso e com a metodologia adotada, as atividades de avaliação devem permitir mensurar os avanços do aluno na construção de seu conhecimento. A avaliação implica, portanto,

confrontar “dados de fato” com o “desejado”, que é composto por critérios, objetivos, normas, os quais permitem atribuir um valor ou uma significação aos dados concretos.

Nesse sentido, as avaliações, em cada uma das disciplinas do Curso, serão realizadas longitudinalmente e não pontualmente. Os professores, ainda no Curso de Tecnologia em Comunicação Institucional, realizam avaliações constantes para ter um melhor acompanhamento da aprendizagem do aluno. Assim, a avaliação deixa de ser pontual para ser permanente, permitindo ao professor o replanejamento de suas atividades; e ao aluno, meios que lhes permitam sanar dificuldades evidenciadas e realizar aprendizagens em níveis crescentes de desenvolvimento.

3.8 ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO

O PDI da UTFPR estabelece que o estágio curricular, “obrigatório para todos os cursos de nível técnico e de graduação, visa à complementação do processo ensino-aprendizagem e tem como objetivos: (i) facilitar a futura inserção do estudante no mundo de trabalho; (ii) promover a articulação da UTFPR com o mundo do trabalho; e (iii) facilitar a adaptação social e psicológica do estudante à futura atividade profissional.“ (UTFPR, 2009a, p.89).

E, adicionalmente, o PPI considera que o estágio “merece destaque por se constituir como espaço privilegiado de aprendizagem, que permite ao estudante integrar-se ao mundo do trabalho, deparando-se com situações, relacionamentos, técnicas e posturas do ambiente profissional que enriquecem e complementam sua formação acadêmica e empreendedora. O estudante da UTFPR deve ser orientado e assumir atitude pró-ativa no sentido de harmonizar as dimensões da formação profissional com as dimensões do desenvolvimento humanístico e cultural” (UTFPR, 2007a, p. 72).

Em relação à legislação vigente destaca-se a Lei 11.788 de 25/09/2008, que define o estágio como o “ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo do estudante, proporcionando aprendizagem social, profissional e cultural, através da sua participação em atividades de trabalho, vinculadas à sua área de formação acadêmico-profissional”(BRASIL, 2008).

Assim sendo,o estágio curricular supervisionado desenvolvido no curso obedece ao regulamento Geral de Estágio Curricular da UTFPR e às normas complementares para a disciplina Estágio Supervisionado do Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional.

3.9 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

O Trabalho de Conclusão de Curso obedece às normas para Trabalho de Conclusão de Curso dos cursos de graduação da UTFPR e as Normas Complementares para TCC do Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional. As atividades estendem-se inicialmente por dois semestres, compondo oficialmente duas disciplinas obrigatórias do currículo: Trabalho de Conclusão de Curso 1 (TCC 1) e Trabalho de Conclusão de Curso 2 (TCC 2).

3.10 MATRIZ CURRICULAR DO CURSO

1º Período			2º Período			3º Período			4º Período			5º Período			6º Período			7º Período			8º Período		
		1			8			14			21			28			34	Trabalho de Conclusão de Curso 1		40	Trabalho de Conclusão de Curso 2		45
		3			4			4			4			4	Análise do Discurso		4			4			4
Projeto 1		25/26	Projeto 2		34/34	Projeto 3		34/34	Projeto 4		34/34	Audiovisual		18/50			50/18			34/34			00/68
		3			4			4			4			4			4			4			4
N/A	**SIC**	**54**	N/A	**SIC**	**72**	N/A	**SIC**	**72**	N/A	**SIC**	**72**	N/A	**L**	**72**	N/A	**L**	**72**	6	**SIC**	**72**	N/A	**SIC**	**72**
		2			9			15			22			29			35			41			46
Comunicação		2	Língua e		4	Criação		4	Linguagem Visual		3	Teoria da Comunicação		3	Cibercultura		4	Ética e		4	Tópicos Especiais em		4
Oral e Escrita		34/00	Comunicação		34/34	Publicitária		34/34	2		15/36	2		51/00			50/18	Comunicação		68/00	Linguagens*		18/50
		2			4			4			3			3			4			4			4
N/A	**L**	**36**	N/A	**L**	**72**	N/A	**L**	**72**	N/A	**L**	**54**	N/A	**C**	**72**	**N/A**	**C**	**72**	N/A	**C**	**72**	N/A	**OP**	**72**
Comunicação		3			10			16			23	Planejamento		30	Comunicação		36			42	Tópicos		47
Organizacional		4	Linguagem		3	Fotografia		3			3	da		4	e Gestão de		4	Psicologia da		4	Especiais em		4
1		64/04	Visual 1		15/36			25/26	Editoração		20/31	Comunicação		34/34	Crises		50/18	Comunicação		68/00	Comunicação*		18/50
		4			3			3			3			4			4			4			4
N/A	**C**	**72**	N/A	**L**	**54**	N/A	**L**	**54**	N/A	**L**	**54**	**N/A**	**C**	**72**	**N/A**	**C**	**72**	N/A	**H**	**72**	**N/A**	**OP**	**72**
		4	Comunicação		11	Comunicação		17			24	História das		31			37			43			48
Comunicação		3	Organizacional		4	Organizacional		4	Teoria da		3	Ideias no		4	Cultura e		3	Gestão		4	Crítica		4
e Criatividade		41/10	2		50/18	3		50/18	Comunicação 1		51/00	Brasil		58/10	Sociedade		51/00	Estratégica		34/34	Cultural		50/18
		3			4			4			3			4			3	**GE74A**		4			4
N/A	**C**	**54**	N/A	**C**	**72**	N/A	**C**	**72**	N/A	**C**	**54**	N/A	**H**	**72**	N/A	**H**	**54**	N/A	**G**	**72**	N/A	**H**	**72**
		5			12			18			25	Elaboração e		32			38			44	Tópicos		49
Legislação e		4	Comunicação		3	Redação		4	Jornalismo		3	Gestão de		3	Tecnologia e		4	Gestão do		2	Especiais em		4
Comunicação		68/00	Mercadológica		33/18	Jornalística		34/34	Organizacional		26/25	Projetos		48/20	Sociedade		68/00	Conhecimento		34/00	Humanidades*		18/50
		4			3			4			3	**GE77D**		4			4	**GE77B**		2			4
N/A	**H**	**72**	N/A	**C**	**54**	4	**C**	**72**	N/A	**C**	**54**	N/A	**G**	**72**	N/A	**H**	**72**	N/A	**G**	**36**	N/A	**OP**	**72**
Metodologia		6			13	Pesquisa		19	Antropologia e		26	Organização		33			39						
da Pesquisa		3			4	Mercadológica		3	Comunicação		4	de Eventos		4			3						

		36/15		História da Comunicação no Brasil		68/00			24/27				48/20				18/50		Governança Pública e Corporativa		31/20
		3				4		**GE76D**		3			4				4		**GE77E**		3
N/A	**H**	**54**	N/A	**H**	**72**	N/A	**G**	**54**	N/A	**H**	**72**	N/A	**G**	**72**	N/A	**G**	**54**
Gestão Mercadológica		7 4 48/20				Diagnóstico Organizacional		20 2 16/18		Introdução à Economia		27 4 38/30					
GE75D		4				**GE77A**		2				4					
N/A	**G**	**72**				N/A	**G**	**36**	N/A	**G**	**72**						

ESTÁGIO CURRICULAR OBRIGATÓRIO

	SIC 400 horas

ATIVIDADES COMPLEMENTARES

	SIC 180 horas

CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO (em horas)		
Carga horária total das disciplinas:	2.640 horas	BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL - GRADE 2013
Atividades complementares:	180 horas	
Estágio Curricular Obrigatório:	400 horas	
Carga horária total:	3.220 horas	Atualização: 08/2013

Nome da Disciplina		R
		APS
		AT/AP
Código		TT
PR	TC	CHT

Legenda: (Obs.: informações em aulas)

R – referência na matriz

APS – número de aulas de APS (semestral)

AT/AP – número de aulas teóricas/práticas presenciais (semanal)

TT – número total de aulas presenciais (semanal)

CHT – carga horária total de aulas (semestral)

PR – pré-requisito

TC – tipo de conteúdo

Tipo de Conteúdo (TC):

L – disciplinas do eixo de Linguagens

C – disciplinas do eixo de Comunicação

H – disciplinas do eixo de Humanas

G – disciplinas do eixo de Gestão

SIC – atividade de síntese e integração de conhecimento

OP - optativas

* Disciplinas optativas: o aluno obrigatoriamente deverá cursar no mínimo 1 (uma) das disciplinas, com a opção de fazê-lo no 7º ou 8º período.

** O aluno deverá ter, além de uma das disciplinas de Tópicos Especiais oferecidas no curso, ao menos 124horas-aula de disciplinas optativas/eletivas.

3.10.1 Regime Escolar

O regime escolar é semestral com matrículas efetuadas por disciplina.

3.10.2 Duração do Curso

O Bacharelado em Comunicação Organizacional tem duração de 08 (oito) semestres letivos (4 anos). A duração máxima e mínima obedecerá ao estabelecido no Regulamento da Organização Didático Pedagógico aplicável ao curso.

3.10.3 Carga Horária de Atividades Teóricas

As atividades teóricas do curso compreendem 1868 horas-aula.

Destaca-se que, conforme Instrução Normativa 01/10 do COEPP, uma aula na UTFPR possui 50 minutos, assim sendo, foi realizada a compensação da duração de uma aula (50 minutos) em horas (60 minutos), dividindo o número total de horas-aula por 1.2.

3.10.4 Carga Horária de Atividades Práticas

As atividades de natureza prática propiciam ao discente uma integração entre os conceitos teóricos e sua aplicação prática. Com este intuito, são desenvolvidas durante o curso atividades como: visitas técnicas, palestras e seminários com profissionais que atuam em áreas pertinentes à formação do discente. As atividades práticas também estão previstas em componentes curriculares do curso, como: estágio supervisionado, atividades complementares, trabalho de conclusão de curso e diversas disciplinas da matriz curricular que contemplam, além dos aspectos teóricos, atividades focadas na prática da comunicação e da gestão dos processos comunicacionais. O Bacharelado em Comunicação Organizacional possui 1300 aulas de atividades práticas, distribuídas da seguinte maneira (tabela 1):

Tabela 1: Carga Horária de Atividades Práticas

Atividade	**Aulas**
Atividades práticas realizadas em sala de aula	1124
Atividades Práticas Supervisionadas (APS)	176
Total de horas-aula	1300

3.10.5 Carga horária de outras atividades

Perfazem um total de 580 horas de atividades de síntese, integração e complementação dos conhecimentos, assim constituídas:

- 400 horas dispensadas ao Estágio Curricular Obrigatório;
- 180 horas para Atividades Complementares.

3.10.6 Carga horária total

A carga horária total do curso é de 3168 aulas (2640 horas), perfazendo com a soma de 180 horas de atividades complementares uma carga horária total de 2.820 horas, cumprindo o exigido nas resoluções CNE/CES nº 2 de 18 de junho de 2007 (publicada no DOU de 19 de junho de 2007) e CNE/CES nº 3 de 02 de julho de 2007 (publicada no DOU de 03 de julho de 2007), assim como as orientações provisórias para elaboração dos projetos de cursos, em função das discussões da Comissão de Graduação designada pela Portaria 768/10 (Diretrizes Curriculares para os Cursos de Graduação) e informações sobre a Instrução Normativa 01/10.

A carga horária total do curso está distribuída conforme consta na tabela a seguir (tabela 2).

Tabela 2: Carga Horária total do Bacharelado

Atividade	**Aulas**	**Horas**
Atividades teóricas do curso	1868	1556,67
Atividades práticas realizadas em sala de aula	1128	940
Atividades Práticas Supervisionadas (APS)	172	143,33
Estágio Curricular Obrigatório	-	400
Atividades Complementares	-	180
Totais	**3.168**	**3220**

3.10.7 Disciplinas por Semestre Letivo / Periodização

O curso foi construído levando-se em consideração toda a experiência do DACEX – Departamento Acadêmico de Comunicação e Expressão e do CTCOM – Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional para a formação e proposta de um bacharelado em Comunicação Organizacional.

O curso foi pensado a partir de quatro grandes eixos: **Linguagem**, composto por disciplinas que se voltam para uma perspectiva linguística e social para qual a organização da língua se dá no processo de interação em que os significados são constituídos por valores históricos, sociais e culturais. Nessa perspectiva língua não é pensada apenas como uma estrutura gramatical, mas sim como uma organização que dá sustentação aos sentidos na

interlocução, desse modo, entram em jogo tanto valores da linguagem verbal quanto da não verbal; **Comunicação**, composto pelas disciplinas que abordam o saber pensar e o saber fazer da prática da comunicação; **Humanas**, formado por disciplinas que abordam uma perspectiva crítica da sociedade e da comunicação, contribuindo com o perfil do egresso e o perfil de profissional constante no PDI da instituição e **Gestão**, que integra as disciplinas de cunho organizacional contribuindo para o entendimento da dinâmica e do funcionamento das múltiplas formas de organização constantes na sociedade contemporânea.

O quadro abaixo apresenta as disciplinas da matriz do curso distribuída de acordo com seus respectivos eixos.

Quadro 1 – Matriz do Curso de acordo com os eixos

Período	1	2	3	4	5	6	7	8
Projeto	Projeto 1 (3)	Projeto 2 (4)	Projeto 3 (4)	Projeto 4 (4)			TCC 1 (4)	TCC 2 (4)
Linguagens	Comunicação Oral e Escrita (2)	Língua e Comunicação (4)	Criação Publicitária (4)	Linguagem Visual 2 (3)	Audiovisual (4)	Análise do Discurso (4)		Tópicos Especiais em Linguagens (4)
		Linguagem Visual 1 (3)	Fotografia (3)	Editoração (3)				
Comunicação	Comunicação Organizacional 1 (4)	Comunicação Organizacional 2 (4)	Comunicação Organizacional 3 (4)	Teoria da Comunicação 1 (3)	Teoria da Comunicação 2 (3)	Cibercultura (4)	Ética e Comunicação (4)	Tópicos Especiais em Comunicação (4)
	Comunicação e Criatividade (3)	Comunicação Mercadológica (3)	Redação Jornalística (4)	Jornalismo Organizacional (3)	Planejamento da Comunicação (4)	Comunicação e Gestão de Crises (4)		
Humanas	Legislação e Comunicação (4)	História da Comunicação no Brasil (4)		Antropologia e Comunicação (4)	História das Idéias no Brasil (4)	Cultura e Sociedade (3)	Psicologia da Comunicação (4)	Crítica Cultural (4)
	Metodologia de Pesquisa (3)					Tecnologia e Sociedade (4)		Tópicos Especiais em Humanidades (4)
Gestão	Gestão Mercadológica (4)'		Pesquisa Mercadológica (3)	Introdução à Economia (4)	Elaboração e Gestão de Projetos (4)		Gestão Estratégica (4)	
			Diagnóstico Organizacional (2)		Organização deEventos (4)	Governança Pública e Corporativa (3)	Gestão do Conhecimento (2)	
Total h/a semanal	23	22	24	24	23	22	18	20

Além das disciplinas que compõem os quatro eixos, existem nos primeiros dois anos do curso as disciplinas de projeto, além das disciplinas de Trabalho de Conclusão de Curso 1 e 2 e Atividades Complementares. Estas compõem os trabalhos de síntese e integração de conhecimento.

O curso foi pensado desta maneira porque compreende-se que a comunicação é complexa, ampla, integradora e baseada na busca do consenso entre a realidade observada e os interesses organizacionais que estão em jogo. Assim, por mais que o curso tenha disciplinas isoladas, há sempre alternativas para a construção do conhecimento dos discentes de maneira holística e não fragmentada.

As tabelas abaixo apresentam a distribuição da carga horária e compõem a estrutura curricular para o curso.

Tabela 3: Disciplinas e quantidade de aulas empregadas ao eixo de Linguagens

Eixos	Disciplinas	Quantidade de aulas			
		AT	AP	APS	TA
Eixo de Linguagem	Comunicação Oral e Escrita	34	00	02	36
	Língua e Comunicação	34	34	04	72
	Linguagem Visual 1	15	36	03	54
	Criação Publicitária	34	34	04	72
	Fotografia	25	26	03	54
	Linguagem Visual 2	15	36	03	54
	Editoração	20	31	03	54
	Audiovisual	18	50	04	72
	Análise do Discurso	50	18	04	72
	Total de aulas	**245**	**265**	**30**	**540**
	Percentual:	**45,4 %**	**49,1 %**	**5,5%**	**100 %**

CONVENÇÃO: AT - Atividade Teórica presencial; AP - Atividade Prática presencial, APS - Atividades Práticas Supervisionadas, TA – Total de aulas.

Tabela 4: Disciplinas e quantidade de aulas empregadas ao eixo de Comunicação

Eixos	Disciplinas	Quantidade de aulas			
		AT	AP	APS	TA
Eixo de Comunicação	Comunicação Organizacional 1	64	04	04	72
	Comunicação e Criatividade	41	10	03	54
	Comunicação Organizacional 2	50	18	04	72
	Comunicação Mercadológica	33	18	03	54
	Comunicação Organizacional 3	50	18	04	72
	Redação Jornalística	34	34	04	72
	Teoria da Comunicação 1	51	00	03	54
	Jornalismo Organizacional	26	25	03	54
	Teoria da comunicação 2	51	00	03	54
	Planejamento da Comunicação	34	34	04	72
	Cibercultura	50	18	04	72
	Comunicação e Gestão de Crises	50	18	04	72
	Ética e Comunicação	68	00	04	72
	Tópicos Especiais em Comunicação	18	50	04	72
	Total de aulas	**602**	**197**	**47**	**846**
	Percentual:	**71%**	**23,5 %**	**5,5%**	**100 %**

CONVENÇÃO: AT - Atividade Teórica presencial; AP - Atividade Prática presencial, APS - Atividades Práticas Supervisionadas, TA – Total de aulas.

Tabela 5: Disciplinas e quantidade de aulas empregadas ao eixo de Humanas

Eixos	Disciplinas	Quantidade de aulas			
		AT	AP	APS	TA
Eixo de Humanas	Legislação e Comunicação	68	00	04	72
	Metodologia da Pesquisa	36	15	03	54
	História da Comunicação no Brasil	68	00	04	72
	Antropologia e Comunicação	48	20	04	72
	História das Ideias no Brasil	58	10	04	72
	Cultura e Sociedade	51	00	03	54
	Tecnologia e Sociedade	68	00	04	72
	Psicologia da Comunicação	68	00	04	72
	Crítica Cultural	50	18	04	72
	Tópicos Especiais em Humanidades	18	50	04	72
	Total de aulas	**515**	**63**	**34**	**612**

	Percentual:	**84%**	**10,5 %**	**5,5%**	**100 %**

CONVENÇÃO: AT - Atividade Teórica presencial; AP - Atividade Prática presencial, APS - Atividades Práticas Supervisionadas, TA – Total de aulas.

Tabela 6: Disciplinas e quantidade de aulas empregadas ao eixo de Gestão

Eixos	Disciplinas	Quantidade de aulas			
		AT	AP	APS	TA
Eixo de Gestão	Gestão Mercadológica	48	20	04	72
	Pesquisa Mercadológica	24	27	03	54
	Diagnóstico Organizacional	16	18	02	36
	Introdução a Economia	38	30	04	72
	Elaboração e Gestão de Projetos	48	20	04	72
	Organização de Eventos	18	50	04	72
	Governança Pública e Corporativa	31	20	03	54
	Gestão Estratégica	34	34	04	72
	Gestão do Conhecimento	34	00	02	36
	Total de aulas	**291**	**219**	**30**	**540**
	Percentual:	**54%**	**40,5 %**	**5,5%**	**100 %**

CONVENÇÃO: AT - Atividade Teórica presencial; AP - Atividade Prática presencial, APS - Atividades Práticas Supervisionadas, TA – Total de aulas.

Tabela 7: Relação de disciplinas optativas e carga horária

Disciplinas Optativas	Quantidade de aulas			
	AT	AP	APS	TA
Tópicos Especiais em Linguagem	18	50	04	72
Tópicos Especiais em Comunicação	18	50	04	72
Tópicos Especiais em Humanidades	18	50	04	72
Total de aulas	**54**	**150**	**12**	**216**
Percentual:	**25%**	**69,5 %**	**5,5%**	**100 %**

CONVENÇÃO: AT - Atividade Teórica presencial; AP - Atividade Prática presencial, APS - Atividades Práticas Supervisionadas, TA – Total de aulas.

Além das disciplinas optativas, existem aquelas denominadas de disciplinas eletivas. A diferença entre as disciplinas optativas e as eletivas é que as optativas constam na matriz curricular e são ofertadas pelo Departamento Acadêmico de Comunicação e Expressão – DACEX. O aluno, para concluir o curso, deverá cursar pelo menos uma das optativas constante na matriz curricular e optar entre as outras optativas

do curso ou ainda elencar entre as disciplinas constantes na tabela abaixo quais são de seu interesse, totalizando no mínimo 124 horas-aula de disciplinas optativas ou optativas e eletivas.

O curso possui 2496 horas de disciplinas obrigatórias. Somando-se a isso, no mínimo, 124 horas de disciplinas optativas ou optativas e eletivas o aluno somará 2620 horas de curso que somadas às atividades complementares dará um total de 2800 horas, mínimo exigido pelas normas institucionais.

Tabela 8: Relação de disciplinas eletivas

Disciplinas Eletivas	Departamento	Quantidade de Aulas			
		AT	AP	APS	TA
Libras I	DACEX	34	00	02	36
Libras II	DACEX	34	00	02	36
História da Arte 1	DADIN	51	00	03	54
Psicologia 1	DADIN	34	00	02	36
Teoria da Cor	DADIN	51	00	03	54
Ilustração 1	DADIN	18	50	04	72
Processos e Produção Gráfica 1	DADIN	18	50	04	72
Semiótica	DADIN	51	00	03	54
Gestão da Produção 1	DADIN	34	00	02	36
Gestão do Design	DADIN	26	25	03	54
Teorias da Administração	DAGEE	64	04	04	72
Filosofia	DAGEE	51	00	03	54
Ética, Profissão e Cidadania	DAGEE	51	00	03	54
Teoria Geral do Estado	DAGEE	51	00	03	54
Teorias Organizacionais	DAGEE	64	04	04	72
Psicologia Organizacional	DAGEE	48	03	03	54
Sociologia	DAGEE	51	00	03	54
Estatística	DAGEE	60	42	06	108
Comportamento Humano nas Organizações	DAGEE	48	03	03	54
Microeconomia	DAGEE	64	04	04	72
Economia Brasileira	DAGEE	32	02	02	36
Instituições de Direito	DAGEE	48	03	03	54
Gestão Estratégica	DAGEE	52	16	04	72
Economia e Políticas Públicas	DAGEE	36	15	03	54
Gestão da Inovação	DAGEE	48	03	03	54
Mercado Financeiro e de Capitais	DAGEE	48	03	03	54
Gestão de Processos	DAGEE	26	25	03	54

Macroeconomia	DAGEE	64	04	04	72
Gestão de Pessoas e Desenv. Interpessoal	DAGEE	36	15	03	54
Negócios Internacionais	DAGEE	48	03	03	54
Gestão de Oportunidades e Novos Negócios	DAGEE	20	14	02	36
Responsabilidade Social e Desenv. Sustentável	DAGEE	48	03	03	54
Direito do Consumidor	DAGEE	51	00	03	54
Informática Instrumental	DAINF	34	34	04	72

A matriz curricular do Bacharelado em Comunicação Organizacional pautou-se pelos princípios pedagógicos que defendem a flexibilidade curricular. Com o objetivo de uma formação integrada, pautada na reflexão como condição indissociável da ação profissional, a matriz conta com maciça participação dos Departamentos Acadêmicos de Gestão e Economia, de Informática, de Matemática e de Estudos Sociais como parceiros do Departamento de Comunicação e Expressão, sendo que cerca de 35% das matérias oferecidas serão regidas por esses departamentos.

As matérias optativas (Tópicos Especiais) buscam oferecer aos alunos a possibilidade de ampliação de conhecimentos em âmbito de ensino, pesquisa e/ou extensão, oferecendo linhas de pesquisa (Linguagem, Comunicação e Humanidades) diversificadas.

Finalmente, a proposta da realização de Projetos (1, 2, 3 e 4), conforme tabela 8, desde o primeiro período visa demonstrar ao aluno a integração entre teoria e prática, assim como apontar uma relação diferenciada entre o professor e o aluno, na qual aquele assumirá a função do orientador, e este poderá desenvolver mais livremente sua capacidade criativa e inovadora. Para isso, também contribuem as disciplinas de TCC 1 e 2.

Tabela 9: Disciplinas e quantidade de aulas empregadas às disciplinas específicas de síntese e integração

Conteúdos	Disciplinas	Quantidade de aulas			
		AT	AP	APS	TA
Disciplinas de Síntese e Integração	Projeto 1	25	26	03	54
	Projeto 2	34	34	04	72
	Projeto 3	34	34	04	72
	Projeto 4	34	34	04	72
	Trabalho de Conclusão de Curso 1	34	34	04	72
	Trabalho de Conclusão de Curso 2	00	72	00	72
	Total de aulas	**161**	**234**	**19**	**414**
	Percentual:	**38,9 %**	**56,5 %**	**4,6 %**	**100 %**

CONVENÇÃO: AT - Atividade Teórica presencial; AP - Atividade Prática presencial, APS - Atividades Práticas Supervisionadas, TA – Total de aulas.

Tabela 10: Totalização da carga horária do Curso

Eixos / Optativas / Síntese e Integração	**Quantidade de aulas**			
	AT	AP	APS	TA
Eixo de Linguagem	245	265	30	540
Eixo de Comunicação	602	197	47	846
Eixo de Humanas	515	63	34	612
Eixo de Gestão	291	219	30	540
Disciplinas Optativas	54	150	12	216
Disciplinas de Síntese e Integração	161	234	19	414
Total de aulas	**1868**	**1128**	**172**	**3.168**
Total de horas	**1556,67**	**940**	**143,33**	**2640**

CONVENÇÃO: AT - Atividade Teórica presencial; AP - Atividade Prática presencial, APS - Atividades Práticas Supervisionadas, TA – Total de aulas.

A carga horária total das disciplinas em horas é obtida a partir da divisão da carga horária total das disciplinas em horas-aula por 1,2. Com isso, respeita-se a carga horária mínima de 2.800 horas prevista nas Diretrizes Curriculares da UTFPR. Ressalta-se que o Ministério da Educação através da resolução nº 2 de 18 de junho de 2007 estipula a carga mínima de 2.700 horas para os cursos de bacharelado em Comunicação Social na modalidade presencial. Considerando, que cabe às universidades definir a estrutura curricular que atenda às demandas locais, regionais e os indicativos nacionais, opta-se pela manutenção dos parâmetros curriculares da UTFPR como guias para a criação do curso em termos de distribuição de atividades, visando à integração dos conhecimentos de modo mais amplo, não limitado ao mínimo previsto em Lei.

Tabela 11: Carga horária dispensada ao trabalho de síntese e integração de conhecimentos

CONTEÚDOS	**Quantidade de horas**
Atividades Complementares	180
Estágio Curricular Obrigatório	400
Total (horas)	**580**

Tabela 12: Carga horária total do Bacharelado em Comunicação Organizacional

EIXOS / CONTEÚDOS	**Quantidade de horas**

Disciplinas dos eixos de Linguagem, Comunicação, Humanas e Gestão	2.640
Atividades Complementares	180
Estágio Curricular Obrigatório	400
Total de horas	**3.220**

Tabela 13: Distribuição das disciplinas do Curso por períodos letivos

PRIMEIRO PERÍODO	**Quantidade de aulas**			
	AT	AP	APS	TA
Projeto 1	25	26	03	54
Comunicação Oral e Escrita	34	00	02	36
Comunicação Organizacional 1	64	04	04	72
Comunicação e Criatividade	41	10	03	54
Legislação e Comunicação	68	00	04	72
Metodologia da Pesquisa	36	15	03	54
Gestão Mercadológica	48	20	04	72
Total de aulas	**316**	**75**	**23**	**414**
SEGUNDO PERÍODO	Quantidade de aulas			
	AT	AP	APS	TA
Projeto 2	34	34	04	72
Língua e Comunicação	34	34	04	72
Linguagem Visual 1	15	36	03	54
Comunicação Organizacional 2	50	18	04	72
Comunicação Mercadológica	33	18	03	54
História da Comunicação no Brasil	68	00	04	72
Total de aulas	**234**	**140**	**22**	**396**
TERCEIRO PERÍODO	**Quantidade de aulas**			
	AT	AP	APS	TA
Projeto 3	34	34	04	72
Criação Publicitária	34	34	04	72
Fotografia	25	26	03	54
Comunicação Organizacional 3	50	18	04	72
Redação Jornalística	34	34	04	72
Pesquisa Mercadológica	24	27	03	54
Diagnóstico Organizacional	16	18	02	36
Total de aulas	**217**	**191**	**24**	**432**

QUARTO PERÍODO	Quantidade de aulas			
	AT	AP	APS	TA
Projeto 4	34	34	04	72
Linguagem Visual 2	15	36	03	54
Editoração	20	31	03	54
Teoria da Comunicação 1	51	00	03	54
Jornalismo Organizacional	26	25	03	54
Antropologia e Comunicação	48	20	04	72
Introdução a Economia	38	30	04	72
Total de aulas	**232**	**176**	**24**	**432**

QUINTO PERÍODO	Quantidade de aulas			
	AT	AP	APS	TA
Audiovisual	18	50	04	72
Teoria da Comunicação 2	51	00	03	54
Planejamento da Comunicação	34	34	04	72
História das Ideias no Brasil	58	10	04	72
Elaboração e Gestão de Projetos	48	20	04	72
Organização de Eventos	18	50	04	72
Total de aulas	**227**	**164**	**23**	**414**

SEXTO PERÍODO	Quantidade de aulas			
	AT	AP	APS	TA
Análise do Discurso	50	18	04	72
Cibercultura	50	18	04	72
Comunicação e Gestão de Crises	50	18	04	72
Cultura e Sociedade	51	00	03	54
Tecnologia e Sociedade	68	00	04	72
Governança Pública e Corporativa	31	20	03	54
Total de aulas	**300**	**74**	**22**	**396**

SÉTIMO PERÍODO	Quantidade de aulas			
	AT	AP	APS	TA
Trabalho de Conclusão de Curso 1	34	34	04	72
Ética e Comunicação	68	00	04	72
Psicologia da Comunicação	68	00	04	72
Gestão Estratégica	34	34	04	72
Gestão do Conhecimento	34	00	02	36

Total de aulas	**238**	**68**	**18**	**324**
OITAVO PERÍODO	**Quantidade de aulas**			
	AT	AP	APS	TA
Trabalho de Conclusão de Curso 2	00	72	00	72
Tópicos Especiais em Linguagem	18	50	04	72
Tópicos Especiais em Comunicação	18	50	04	72
Crítica Cultural	50	18	04	72
Tópicos Especiais em Humanidades	18	50	04	72
Total de aulas	**104**	**240**	**16**	**360**
Total de aulas das disciplinas	**1.868**	**1128**	**172**	**3.168**
Carga horária total das disciplinas (horas)				**2.640**
Estágio Curricular Obrigatório (horas)				**400**
Atividades Complementares (horas)				**180**
Carga horária total (horas)				**3.220**

CONVENÇÃO: AT - Atividade Teórica presencial; AP - Atividade Prática presencial, APS - Atividades Práticas Supervisionadas, TA – Carga horária total.

A carga horária total das disciplinas em horas é obtida a partir da divisão da quantidade de horas-aula por 1.2, conforme Diretrizes Curriculares para os Cursos de Bacharelado e Licenciatura da UTFPR (resoluções nº 112/10 – COEPP, de 29 de novembro de 2010; resolução nº 132/06 – COEPP, de 01 de dezembro de 2006 e alteração: resolução nº 55/07 – COEPP, de 22 de junho de 2007). Somada a carga-horária (em horas) total do Curso com as atividades complementares, sem computar o estágio curricular obrigatório, o Curso terá 2820 horas, cumprindo o mínimo estipulado de 2.800 horas totais para os cursos de bacharelado.

3.11 EMENTÁRIOS E BIBLIOGRAFIA

PERÍODO 1

Projeto 1

Carga Horária: AT(25) AP(26) APS(3) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

Ementa: Introdução ao conceito de comunicação integrada por meio da realização de um projeto interdisciplinar. Integração entre vivência e prática por meio da realização de visitas técnicas e entrevistas com profissionais da área.

Referências Básicas:

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** [2. ed.rev., atual. e ampl.]. São Paulo, SP: Summus, 2003.

SOUSA, Jorge Pedro. **Planificando a comunicação em relações públicas**. Florianópolis: Secco: Letras Contemporâneas, c2004.

CLEMENTE, A. **Projetos Empresariais e Públicos**. São Paulo: Atlas, 1998.

Referências Complementares:

WOILER, S. e MATHIAS, W. F. **Projetos: planejamento, elaboração e análise**. São Paulo: Atlas, 1986.

RABICHINI JR., R.; CARVALHO, M.M. (orgs.) **Gerenciamento de Projetos na prática. Casos brasileiros** 2. São Paulo: Atlas, 2009.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração de projetos:** como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 1997.

VALERIANO, D. L. **Gerenciamento em Projetos: pesquisa, desenvolvimento e engenharia**. São Paulo: Makron Books, 1998.

PRADO, D. **Gerenciamento de Projetos nas Organizações**. Belo Horizonte: Editora EDG, 2003.

Comunicação Oral e Escrita

Carga Horária: AT(52) AP(16) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

A estrutura da apresentação pessoal: a comunicação eficaz, a negociação, as qualidades do orador e o discurso. Comunicação verbal e não-verbal: a voz, a respiração, a expressão fisionômica; a postura, o olhar, as mãos, os gestos. A fala e o discurso de improviso. Estrutura do discurso. Planejamento e elaboração de reuniões e seminários. Redação empresarial: memorando; curriculum; memento; relatório. Emprego da norma culta em trabalhos técnicos.

Referências Básicas:

HINDLE, T. **Como fazer apresentações.** São Paulo: Publifolha, 1999.

MACHADO, A. M. de B. **Você tem medo de falar em público?** São Paulo: Makron, 2001.

FURINI, I. F. **A arte de falar em público:** a oratória em todos os tempos. 2ed. São Paulo:IBRASA, 2004.

Referências Complementares:

FRITZEN, Silvino José. **Exercícios Práticos de Dinâmica de Grupo**. Petrópolis:Editora Vozes, 1984.

GARCIA, Othon M. **Comunicação em Prosa Moderna**. Rio de Janeiro: Editora Fundamentos(FGV), 1996

MEDEIROS, J. B. **Redação Científica: a prática de fechamentos, resumos e resenhas**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PENTEADO, J. R. W. **A Técnica da Comunicação Humana**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

POLITO, R. **Como Falar Corretamente e sem Inibições**. 86ª ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

Comunicação Organizacional 1

Carga Horária: AT(64) AP(04) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Conceito e caracterização de organizações; Investigação sobre a comunicação nas organizações; Mapeamento dos públicos; Comunicação organizacional como função estratégica no gerenciamento de negócios e de relacionamento com os públicos.

Referências Básicas:

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

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2008.

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

Referências Complementares:

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Pesquisa institucional. Diagnóstico organizacional para RelaçõesPúblicas.** São Paulo: Loyola. 1990

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

KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos,** volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009, v. 1.

PERUZZO, Cicília K. **Relações públicas no modo de produção capitalista**. 2ed. São Paulo: Summus, 1986

VOLPI, Alexandre. **Na trilha da excelência: vida de Vera Giangrande, uma lição de relações públicas e encantamento de clientes.** São Paulo: Negócio Editora, 2002.

Comunicação e Criatividade

Carga Horária: AT(20) AP(48) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Conceitos e fundamentos sobre criatividade. O pensamento divergente. A criatividade como elemento central do cotidiano e da comunicação. A manifestação criativa em produtos e dinâmicas culturais. As escolas e pensamentos de arte. Intertextualidade na comunicação. Repertório como conhecimento de estruturas e processos. Processos criativos.

Referências Básicas:

CAPRINO, Monica Pegurer. **Comunicação e inovação**: reflexões contemporâneas. Paullus Editora, 2008.

GOMBRICH, E. H.. **A história da arte**. 15. ed. Rio de Janeiro: Guanabara, c1993.

LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

Referências Complementares:

BARBOSA JÚNIOR, Alberto Lucena. **Arte da animação:** técnica e estética através da história. 2. ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005.

BURTENSHAW, Ken; MAHON, Nik; BARFOOT, Caroline. **Fundamentos de publicidade criativa.** Porto Alegre: Bookman, 2010.

COVALESKI, Rogério. **Publicidade híbrida.** Rogério Covaleski, 2010.

SHIRKY, Clay. **Cultura da participação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio criativo na publicidade.** 2ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

Legislação e Comunicação

Carga Horária: AT(51) AP(00) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

Princípios gerais do direito e noções sobre o ordenamento jurídico brasileiro. Os direitos e deveres individuais e coletivos na Constituição Federal de 1988. A comunicação no exercício da cidadania. Liberdade de expressão x liberdade de imprensa. O direito de resposta e à própria imagem. Tópicos sobre direito do consumidor e direito do trabalho. Tópicos de direito empresarial. Responsabilidade civil e dano. Crimes contra a honra no Código Penal Brasileiro. Noções gerais sobre direitos autorais e proteção à propriedade intelectual. Códigos de ética no campo da comunicação. Ética empresarial. Análise de casos e problemas éticos e legais na comunicação. O direito da comunicação e o direito à comunicação.

Referências Básicas:

BITELLI, Marcos Alberto Sant´Anna**. O direito da Comunicação e da Comunicação Social**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004.

SARAVIA, Paulo Emílio Matos Martins, PIERANTINI, Octavio. **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

SILVA, Alexandre Assunção e. **Liberdade de expressão e crimes de opinião**. São Paulo: Atlas: 2012.

Referências Complementares:

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil.** 37. ed. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2005.

BITTENCOURT, S. **A nova lei do direito autoral brasileira**: Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Rio de Janeiro: Lúmen Juris, 1998.

RAMOS, Murilo Cesar (org). **Políticas da comunicação**: buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007.

SANCHES, H. T. **Legislação autoral.** São Paulo: LTr, 1999.

WACHOWICZ, M. (Coord.). **Propriedade intelectual e internet:** uma perspectiva integrada à sociedade da informação. Curitiba: Juruá, 2002.

Metodologia da Pesquisa

Pré-requisito: Nenhum

Carga Horária: AT(36) AP(15) APS(03) TA(54)

Fundamentos da Metodologia Científica. A ciência e a produção do conhecimento científico. Normas para Elaboração de Trabalhos Acadêmicos. Métodos e técnicas de pesquisa. O pré-projeto e o Projeto de pesquisa. Avaliação de projetos; CEP (comitê de ética em pesquisa); O Experimento. A Comunicação Científica. A organização do texto científico (normas ABNT/UTFPR).

Referências Básicas:

MOREIRA, Herivelto; CALLEFE, Luiz Gonzaga . **Metodologia da Pesquisa para o professor pesquisador**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2008.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2005. (1)

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados.** São Paulo: Atlas, 2002. 282 p. ISBN 85-224-3263-5 (NT)

Referências Complementares:

MAGALHÃES, Gildo. **Introdução à metodologia da pesquisa: caminhos da ciência e tecnologia.** São Paulo: Ática, 2005. (4)

Normas para Elaboração de Trabalhos Acadêmicos.Curitiba: Editora UTFPR, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002. (NT)

OLIVEIRA NETTO, Alvim Antônio de. **Metodologia da pesquisa científica: guia prático para apresentação de trabalhos acadêmicos**. Ed., rev. e atual. São Paulo: Visual Books, 2006. (4)

PÁDUA, Elisabete Matallo Marchesini de. **Metodologia da pesquisa: abordagem teórico-prática.** ed.Campinas, SP: Papirus, 2010.(5)

Gestão Mercadológica

Pré-requisito: Nenhum

Carga Horária: AT(48) AP(20) APS(04) TA(72)

Estratégias de marketing. Introdução a pesquisa de mercado. Publicidade, campanhas e mídias. Administração de produtos, marcas e patentes, design e embalagens. Mercado e sustentabilidade.

Referências Básicas:

KOTLER, P. **Administração de Marketing: a edição do novo milênio.** São Paulo: Prentice-Hall, 2000 (1)

KOTLER, Philip**. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. Futura, 2001 (6)

CHURCHILL JR., Gilbert A. e PETER, J.Paul. **Marketing, criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2000.

Referências Complementares:

BEDBURY, Scott. **O novo mundo das marcas: 8 princípios para a sua marca conquistar a liderança**. Rio de Janeiro: Câmpus, 2002 (NT)

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 7a ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1998 .

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo. Atlas (NT)

GRIFFIN, Abbie. Marketing: as melhores práticas. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ROCHA, Angela, FERREIRA, Jorge Brantes, SILVA, Jorge Ferreira. **Administração de marketing.** Editora: Atlas.

PERÍODO 2

Projeto 2

Carga Horária: AT(34) AP(34) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Resolução de problemas em comunicação através de estudos de caso. Desenvolvimento de soluções em comunicação integrada.

Referências Básicas:

VOLPI, Alexandre. **Na trilha da excelência: vida de Vera Giangrande, uma lição de relações públicas e encantamento de clientes.**São Paulo: Negócio Editora, 2002.

NASSAR, Paulo (org). **Comunicação Empresarial: estratégia de organizações vencedoras**. Vol. 1. São Paulo: Aberje Editorial, 2005.

VIANA, Francisco. **Comunicação Empresarial de A a Z: temas úteis para o cotidiano e o planejamento estratégico**. São Paulo: CLA Editora, 2004.

Referências Complementares:

ARGENTI, Paul A. **Comunicação Empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Gestão estratégica da Comunicação Organizacional**. Santo André: Difusão Editora, 2008.

OGDEN, James R.**Comunicação integrada de marketing**. São Paulo: PrenticeHall do Brasil, 2002.

PERROTTI, Pietrangelo Pasquale,NETO, Cláudio Lammardo,DE CARVALHO, Celso Luiz,GOMES,Castro. **Comunicação Integrada de Marketing:** a teoria na prática. São Paulo: Elsevier, 2011.

TAVARES, M. **Comunicação empresarial e planos de comunicação:** integrando teoria e prática. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Língua e Comunicação

Carga Horária: AT(68) AP(00) APS(4) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Caracterização de linguagem, língua e fala. O conceito de norma e uniformidade; diversidade e adequação; prestígio linguístico e estigmatização. Estrutura morfossintática da língua portuguesa. Regência (nominal e verbal); crase; concordância; verbos irregulares. Produção textual: ênfase em coerência, coesão, pontuação e adequação da linguagem, conhecimento e análise dos manuais jornalísticos de redação.

Referências Básicas:

CUNHA,C.F.**Gramática da língua portuguesa**.9ªed.Rio de Janeiro:FAE,1983.

BECHARA,E.**Lições de Português pela análise sintática**.37 ªed.Rio de Janeiro:Padrão,2009

MOURA, H. M. M. **Significação e contexto**: uma introdução a questões de semântica e pragmática. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2006.

Referências Complementares:

ABAURRE, Maria Luiza. **Gramática, texto, análise e construção de sentido**. volume único.São Paulo: Moderna, 2006.

MACAMBIRA, J. R. **A estrutura morfo-sintática do português:** aplicação do estruturalismo lingüístico. São Paulo: Pioneira Thomson, 1973.

MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. (orgs.). **Introdução à linguística:** domínios e fronteiras. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2006-2009

XAVIER, A. C. **Conversas com lingüista: virtudes e controvérsias da linguística**. São Paulo: Parábola, 2003.

RECTOR, M.; YUNES. E. L. M. **Manual de semântica.** Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 1980.

Linguagem Visual 1

Carga Horária: AT(15) AP(36) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

Estudo da linguagem visual no espaço bi e tridimensional. Estudo de referências teóricas e métodos de trabalho em comunicação visual. Sistematização da experiência visual. A história da arte e os princípios da estética e da noção do belo. A gestalt e a percepção. As cores na mídia e o papel socioantropológico da imagem na contemporaneidade. Introdução à semiótica para leitura de imagens e textos visuais.

Referências Básicas:

DONDIS, D. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papirus, 2002.

GOMES, F. João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. São Paulo: escrituras, 2000.

Referências Complementares:

FRUTIGER, Adrian. **Sinais e símbolos**: desenho, projeto e significado. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

GUIMARAES, Luciano. **A cor como informação**: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2004.

_____. **As cores na mídia**: a organização da cor-informação no jornalismo. São Paulo: Annablume, 2003.

GRUSZYNSKI, Ana. **Design gráfico:** do invisível ao ilegível. Rio de Janeiro, 2002.

OSTROWER, Fayga**. A Sensibilidade do Intelecto**. Rio de Janeiro: Ed. Câmpus, 1998.

Comunicação Organizacional 2

Carga Horária: AT(50) AP(18) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Perspectivas e abordagens da organização. Processos culturais e comunicação interna nas organizações.

Referências Básicas:

PASCALE, Richard T.; ATHOS, Anthony G. **As artes gerenciais japonesas.**Rio de Janeiro: Record, 1982.

DEAL, Terrence E.; KENNEDY, Allan A. **Corporate cultures: the rites and ritual of corporate life.**New York: Basic Books, 2000.

SCHEIN, Edgar H. **Guia de sobrevivência da Cultura Corporativa**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2007.

Referências Complementares:

FREITAS, Maria Ester de. **Cultura organizacional. Identidade, sedução e carisma?.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

HOSFSTEDE, Geert. **Culturas e organizações: compreender a nossa programação mental.** Lisboa: Edições Silabo, 2003.

KOTTER, John e HESKETT, James. **A cultura corporativa e o desempenho empresarial**. Rio de Janeiro: Makron Books, 1992.

NASSAR, Paulo (org). **Comunicação interna: a força das empresas**. Vol.3. São Paulo, Aberje Editorial, 2006.

OUCHI, William G. **Teoria Z: Como as Empresas Podem Enfrentar o Desafio Japonês**. São Paulo, Fundo Educativo Brasileiro, 1982.

Comunicação Mercadológica

Carga Horária: AT(33) AP(18) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

Compreensão do processo de comunicação integrada de marketing e sua relação com o comportamento do consumidor. Uso de ferramentas tais como: merchandising; propaganda; mídia espontânea; publicidade; marketing direto e e-marketing; venda pessoal; promoção de vendas.

Referências Básicas:

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. Futura, 2001.

SHIMP, Terence. **Propaganda e Promoção. Comunicação Integrada de Marketing**. São Paulo: Bookman, 2009.

TAVARES, Mauricio; TAVARES, IONE GOMES. **Planejamento de Comunicação: curso essencial**. São Paulo: Atlas, 2011.

Referências Complementares:

BEDBURY, Scott. **O novo mundo das marcas: 8 princípios para a sua marca conquistar a liderança.** Rio de Janeiro: Câmpus, 2002.

CHURCHILL JR., Gilbert A. e PETER, J.Paul. **Marketing, criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2000.

GRIFFIN, Abbie. **Marketing: as melhores práticas**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

KOTLER, P. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice-Hall, 2000.

OGDEN, James R. **Comunicação integrada de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

História da Comunicação no Brasil

Carga Horária: AT(51) AP(00) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

Contextualização histórica e social da difusão dos meios de comunicação. Estudo dos processos de disseminação de informações e seu impacto na modificação de comportamentos humanos. Análise das expressões da cultura contemporânea através dos meios de comunicação**.**

Referências Básicas:

BOSI, E. **Cultura de massa e cultura popular**: leituras de operárias. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

CALDAS, W. **Cultura de massa e política de comunicações.** 2. ed. São Paulo: Global, 1991.

KUNSCH, M. M. K. **Relações públicas e modernidade:** novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997.

Referências Complementares:

CEVASCO, M. E. **Dez lições sobre estudos culturais.** São Paulo: Biotempo, 2003.

CONTI, M. S. **Notícias do Planalto: A imprensa e Fernando Collor**. Mário Sérgio Conti. São Paulo: Cia das Letras, 2005.

ECO, U. **O super-homem de massa:** retórica e ideologia no romance popular. São Paulo: Perspectiva, 1991.

FREDERICO, M.E.B. **História da Comunicação; Rádio e TV no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005

MATOS, S**. Mídia Controlada: A história da censura no Brasil e no mundo**. São Paulo: Paulus, 2005.

PERÍODO 3

Projeto 3

Carga Horária: AT(34) AP(34) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

A mídia como meio tecnológico portador de conteúdos, portanto, de sistemas simbólicos. O conteúdo da mídia e a adequaçãoou transformação do meio. Confecção de ferramentas de comunicação em diferentes mídias. Caracterização de veículos de comunicação. As mídias no mundo contemporâneo e as Tecnologias da Informação e da Comunicação – TIC. Planejamento de mídia.Interface entre ferramentas de comunicação, veículos e público alvo.

Referências Básicas:

BARBAN, Arnold M. et al. **A essência do planejamento de mídia: um ponto de vista mercadológico**. São Paulo: Nobel, 2001

TAMANAHA, Paulo. **Planejamento de mídia: teoria e experiência**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

NETO, Ângelo F**. Midialização: o poder da mídia**. São Paulo:Nobel, 2006.

Referências Complementares:

KIM, W. Chan, MAUBORGNE, Renée. **A Estratégia do Oceano Azul**. 19ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005

THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade. Petrópolis/RJ, Vozes, 1998.TAHARA, Mizuho. **Contato imediato com mídia**. 4ª ed. São Paulo: Global, 1991.

SANTAELLA, L. **Cultura das Mídias**. 2 ed. São Paulo: Experimento, 1996.

VERONEZZI, José Carlos. **Mídia de A a Z**. São Paulo, Edicon, 2002.

ZENLTER, Herbert. **Gerenciamento de mídia.** São Paulo:Nobel, 2001.

Criação Publicitária

Carga Horária: AT(34) AP(34) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

A equipe de criação dentro da agência de comunicação. A criação dentro da comunicação integrada. Processos de criação publicitária. A criação entre o brief criativo e a realização de peças. Redação e direção de arte. O conceito criativo. A geração de sentidos nos diferentes textos e linguagens. A intertextualidade nos propostas publicitárias. A publicidade como produto cultural.

Referências Básicas:

COVALESKI. Rogério. **Cinema, publicidade, interfaces**. Curitiba: Maxi Editora, 2009.

JOLY, Martine**. Introdução à análise de imagens.** Campinas: Papirus, 1996.

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

Referências Complementares:

BURTENSHAW, Ken; MAHON, Nik; BARFOOT, Caroline. **Fundamentos de publicidade criativa**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

CARRASCOZA, João Anzanello. **A evolução do texto publicitário**. São Paulo, Futura, 2002.

CARRASCOZA, João Anzanello. **Do caos à criação publicitária**. São Paulo: Saraiva, 2008.

DONDIS, Donis.**A Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio criativo na publicidade**. 2ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

Fotografia

Carga Horária: AT(18) AP(50) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

A Linguagem fotográfica e seus elementos. A imagem como elemento de significação. A história da fotografia e seu uso e apropriação nos meios massivos de comunicação. As diferenças da linguagem visual em jornalismo, publicidade, moda e comunicação organizacional. O contato com o trabalho de grandes fotógrafos. A imagem institucional e o mapeamento de necessidades institucionais. Análise de imagens e a discussão da problemática analógico x digital. Técnicas de equipamentos, filmes, iluminação e composição. A execução de produções fotográficas em estúdio e externas.

Referências Básicas:

ADAMS, Ansel. **A cópia**. São Paulo: SENAC, 2000.

DUBOIS, Philippe. **O Ato Fotográfico e Outros Ensaios**. 4ª Ed. Campinas. São Paulo: Papirus, 2001.

KOSSOY, Boris. **Fotografia e História**. Cotia, SP: Atelie, 2009

Referências Complementares:

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. 10. ed. Campinas, SP: Papirus, 2005.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta:** ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

HEDGECOE, John. **O Manual do Fotógrafo**. 5ª Ed. Porto: Porto Editora, 2000.

ROUILLE, André. **A fotografia: entre documento e arte contemporânea.** São Paulo: Ed. SENAC, 2009.

TRIGO, Thales. **Equipamento Fotográfico**: teoria e prática. São Paulo: Editora SENAC, 2003.

Comunicação Organizacional 3

Carga Horária: AT(50) AP(18) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Comunicação em instituições públicas e de terceiro setor. A avaliação do papel da comunicação na elaboração de políticas públicas; sociedade civil organizada; ONG, OSCIP e financiamento; Estado e terceiro setor: conflitos, parcerias e interlocução; a política comunicacional no terceiro setor.

Referências Básicas:

KAY, Patrícia. **O desafio da comunicação nos movimentos sociais**. Suzano: Edições Abreolho, 1999.

COSTA, João Roberto Vieira da Costa. **A comunicação de interesse público: idéias que movem pessoas e fazem um mundo melhor**. São Paulo: Jaboticaba, 2006.

VOLTOLINI, Ricardo (org.) **Terceiro Setor: Planejamento e gestão**. São Paulo: SENAC, 2004

Referências Complementares:

CABRAL, Eloísa Helena de Souza. **Terceiro setor: gestão e controle social**. São Paulo: Saraiva, 2007.

COELHO, Simone de Castro Tavares. **Terceiro setor: um estudo comparado entre Brasil e Estados Unidos**. São Paulo: SENAC, 2002.

GOHN, Maria da Glória. **Teorias dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

PIMENTA, Solange Maria, SARAIVA, Luis Alex Silva e CORREA, Maria Laetitia (orgs). **Terceiro setor: dilemas e polêmicas**. São Paulo: Saraiva, 2006.

QUINTEIRO, Eudosia Acuña (org.) **Um olhar sensível sobre o Terceiro Setor**. São Paulo: Summus, 2006.

Redação Jornalística

Carga Horária: AT(34) AP(34) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Caracterização da produção de textos jornalísticos; Seleção de técnicas de coleta de dados para produção noticiosa; Definição dos diversos gêneros de textos jornalísticos; Redação de notícias.

Referências Básicas:

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo.** São Paulo: Geração Editorial, 2003.

MARCONDES FILHO, C. **Comunicação e jornalismo:** a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker, 2002.

HOHLFELDT, A.; BARBOSA, M. (Org.). **Jornalismo no século XXI:** a cidadania. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

Referências Complementares:

ANDRADE, J. B. **O povo fala:** um cineasta na área de jornalismo da TV brasileira. São Paulo: SENAC, 2002.

LAGE, N. **Linguagem jornalística.** 7. ed. São Paulo: Ática, 2001.

MARCONDES FILHO, C. **Comunicação e jornalismo:** a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker, 2000.

NASCIMENTO, P. C. **Jornalismo em revistas no Brasil:** um estudo das construções discursivas em Veja e Manchete. São Paulo: Annablume, 2002.

NASSIF, L. **O jornalismo dos anos 90.** São Paulo: Futura, 2003.

Pesquisa Mercadológica

Carga Horária: AT(24) AP(27) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

Problemas e abordagem de pesquisa. Tipos e métodos de pesquisa. Instrumentos de pesquisa. Amostragem. Coleta, preparação e análise dos dados. Projeto de pesquisa. Análise e apresentação dos resultados.

Referências Básicas:

MATTAR, Fause Najib.**Pesquisa de Marketing:** edição compacta. 4. ed. – São Paulo: Atlas, 1998.

SAMARA, Beatriz Santos, BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de marketing:** conceitos e metodologia. São Paulo: Pearson , 2000.

MALHOTRA, Naresh K.**Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Referências Complementares:

HAGUE, Paul N.; JACKSON, Peter (Autor). **Faça sua própria pesquisa de mercado**. São Paulo, SP: Nobel, 1997.

SLONGO, Luiz Antônio; LIBERALI, Guilherme. **Marketing de relacionamento: estudos, cases e proposições de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2004.

HAIR, Joseph F. (... [et. al.].). **Fundamentos de pesquisa de marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

AAKER, David A.; KUMAR, V; DAY, George S. **Pesquisa de marketing**. 2. ed. Atlas, 2004.

MCDANIEL, Carl D.; GATES, Roger H. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

Diagnóstico Organizacional

Carga Horária: AT(16) AP(18) APS(02) TA(36)

Pré-requisito: Nenhum

Diagnóstico e a estrutura organizacional, políticas e procedimentos, lideranças, relações organizacionais e desvios de desempenho. Mecanismos de recompensas. Definição, quantificação e mensuração de variáveis de análise organizacional. Elaboração de roteiros e mecanismos de identificação de problemas e de coleta de dados organizacionais. Análise e interpretação de dados. Painel situacional e plano de mudanças organizacionais. Oportunidades de melhoria, matriz de prioridades e de controle.

Referências Básicas:

CHIAVENATTO, I. **Administração, teoria, processo e prática**. 2a ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (Org.). **Handbook de Estudos Organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2006.

LAWRENCE, P. R.; LORSCH, J.W. **O desenvolvimento de organizações:** diagnóstico e ação. São Paulo: Edgard Blücher, 1972.

Referências Complementares:

ADIZES, I. **Os Ciclos de Vida das Organizações**: Como e por que as empresas crescem e morrem e o que fazer a respeito. São Paulo: Pioneira, 1998.

HURST, D. K. **Crise e Renovação**: enfrentando o desafio da mudança organizacional. São Paulo: Futura, 1996.

MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996..

SENGE, Peter M.. **A quinta disciplina**: arte e prática da organização de aprendizagem. 20. ed. São Paulo: Best Seller, 2005.

SINGER, P. **Globalização e desemprego**: diagnóstico e alternativas. 4a ed. São Paulo: Contexto, 2000.

PERÍODO 4

Projeto 4

Carga Horária: AT(34) AP(34) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Desenvolvimento de projetos de comunicação: diagnóstico e pesquisa, contexto teórico-prático, resolução de problemas e proposta de soluções.

Referências Básicas:

GRUNIG, James E; HUNT, Todd. **Managing public relations**. S/l: Wadsworth/Thonson, 1984.

LOIS, George; PITTS, Bill**. Qual a grande ideia? Como vencer com ideias chocantes (que vendem!).** Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1997.

RIES, Al; TROUT, Jack. **Posicionamento: a batalha pela sua mente**. São Paulo: pioneira, 1999.

Referências Complementares:

BARRETO, Evandro. **Abóboras ao vento: tudo o que a gente sabia sobre propaganda mas está esquecendo.** São Paulo: Globo, 1994.

VASCONCELOS, Luciene R. **Planejamento de comunicação integrada. Manual de sobrevivência para as organizações do século XXI**. São Paulo: Summus Editorial, 2009.

OLIVEIRA, Djalma de Pinto Rebouças. **Planejamento estratégico: Conceitos, Metodologias e Práticas.** 23 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, Djalma de Pinto Rebouças. **Estratégia empresarial uma abordagem empreendedora.** SãoPaulo: Atlas, 1998.

TACHIZAWA, Takeshy, **Estratégia empresarial**. São Paulo: Makron Books, 1999.

Linguagem Visual 2

Carga Horária: AT(15) AP(36) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

Formação de uma visão crítica e objetiva do processo de trabalho em comunicação audiovisual. A linguagem no audiovisual. Gêneros do audiovisual: ficcional, jornalismo, documentário, experimental, curta-metragem, publicitário e institucional.As relações entre conteúdo, estética e linguagem.História e tendências do audiovisual no Brasil e no mundo: as diferenças entre linguagem televisiva, videográfica e cinematográfica. A função estética na comunicação audiovisual.

Referências Básicas:

MASCARELLO, Fernando. (Org.). **História do Cinema Mundial**. Campinas: Papirus, 2006.

CABRERA, J. **O cinema pensa – uma introdução à filosofia através do cinema**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

STAM, Robert. **Introdução à teoria do cinema.**Trad. Fernando Mascarello. Campinas: Papirus, 2003.

.Referências Complementares:

ARMES, Roy. **On vídeo – O significado do vídeo nos meios de comunicação**. São Paulo, Summus, 1999.

EISENSTEIN, Sergei. **O sentido do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e Pós-Cinemas**. Campinas: Papirus, 1997.

RODRIGUES, Chris. **O cinema e a produção**. Rio de Janeiro, DPeA/Faperj, 2002.

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

Editoração

Carga Horária: AT(18) AP(50) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Uso de softwares para edição de textos, imagens e apresentações multimídia; Estudo do design editorial e o processo produtivo das publicações.

Referências Básicas:

HORIE, R. M. **Preparação e fechamento de arquivos para birôs:** Windows e Macintosh. São Paulo: Érica, 2003.

VICENTINI, V. **InDesign:** o futuro da editoração eletrônica. São Paulo: Market Books, 1999.

RIBEIRO, M. **Planejamento visual gráfico.** 10. ed. atual. Brasília: Linha Gráfica, 2007.

Referências Complementares:

HORIE, R. M.; VICENTINI, V.; LOPES, A. B. **Utilizando o Adobe Photshop 7.0 em português.** São Paulo: Érica, 2003.

STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso.** Rio de Janeiro: Rio, 2001.

PIETROFORTE, Antonio Vicente. **Semiótica Visual:** os percursos do olhar. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

VICENTINI, V. **InDesign:** o futuro da editoração eletrônica. São Paulo: Market Books, 1999.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer:** noções básicas de planejamento visual. 7 ed. São Paulo: Callis, 1995.

Teoria da Comunicação 1

Carga Horária: AT(51) AP(00) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

Debate sobre os diferentes paradigmas da comunicação: funcionalista-pragmático; teórico-crítico; culturológico; midiático; ação comunicativa. Pós-modernidade e meios de comunicação.

Referências Básicas:

MATTELART, A.; MATTELART, M. **História das teorias da comunicação.** 11. ed. São Paulo: Loyola, 2008.

POLISTCHUKI, I.; TRINTA, A. R. **Teorias da comunicação:** o pensamento e a prática da comunicação social. Rio de Janeiro: Câmpus, 2003.

DOWBOR, L. (org. et al.). **Desafios da comunicação**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

Referências Complementares:

RABAÇA, C. A.; BARBOSA. **Dicionário de comunicação**. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Câmpus, 2002.

PIGNATARI, D. **Informação, linguagem, comunicação**. 25. ed. Cotia, SP: Ateliê, 2002.

MAIGRET, Éric. **Sociologia da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Thompson/ Pioneira, 2002.

Jornalismo Organizacional

Carga Horária: AT(26) AP(25) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

A Assessoria de Imprensa e o papel do assessor. Os diferentes tipos de assessoria em diferentes órgãos, e instituições (públicos e privados). Comunicação interna. O texto de comunicação organizacional. House-organ e os dispositivos midiáticos institucionais. O relacionamento com o assessorado e com a mídia. Media Training. As questões éticas. Produção de press-release. Criação de produtos voltados aos diversos públicos das organizações. Os portais, boletins e newsletters como presença digital e posicionamento organizacional. Estudo de casos.

Referências Básicas:

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 4ª edição, 2011.

SOLIO, Marlene Branca. **Jornalismo organizacional**: produção e recepção. São Paulo: Summus, 2010.

LOPES, Boanerdes (org.). **Jornalismo e relações públicas:** ação e reação. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

Referências Complementares:

ASSAD, Nancy Alberto; PASSADORI, Reinaldo. **Media Training**. Como construir uma comunicação eficaz com a imprensa e a sociedade? São Paulo: Gente, 2009.

BARBERO, Herodoto. **Mídia Training**. Como usar a mídia a seu favor? São Paulo: Saraiva, 2011

LOPES, Boanerdes (org.). **Comunicação empresarial:** transformações e tendências. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.

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

SOLIO, Marlene Branca. **Jornalismo organizacional:** produção e recepção. São Paulo: Summus, 2010.

Antropologia e Comunicação

Carga Horária: AT(48) AP(20) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Fundamentos de teoria antropológica: os conceitos de etnocentrismo e relativismo cultural; a dicotomia natureza-cultura; os sistemas simbólicos e de classificação.Antropologia da comunicação e da mídia. As mídias como instâncias de construção e reprodução de significados, práticas e estruturas sociais. Comunicação e alteridade: a representação das diferenças sociais e culturais na comunicação e na produção midiática.

Referências Básicas:

RODRIGUES, José Carlos. **Antropologia e comunicação: princípios radicais**. São Paulo: Brasiliense,1989.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995

DOUGLAs, Mary e ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos Bens - Para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

Referências Complementares:

BOURDIEU, Pierre.**A Economia das Trocas Linguísticas**. São Paulo: Edusp, 1996.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura, um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.

DAMATTA, Roberto. **Relativizando: uma introdução à Antropologia Social**. Petrópolis: Vozes, 1981.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, Malandros e Heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Para uma antropologia da notícia. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, Vol. XXV, nº 2, julho/dezembro de 2002, pp. 11 - 41.

Introdução à Economia

Pré-requisito: Nenhum

Carga Horária: AT(38) AP(30) APS(04) TA(72)

Introdução à Economia. Estudo dos conceitos de macro e microeconomia. Globalização panorâmica da economia. Panorama da economia atual. Grandes temas econômicos. Sistema de preços. O jogo econômico. Estrutura de mercado. Nova e velha economia. Inflação e impactos. Orientação da atividade econômica. Indicadores econômicos.

Referências Básicas:

MANKIW, N. GREGORY. **Introdução à economia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

EQUIPE DE PROFESSORES DA USP. **Manual de Economia**. São Paulo: Saraiva, 2005.

BLANCHARD, O. **Macroeconomia: Teoria e Política Econômica**. 4 ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil: 2006.

Referências Complementares:

DORNBUSCH, R. e FISHER, S. **Macroeconomia**. 5 ed. São Paulo: Makron Books, 1999.

KRUGMAN, P e OBSTIFELD, M. **Economia Internacional**. 6 ed. São Paulo: Addison Wesley Brasil, 2005.

KUPFER, DAVID, ORG. HASENCLEVER, LIA, org. **Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil**. Rio de Janeiro, RJ : Câmpus, 2002.

PORTER, MICHAEL E. **A vantagem competitiva das nações** / Michael E. Porter ; 7. ed. Rio de Janeiro: Câmpus, 1989.

PINDYCK, R. e RUBINFELD, D. **Microeconomia**. 6 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

PERÍODO 5

Audiovisual

Carga Horária: AT(18) AP(50) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Fotografia

Pré-requisito: Nenhum

Noções de linguagem e técnica de cinema, televisão e vídeo. Etapas da produção cinema/vídeo.Forma e terminologia de roteiro para televisão, cinema e vídeo. Redação de roteiros audiovisuais: tipos e características. Componentes literários na narração de um roteiro. A ideia, a premissa, a sinopse, o argumento e o roteiro. Roteiro técnico. Teoria de edição e montagem de imagens para cinema e vídeo. Relações entre imagens e significado no audiovisual. Estruturação narrativa por meio da montagem. A evolução da narrativa e da história.

Referências Básicas:

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro.** Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

DANCYGER, Ken. **Técnicas de Edição para Cinema e Vídeo**. Rio de Janeiro: Elsevier / Editora Câmpus, 2003.

MOLLETA, Alex. **Criação de curta-metragem em vídeo digital**. São Paulo: Summus, 2009.

Referências Complementares:

AUMONT, Jacques (org.). **A Estética do Filme**. São Paulo: Papirus, 1995.

AUGUSTO, Maria de Fátima. **A montagem cinematográfica e a lógica das imagens**. São Paulo: Annablume, 2004.

EISENSTEIN, Sergei. **A Forma do Filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

JULLIER, Lauent**. Lendo as Imagens do Cinema**. São Paulo, SP: Editora Senac São Paulo, 2009.

SYD, F,**Manual do Roteiro.** Rio de Janeiro: Objetiva,1994.

Teoria da Comunicação 2

Carga Horária: AT(51) AP(00) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

Estudo das relações entre comunicação, tecnologias e temporalidades. Estabelecimento de relações entre as teorias da comunicação e a aplicação prática de métodos e técnicas nas pesquisas da área.

Referências Básicas:

MATTELART, Armand e Michele. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

HABERMAS, J. **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro, 1989.

GOMES, Pedro Gilberto. **Tópicos de teoria da comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

Referências Complementares:

BARBERO, Jesus-Martin. **Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

JAKOBSON, Roman**. Linguística e Comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1995.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 1999.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

Planejamento da Comunicação

Carga Horária: AT(38) AP(30) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Introdução ao planejamento; Diferenciação de planejamento estratégico, tático e operacional; Elaboração de plano de comunicação; Conceitos e objetivos da comunicação organizacional; Controle e avaliação.

Referências Básicas:

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Ed. rev.amp. e atual. São Paulo: Summus, 2003.

LUPPETI, Macelia. **Planejamento de comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. São Paulo: Atlas, 2002.

Referências Complementares:

LIMA, Miguel F. **Gestão de Marketing**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

VALLERIANO, Dalton L. **Gerenciamento estratégico e administração por projetos**. São Paulo: Makron Books, 2001.

GAIO, Sofia. Perspectivas e contribuições das relações públicas na gestão de marcas corporativas. In: Cesca, G. Gimenes (org.) **Relações Públicas e suas interfaces**. São Paulo: Summus, 2006.

PÚBLIO, Marcelo A. **Como planejar e executar uma campanha de propaganda.** São Paulo: Atlas, 2008.

SILVA, Helton H. C. (org) **Planejamento estratégico de marketing**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

História das Ideias no Brasil

Carga Horária: AT(51) AP(00) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

Ideias formadoras do cenário nacional. Movimentos sóciopolíticos brasileiros. Formação das ideias política contemporânea brasileira.

Referências Básicas:

DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

TOBIAS, J. A. **História das ideias no Brasil.** São Paulo: EPU, 1987.

FAORO, R. **Os donos do poder:** formação do patronato político brasileiro. 3. ed. rev. São Paulo: Globo, 2001.

Referências Complementares:

MELLO e SOUZA, Marina de. **África e Brasil africano**. São Paulo: Ática, 2012.

SEVCENKO, N. **Orfeu extático na metrópole:** São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20. São Paulo: Cia. das Letras, 2003.

SKIDMORE, T. E. **Preto no branco:** raça e nacionalidade no pensamento brasileiro. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

CHIAVENATO, J. J. **O golpe de 64 e a ditadura militar.** 7. ed. São Paulo: Moderna, 1997.

WEFFORT, F. C. **O populismo na política brasileira.** 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.

Elaboração e Gestão de Projetos

Carga Horária: AT(48) AP(20) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Análise ambiental a partir de fatores políticos, legais, econômicos, sociais, culturais e concorrenciais para implementação de políticas e agências de comunicação integrada. Aplicação do composto comunicacional. Os usos da comunicação mercadológica, institucional e interna.

Referências Básicas:

CLELAND, D. I.; IRELAND, L. R. **Gerência de Projetos**. Rio de Janeiro: Reichmann e Affonso Editores, 2002.

GALBRAITH, J. R.; LAWLER III, E. E. **Organizando para competir no futuro**. São Paulo: Makron Books, 1995.

KERZNER, H. **Gestão de Projetos: As Melhores Práticas**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

Referências Complementares:

CARVALHO, Marly Monteiro de. **Fundamentos em gestão de projetos:** construindo competências para gerenciar projetos. 3. ed. (revisada e ampliada). São Paulo: Atlas, 2011.

GONÇALVES, Vicente, CAMPOS, Carla dos Santos Meneses. **Gestão de mudanças:** o fator humano na liderança de projetos. Rio de Janeiro: Brasport, 2012.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração de projetos:** como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 1997.

VALERIANO, D. L. **Gerenciamento em Projetos: pesquisa, desenvolvimento e engenharia**. São Paulo: Makron Books, 1998.

PRADO, D. **Gerenciamento de Projetos nas Organizações**. Belo Horizonte: Editora EDG, 2003.

Organização de Eventos

Carga Horária: AT(50) AP(18) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Noções sobre organização de eventos. Histórico e conceituação de diferentes tipos de eventos e/ou cerimônias públicas e privadas (seminários, congressos, semanas de curso, workshops, inaugurações, lançamentos, reuniões, dentre outros). Elaboração de lista de convidados, confecção e emissão de convites. Elaboração de roteiros e composição de mesas. Armas nacionais. Nominatas. Postura ética e física. Noções de etiqueta social e profissional. Recepção de autoridades. Atividades do mestre de cerimônias.

Referências Básicas:

LUKOWER, Ana. **Cerimonial e Protocolo**. São Paulo: Contexto, 2003

PHILIPS, Jack J. MYHILL, Mônica e McDONOUGH, James B**. O Valor Estratégico dos Eventos**. São Paulo: Aleph, 2008

TENAN, Ilka Svissero. **Eventos -** Ilka Paulete Svissero Tenan. São Paulo: Aleph, 2002.

Referências Complementares:

BETTEGA, Maria Lúcia**. Eventos e cerimonial: simplificando ações**. 4 ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2006.

BRITTO, Janaina e FONTES, Nena. **Estratégias para Eventos – Uma ótica do Marketing e do Turismo.** São Paulo: Editora Aleph, 2002.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de Eventos** – Teoria e Prática. São Paulo: Thomson Learning, 2006.

MARTIN, Vanessa. **Manual Prático de Eventos.** Martin Vanessa. São Paulo: Atlas, 2003.

WATT, David C. **Gestão de Eventos em Lazer e Turismo**. Porto Alegre (RS): Editora Bookman, 2004.

PERÍODO 6

Análise do Discurso

Carga Horária: AT(50) AP(18) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Língua e discurso. A heterogeneidade discursiva: intertextualidade e interdiscursividade. Memória discursiva. Sujeito e ideologia. Formação discursiva, formação ideológica e formações imaginárias. O discurso como prática social e as relações de poder. Análise discursiva de textos de comunicação.

Referências Básicas:

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do discurso**. 9ª ed.São Paulo: Edições Loyola, 2003.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. Ed. Campinas: Pontes, 1997.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 5ª ed. Campinas-SP: Pontes, 2003.

Referências Complementares:

ACHARD, Pierre; DAVALLON, Jean; DURAND, Jean-Louis; PÊCHEUX, Michel. **O papel da Memória.** Trad. Jose Horta Nunes. Campinas: Pontes,1999.

BAKHTIN, Mikhail (Volochinov).**Marxismo e Filosofia da Linguagem**.10ª ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

BRANDÃO, Helena H**. Introdução à análise do discurso**. São Paulo, Unicamp, 2004.

CHARADEAU, Patrick**. Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Trad. Cecília Pérez de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.

.

Cibercultura

Carga Horária: AT(18) AP(50) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Midiatização e o atravessamento dos dispositivos. Ciberespaço e Cibercultura: a informação digital e as transformações sociais, políticas, culturais e econômicas. As características da cibercultura. Hipertexto, interface, hipermídia, transmídia e interação. Comunicação digital: caracterização das plataformas e inovações dos serviços online para publicação, compartilhamento e organização em sistemas digitais interativos. A Teoria Ator-rede.

Redes sociais e a participação. Análise crítica das mídias digitais e da fragmentação social. Utilização dos meios digitais em contextos de comunicação organizacional.

Referências Básicas:

JOHNSON, S**. Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2004.

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

Referências Complementares:

CHOMSKY, N. **New horizons in the study of language and mind**. Cambridge University Press, 2000.

LEVY, Pierre**. Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Cambridge: MIT Press, 2002.

PLAZA, J.; TAVARES, M. **Processos Criativos Com os Meios Eletrônicos: Poéticas Digitais.** São Paulo: Hucitec, 1998.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade.** São Paulo: Paulus, 2008.

Comunicação e Gestão de Crises

Carga Horária: AT(38) AP(30) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Conceito e tipos de crise. Discussão sobre crise de imagem e comunicação organizacional. Prevenção da crise: aspectos e ações da gestão e da comunicação.

Referências Básicas:

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

ROSA, Mário. **A era do escândalo: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem.** São Paulo: Geração Editorial, 2004.

SUSSKIND, Lawrence; FIELD, Patrick. **Em crise com a opinião pública.** São Paulo: Futura, 1997.

Referências Complementares:

AUGUSTINE, Norman R. **Como lidar com as crises – Os segredos para prevenir e solucionar situações críticas.** Rio de Janeiro, Elsevier, 2009.

LIKERT, Rensis; LIKERT, Jane Gibson. **Administração de conflitos: novas abordagens.** São Paulo: McGraw-Hill, 1980.

PAULA JÚNIOR, Odino Marcondes de. **Como chegar à excelência em negociação:** administrando os conflitos de forma efetiva para que todos ganhem. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

THOMPSON, J.B. **O escândalo político – poder e visibilidade na era da mídia**.Petrópolis: Vozes, 2002.

WEISS, Donald H. **Como resolver ou evitar conflitos no trabalho.** São Paulo: Nobel, 1994.

Cultura e Sociedade

Carga Horária: AT(26) AP(25) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

Discussão sobre o que é cultura e sociedade. Análise dos múltiplos discursos culturais. Interface entre cultura e contracultura. Levantamento crítico da formação das relações socioculturais brasileiras.

Referências básicas:

HALL, Stuart. **A identidade Cultural na pós-modernidade**. Rio de janeiro: DPeA, 2004.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

TEIXEIRA, Coelho. **A cultura e seu contrário.** São Paulo: Iluminuras, 2008.

Referências Complementares:

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2001.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica. Arte e Política.** São Paulo: Brasiliense, 1994.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas.** São Paulo: Edusp, 2008.

HALL, Stuart. **Representation: cultural representations and signifying practices.** London. Sage Publications, 1997.

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

Tecnologia e Sociedade

Carga Horária: AT(68) AP(04) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Compreender a multiplicidade histórico-discursiva em torno do conceito(s) de tecnologia(s). Refletir sobre as tecnologias da comunicação no contexto mundial e brasileiro. Conhecer a história das tecnologias da comunicação no Brasil. Conhecer e refletir sobre as diferentes inter-relações entre tecnologia e universo do trabalho na área de comunicação. Interpretar a intenção, autonomia e sujeição na produção de saber tecnológico. Usar a tecnologia de modo ético no universo da comunicação.

Referências Básicas:

ANTUNES, R. L. C. **Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**.São Paulo: Boitempo, 2003.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 14.ed. São Paulo: Loyola, 2005.

GORZ, A. (Org.). **Crítica da divisão do trabalho**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, c1996.

Referências Complementares:

CASTRO, Celso A. P. de. **Sociologia geral.** São Paulo: Atlas, 2000.

FERREIRA, Delson. Manual de sociologia: dos clássicos à sociedade da informação. São Paulo: Atlas, 2001.

GIDENS, Anthony**. Mundo em descontrole / o que a globalização está fazendo de nós.** Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

WOOD, E. M.; FOSTER, J. B. (Org.). **Em defesa da história: marxismo e pós-modernismo**. Riode Janeiro: Zahar, 1999.

VIDAL, D. G. **Técnica e sociedade no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1994.

Governança Pública e Corporativa

Carga Horária: AT(39) AP(12) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

Aspectos básicos da governança corporativa. Teorias relacionadas a governança corporativa. Princípios de governança. Governança corporativa no Brasil. Governança pública: aspectos gerais, tendências teorias na gestão

pública. Governança e governabilidade. Transparência e prestação de contas. Governança na gestão pública brasileira. Identificar as diferentes formas de políticas de comunicação da informação das organizações. Comunicação no governo. Marketing político. Relações públicas governamentais.

Referências Básicas:

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de gestão pública contemporânea**. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVEIRA, Alexandre Di Miceli da. **Governança corporativa - desempenho e valor da empresa no Brasil.**São Paulo: Editora Saint Paul, 2006.

SLOMSKI, Valor et al. **Governança corporativa e governança na gestão pública**. São Paulo: Atlas, 2008.

Referências Complementares:

IBGC – **Instituto Brasileiro de Governança Corporativa**. Disponível em < http://www.ibgc.org.br>. Acesso em: 18 jul. 2002

MARTINS, Humberto Falcão; VILHENA, Renata e MARINI, Caio (org**.) O choque de gestão em Minas Gerais.**Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

ROCHA NETO, Ivan. **Gestão de organizações:** pensamento científico, inovação, ciência e tecnologia, autoorganização, complexidade e caos, ética. São Paulo: Atlas, 2003

SARAVIA, Enrique. Introdução à teoria da política pública. IN: SARAVIA, Enrique; FERRAREZI, Elisabete. Políticas Públicas: coletânea. Brasília: ENAP, 2006, p. 21-45. SECCHI, Leonardo. **Modelos organizacionais e reformas da administração pública.** Rev. Adm. Pública, Rio de Janeiro, v. 43, n. 2, Apr. 2009 . Available from . access on 28 Mar. 2010.

SLOMSKI, Valmor. **Controladoria e governança na gestão pública**. São Paulo: Atlas, 2005.

PERÍODO 7

TCC 1 (4)

Carga Horária: AT(48) AP(24) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Estar cursando o quinto período do curso.

Elaboração de proposta de trabalho científico. Coleta e análise de dados. Desenvolvimento do trabalho proposto. Redação do trabalho.

Referências Básicas:

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 6. ed. SãoPaulo: Atlas, 2005.

MAGALHÃES, G. **Introdução à metodologia da pesquisa: caminhos da ciência e tecnologia.**São Paulo: Ática, 2005.

MACHADO, A. M. (Coord.). **Planejar gêneros acadêmicos**. 3. ed. São Paulo: Parábola, 2008.

Referências Complementares:

ABRAHAMSOHN, Paulo A. **Redação Científica**. SP: Guanabara-Koogan, 2004.

MAGALHÃES, Gildo. **Introdução à metodologia da pesquisa: caminhos da ciência e tecnologia.** São Paulo:Ática, 2005.

MEDEIROS, Joao Bosco. **Comunicação Científica - Normas Técnicas para Redação Científica**. SP: Atlas, 2008

OLIVEIRA NETTO, Alvim Antônio de. **Metodologia da pesquisa científica: guia prático para apresentação de trabalhos acadêmicos**. 2. ed., rev. e atual. São Paulo: Visual Books, 2006.

PÁDUA, Elisabete Matallo Marchesini de. **Metodologia da pesquisa: abordagem teórico-prática**. 16. ed.Campinas, SP: Papirus, 2010.

Ética e Comunicação

Carga Horária: AT(68) AP(00) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Ética e mundo virtual. Ética e linguagem. Meios de comunicação de massa e informação ética. Convenções internacionais de ética na comunicação de que o Brasil participa. Ética e diversidade cultural. Ética e gênero. Ética no cenário globalizado. Ética na comunicação empresarial e institucional. Ética no ambiente de trabalho.

Referências Básicas:

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia.** São Paulo: Ática, 1995.

LEISINGER, Klaus; SCHMITT, Karin. **Ética empresarial: responsabilidade global e gerenciamento moderno.** Petrópolis: Vozes, 2002.

SROUR, Robert Henry. **Poder, cultura e ética nas organizações**. Rio de Janeiro: Câmpus, 1998.

Referências Complementares:

ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo.** São Paulo: Companhia das letras, 2005.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa.** São Paulo; companhia das Letras, 2004.

BUCCI, Eugênio. **Em Brasília, 19 horas: aguerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo LULA**. São Paulo: Record, 2008.

DUARTE, Jorge(org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. 2ª Ed. 5.reimp. São Paulo: Atlas, 2008.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia: uma moral provisória**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

Psicologia da Comunicação (4)

Carga Horária: AT(51) AP(00) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

Teoria da neurose e da sexualidade. Psicanálise como teoria e método terapêutico. Expressão verbal e resolução de conflitos. A dinâmica das relações humanas vista sob a perspectiva psicanalítica. Psicanálise, Antropologia e Publicidade. Teoria da libido. Desenvolvimento humano. Relações entre inconsciente coletivo e formação da consciência. A dinâmica das relações humanas vista sob a perspectiva analítica. Psicologia Analítica e Antropologia. Psicologia Analítica e programas de Televisão.

Referências Básicas:

GOLEMAN, D. **Inteligência emocional: por que ela pode ser mais importante que o QI?** Rio deJaneiro: Objetiva, 1995.

OSTROWER, F. **Criatividade e processos de criação**. 19. ed. Petrópolis, RJ : Vozes, 2005.

RAY, M. **Criatividade nos negócios**. Rio de Janeiro: Record, 1996.

Referências Complementares:

BION. **Experiências com grupos: os fundamentos da psicoterapia de grupo**. Rio: Imago, 1975.

FARINA, M. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 4. ed. SãoPaulo: E. Blücher, 1990.

FADIMAN, J.; FRAGER, R**. Teorias da personalidade**. São Paulo:HARBRA, 2002.

ROS e GOUVEIA**. Psicologia social dos valores humanos: desenvolvimentos teóricos, metodológicos e aplicados**. SP: Senac, 2006.

SKINNER. **Ciência e comportamento humano.** São Paulo: Martins Fontes, 1998. Jornal: Valor Econômico.

Gestão Estratégica (4)

Carga Horária: AT(34) AP(34) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Estratégias e vantagem competitiva. Cadeia de valor. Posicionamento estratégico. Diversificação, fusões e aquisições. Firmas e quase-firmas. Estrutura-Conduta-Desempenho. Estratégias de inovação. Concorrência neo-schumpeteriana.

Referências Básicas:

BETHLEM, Agrícola de Souza.**Estratégia empresarial**. São Paulo: Atlas, 2001.

HITT, Michael A.; IRELAND, R.Duane; HOSKISSON, Robert E. **Administração Estratégica**.7a. ed. São Paulo: Thomson Learning, 2008.

PORTER, E. Michael. **Estratégia competitiva**. Rio de janeiro: Câmpus, 2000.

Referências Complementares:

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia. **Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil.**3ª. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

OLIVEIRA, Djalma de Pinto Rebouças. **Planejamento estratégico: Conceitos, Metodologias e Práticas.** 23 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, Djalma de Pinto Rebouças. **Estratégia empresarial uma abordagem empreendedora.** SãoPaulo: Atlas, 1998.

TACHIZAWA, Takeshy, **Estratégia empresarial**. São Paulo: Makron Books, 1999.

Gestão do Conhecimento

Carga Horária: AT(34) AP(00) APS(02) TA(36)

Pré-requisito: Nenhum

Noção de Trabalho nas Organizações; A relação entre tecnologia e trabalho; Fundamentos da Gestão do Conhecimento; Aprendizagem nas Organizações; Noção de Competências; Tipos de competências: individuais, gerenciais e organizacionais; Gestão de Competências; Culturas e Valores Organizacionais na Gestão do Conhecimento; Capital Intelectual e Gestão de Competências; Inteligência Organizacional e competitividade.

Referências Básicas:

TERRA, José Cláudio. **Gestão do Conhecimento. O Grande desafio empresarial**. Rio de Janeiro. Câmpus,2005.

NONAKA, Ikujiro e TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa. Como as empresas japonesas geram dinâmica de inovação**. Rio de Janeiro. Câmpus, 1997.

DAVENPORT, Thomas H. e PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial. Como as organizações gerenciam o seu capital intelectual.** Rio de Janeiro. Câmpus, 1998.

Referências Complementares:

CARVALHO, Gilberto de Abreu Sodré. **A nova empresa na era da concorrência e da gestão do conhecimento.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

DE SORDI, José Osvaldo. **Administração da informação: fundamentos e práticas para uma nova gestão do conhecimento.** São Paulo: Saraiva, 2008.

ROSINI, Alessandro Marco, PALMISANO, Angelo. **Administração de sistemas de informação e a gestão do conhecimento.** São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2006.

SENGE, Peter M.**A quinta disciplina: arte e prática da organização de aprendizagem**. 20. ed. São Paulo: BestSeller, 2005.

SINGER, P. **Globalização e desemprego: diagnóstico e alternativas**. 4a ed. São Paulo: Contexto, 2000.

PERÍODO 8

TCC 2

Carga Horária: AT(00) AP(72) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Trabalho de Conclusão de Curso I

Elaboração de proposta de trabalho científico. Coleta e análise de dados. Desenvolvimento do trabalho proposto. Redação do trabalho.

Tópicos Especiais em Linguagens (4)

Carga Horária: AT(18) AP(50) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Estudos em Linguagens associados aos processos organizacionais**.** Formação de uma visão crítica dos discursos (entendendo-os em suas diferentes materialidades: imagéticas, sonoras, verbais, digitais, etc.) e práticas de gestão. Relações de poder constitutivas da vida social e organizacional mediadas pela linguagem. Discursos organizacionais. Identidade e representações organizacionais.

Referências Básicas:

JAKOBSON, Roman**. Lingüística e Comunicação**. São Paulo, Cultrix.

KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos,** volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009, v. 1

PIGNATARI, D. **Informação, linguagem, comunicação**. 25. ed. Cotia, SP: Ateliê, 2002.

Referências Complementares:

CHARADEAU, Patrick**. Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

CLEGG, S. Poder, linguagem e ação nas organizações. In: CHANLAT, J. **O Indivíduo na Organização:Dimensões Esquecidas.** 3 ed. São Paulo: Atlas. v.1, p. 47-66, 1996.

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

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papirus, 2002.

MOURA, H. M. M. **Significação e contexto**: uma introdução a questões de semântica e pragmática. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2006.

Tópicos Especiais em Comunicação (4)

Carga Horária: AT(18) AP(50) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Estudos em Comunicação associados aos processos organizacionais. Comunicação empresarial, institucional, corporativa e organizacional. Auditoria da comunicação. Diagnóstico, pesquisa, implementação, controle e avaliação da comunicação. Comunicação integrada ao processo de gestão organizacional.

Referências básicas

ARGENTI, Paul A. **Comunicação Empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

TAVARES, M. **Comunicação empresarial e planos de comunicação:** integrando teoria e prática. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VASCONCELOS, Luciene R. **Planejamento de comunicação integrada. Manual de sobrevivência para as organizações do século XXI**. São Paulo: Summus Editorial, 2009.

Referências complementares

CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (Org.). **Handbook de Estudos Organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2006.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Ed. rev.amp. e atual. São Paulo: Summus, 2003.

LUPPETI, Macelia. **Planejamento de comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. São Paulo: Atlas, 2002.

CLELAND, D. I.; IRELAND, L. R. **Gerência de Projetos**. Rio de Janeiro: Reichmann eAffonso Editores, 2002.

Crítica Cultural (4)

Carga Horária: AT(20) AP(31) APS(03) TA(54)

Pré-requisito: Nenhum

O que é crítica. Panorama da crítica cultural brasileira. Princípios de análise crítica. Critica cultural como objeto de conscientização e problematização sociopolítica.

Referências Básicas:

BHABHA, Homi K**. O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura.** São Paulo: Ed. Unesp, 2005.

SAID, Edward W. **Cultura e imperialismo.** São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

Referências Complementares:

CASTRO, G.; GALENO, A. (Org.). **Jornalismo e literatura: a sedução da palavra**. São Paulo: Escrituras, 2002.

COELHO, Marcelo. **Crítica Cultural: Teoria e Prática.** São Paulo: Publifolha, 2005.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de. **Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

MARTINS, W. **A crítica literária no Brasil**. 3. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves; Imprensa Oficial do Estado do Paraná, 2002. 2 v.

PIZA, D. **Jornalismo cultural**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

Tópicos Especiais em Humanidades (4)

Carga Horária: AT(18) AP(50) APS(04) TA(72)

Pré-requisito: Nenhum

Estudos em Humanidades associados aos processos organizacionais. Perspectiva crítica da sociedade e da comunicação. As mídias como instâncias de construção e reprodução de significados, práticas e estruturas sociais. Formação das ideias políticas na contemporaneidade. Desenvolvimento de uma visão crítica dos elementos

constitutivos do vínculo imanente indivíduo-organizações-sociedade. Pensamento sobre a estratégiados indivíduos e organizações.

Referências Básicas:

CALDAS, W. **Cultura de massa e política de comunicações.** 2. ed. São Paulo: Global, 1991.

MARCUSE, H. **Cultura e sociedade.** 2. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2006.

PORTER, E. Michael. **Estratégia competitiva**. Rio de janeiro: Campus, 2000.

Referências Complementares:

ARGENTI, Paul A. **Comunicação Empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995

DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

SANTOS, J. L. dos. **O que é cultura.** São Paulo: Brasiliense, 1996.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. São Paulo: Atlas, 2002.

4 ADMINISTRAÇÃO DO CURSO

4.1 COORDENAÇÃO DO CURSO

A Coordenação do Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional é exercida por um docente do Departamento Acadêmico de Comunicação e Expressão - DACEX, contratado em regime de tempo integral, com grande experiência no ensino superior, designado pela Direção. O Coordenador de Curso é entendido no âmbito da Universidade como Gestor Pedagógico, do qual se espera o compromisso com o investimento na melhoria da qualidade do curso, analisando as dimensões didáticas, pedagógicas, administrativas e políticas, mediante o exercício da liderança ética, democrática e inclusiva, que se materialize em ações propositivas e proativas. Ao Coordenador de Curso são atribuídos também os seguintes encargos:

- zelar pelo cumprimento das competências da Coordenação de Cursos e Programas;
- zelar pelo cumprimento das instruções e regulamentos institucionais;
- assegurar o cumprimento dos planos curriculares e do regime didático dos cursos e programas;
- representar o curso ou programa em eventos e reuniões;
- participar do processo de seleção de professores;
- avaliar o desempenho dos professores;
- supervisionar o desempenho didático-pedagógico, em sala de aula, dos professores dos cursos ou programas;
- orientar os professores e líderes de grupo de disciplinas quanto ao perfil e objetivos a serem alcançados pelo curso ou programa;
- incentivar a proposição de projetos de pesquisas pelos professores;
- realizar reuniões regulares com os alunos;
- autorizar a execução de material didático para uso no curso ou programa;
- participar do processo de matrícula discente;
- emitir parecer nos requerimentos acadêmicos que envolvam análise de conteúdos curriculares;
- divulgar as atividades e resultados dos cursos e programas.

4.2 COLEGIADO DO CURSO

O Colegiado de Curso é um órgão consultivo do Curso para os assuntos de política de ensino, pesquisa e extensão em conformidade com as diretrizes da UTFPR. O Colegiado

de Curso do CTCOM conforme Resolução nº 015/2012 – COGEP de 22 de maio de 2012 é constituído:

- do Coordenador do Curso como presidente;
- do professor responsável pela atividade de estágio;
- do professor responsável pelo trabalho de conclusão de curso;
- do professor responsável pelas atividades complementares;
- de docentes eleitos pelos seus pares e seus respectivos suplentes que ministrem aulas ou tenham atividades relacionadas com as áreas específicas do curso de acordo com regras definidas por cada Coordenação no regulamento de eleição;
- deno mínimo 1 (um) representante discente regularmente matriculado no curso, com seu respectivo suplente, indicado pelo órgão representativo dos alunos do curso, e na ausência deste, pelo coordenador do curso.

O mandato dos membros eleitos do Colegiado doCurso terá duração de dois anos. Compete ao Colegiado dos Cursos (Art. 4º, Processo nº 006/12 - COGEP):

I. Analisar e emitir parecer sobre os planos de ensino das disciplinas do curso;

II. Propor os critérios para afastamento e licença dos docentes nas áreas específicas do curso, quando não houver Conselho Departamental, respeitadas as regras existentes na instituição;

III. Propor aos Órgãos Superiores da Instituição o estabelecimento de convênios de cooperação técnica e científica com instituições afins com a finalidade de desenvolvimento e capacitação no âmbito do curso;

IV. Auxiliar a Coordenação de Curso na implantação e execução do Projeto Pedagógico de Curso (PPC);

V. Dar suporte à Coordenação de Curso na tomada de decisões relacionadas às atribuições desta, sempre que solicitado;

VI. Propor e apoiar a promoção de eventos acadêmicos do curso;

VII. Auxiliar a Coordenação de Curso nas avaliações relacionadas aos processos de regulação do curso;

VIII. Auxiliar a Coordenação de Curso na definição das áreas de contratação de docentes do curso;

IX. Acompanhar e orientar os docentes do curso nas questões didático-pedagógicas;

X. Auxiliar a Coordenação de Curso no planejamento de ensino;

XI. Elaborar a lista tríplice de indicação da Coordenação de Curso;

XII. Indicar os membros do NDE;

XIII. Propor, à Coordenação de Curso, procedimentos e pontuação para avaliação de Atividades Complementares.

XIV. Propor os procedimentos referentes ao Evento de Avaliação de Estágio Curricular Obrigatório.

XV. Encaminhar as propostas de alterações no Projeto Pedagógico do Curso aos conselhos superiores da UTFPR.

4.3 NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE

O NDE é um órgão consultivo da coordenação de curso, responsável pelo processo de concepção, consolidação e contínua atualização do Projeto Pedagógico do Curso (Art. 2º Resolução nº 009/12-COGEP). Além disso, terá a seguinte constituição:

I. A Coordenação de Curso, como seu presidente;

II. No mínimo de 5 docentes pertencentes ao corpo docente do curso, preferencialmente garantindo-se a representatividade das áreas do curso e de docentes que participaram do projeto do curso, desde que pelo menos 60% dos membros do NDE tenham titulação acadêmica obtida em programas de pós-graduação stricto sensu, dando preferência para aqueles portadores do título de doutor, quando houver e todos os membros devem ter regime de trabalho de tempo integral.

4.4 CONSELHO DEPARTAMENTAL

O Conselho Departamental do DACEX foi instituído oficialmente em março de 2011. De acordo com seu regulamento (anexo 1), é um órgão deliberativo e consultivo do Departamento Acadêmico de Comunicação e Expressão, que trata das questões relativas ao Departamento. Segundo a resolução 073/12 – COGEP, em seu artigo 1º “é um órgão propositivo, no âmbito de cada Departamento Acadêmico, responsável por assessorar administrativamente a chefia de departamento”.

4.5 DESCRIÇÃO E QUALIFICAÇÃO DO CORPO DOCENTE

Concebido a partir da experiência e do conhecimento gerado pelo Departamento de Comunicação e Expressão – DACEX, por meio do Curso de Tecnologia em Comunicação Empresarial e Institucional, o Bacharelado em Comunicação Organizacional é uma evolução e consequência natural de um processo de amadurecimento e busca de novas interfaces com a pesquisa e a extensão que são mais possibilitadas em um bacharelado.

Como o corpo docente do curso tecnológico, em sua grande maioria, se manteve no departamento, a prerrogativa do aprofundamento do estudo da comunicação humana por meio da linguagem foi mantida. Além disso, novos professores de áreas específicas da comunicação foram contratados e vieram somar esforços na elaboração de um currículo mais amplo e com o surgimento de novas linhas de pesquisa.

A tabela 14 apresenta a relação de professores efetivos vinculados ao Departamento Acadêmico.

Tabela14 – Professores Efetivos do Departamento

Docente	Graduação	Titulação	Regime de Trabalho
Adao De Araújo	Letras	Mestre	20 horas
Adriana Cabral dos Santos	Letras / Direito	Mestre	D.E.
Ana Paula da Rosa	Jornalismo	Doutora	D.E.
Ângela M. Rubel Fanini	Letras	Doutora	D.E.
Anuschka Reichmann Lemos	Publicidade/ Propaganda	Mestre	D.E.
Arnaldo Sbalqueiro	Letras	Doutor	D.E.
Andreia De Fatima R.Gomes	Letras	Doutora	D.E.
Camilo Catto	Relações Públicas	Doutor	D.E.
Carolina F. da Silva Mandaji	Jornalismo	Doutora	D.E.
Gustavo Silveira Ribeiro	Letras	Doutor	D.E.
Wilton Fred Cardoso De Oliveira	Letras	Doutor	D.E.
Janete Terezinha Fidalski	Letras	Mestre	D.E.
João Augusto Moliani	Jornalismo	Mestre	D.E.
Joscely Maria Bassetto Galera	Pedagogia	Doutora	D.E.
Juarez Poletto	Letras	Doutor	D.E.
Luciana Pereira Da Silva	Letras	Doutora	D.E.
Marcelo Fernando de Lima	Letras / Jornalismo/	Doutor	D.E.
Marcelo Stein De Lima Sousa	Letras	Mestre	D.E.
Marcio Matiassi Cantarin	Letras	Doutor	D.E.
Maria de Lourdes R. Remenche	Letras	Doutora	D.E.
Maurini De Souza Alves Pereira	Letras / Jornalismo	Doutora	D.E.

Naira De Almeida Nascimento	Letras	Doutora	D.E.
Noemi H. Brandao de Perdigão	Letras	Mestre	D.E.
Nívea Rohling da Silva	Letras	Doutora	D.E.
Paula Ávila Nunes	Letras	Doutora	D.E.
Paulo Juarez Rueda Strogenski	Letras	Doutor	D.E.
Roberlei Alves Bertucci	Letras	Doutor	D.E.
Rogerio Caetano de Almeida	Letras	Doutor	D.E.
Rossana Aparecida Finau	Letras	Doutora	D.E.
Selma Suely Teixeira	Letras	Mestre	D.E.
Silvino Iagher	Letras	Mestre	D.E.
Sindia Rosa Ballen Da Silva	Letras	Mestre	D.E.
Valeria Oliveira Santos	Relações Públicas	Mestre	D.E.
Zama Caixeta Nascentes	Psicologia	Mestre	D.E.

Tabela 15 – Percentual dos professores do DACEX, de acordo com o nível de formação acadêmica

Doutores	61%
Mestres	39%
Especialistas	0%

4.6 PROFESSORES X DISCIPLINAS

A tabela abaixo mostra a distribuição das disciplinas e os respectivos docentes do Departamento e de outros departamentos da UTFPR.

Tabela 16 – QUADRO PROFESSORES X DISCIPLINAS

	Disciplinas	Professores
Primeiro Período	Projeto 1	Marcelo Stein
	Comunicação Oral e Escrita	Silvino Iagher
	Comunicação Organizacional 1	Camilo Catto
	Comunicação e Criatividade	Anuschka Lemos
	Legislação e Comunicação	Ana Paula da Rosa
	Metodologia da Pesquisa	DEPED
	Gestão Mercadológica	Camilo Catto
Segundo Período	Projeto 2	Valéria Oliveira Santos
	Língua e Comunicação	Arnaldo Sbalqueiro
	Linguagem Visual 1	Ana Paula da Rosa
	Comunicação Organizacional 2	João Augusto Moliani
	Comunicação Mercadológica	Camilo Catto
	História da Comunicação no Brasil	Maurini de Souza
Terceiro Período	Projeto 3	Carolina Fernandes Mandaji
	Criação Publicitária	Anuschka R. Lemos
	Fotografia	Ana Paula da Rosa
	Comunicação Organizacional 3	Camilo Catto
	Redação Jornalística	Marcelo Fernando de Lima
	Pesquisa Mercadológica	Valéria Oliveira Santos
	Diagnóstico Organizacional	DAGEE
Quarto Período	Projeto 4	Ana Paula da Rosa
	Linguagem Visual 2	Carolina Fernandes Mandaji
	Editoração	Anuschka R. Lemos
	Teoria da Comunicação 1	Marcelo Fernando de Lima
	Jornalismo Organizacional	João Augusto Moliani
	Antropologia e Comunicação	Valéria Oliveira Santos
	Introdução a Economia	DAGEE
Quinto Período	Audiovisual	Carolina Fernandes Mandaji
	Teoria da Comunicação 2	Marcelo Fernando de Lima
	Planejamento da Comunicação	Valéria Oliveira Santos
	História das Ideias no Brasil	Marcelo Fernando de Lima
	Elaboração e Gestão de Projetos	DAGEE
	Organização de Eventos	João Augusto Moliani
Sexto	Análise do Discurso	Carolina Fernandes Mandaji
	Cibercultura	Marcelo Stein

	Comunicação e Gestão de Crises	Zama Caixeta
	Cultura e Sociedade	Rogério Caetano de Almeida
	Tecnologia e Sociedade	DAESO
	Governança Pública e Corporativa	DAGEE
Sétimo Período	TCC 1	Maurini de Souza
	Etica e Comunicação	Marcelo Stein
	Psicologia da Comunicação	Zama Caixeta
	Planejamento Estratégico	DAGEE
	Gestão do Conhecimento	DAGEE
Oitavo Período	TCC 2	Orientador
	Tópicos Especiais em Linguagens	Variável conforme NDE
	Tópicos Especiais em Comunicação	Variável conforme NDE
	Crítica Cultural	Márcio Matiassi Cantarin
	Tópicos Especiais em Humanidades	Variável conforme NDE

Tabela 17 – Disciplinas obrigatórias ministradas por outros departamentos acadêmicos

Departamento	Disciplinas
DAGEE	Diagnóstico Organizacional
	Introdução a Economia
	Elaboração e Gestão de Projetos
	Gestão do Conhecimento
	Governança Pública e Corporativa
DAESO	Tecnologia e Sociedade
DEPED	Metodologia da Pesquisa

4.7 CAPACITAÇÃO DO CORPO DOCENTE E ADMINISTRATIVO

Considerando-se que todas as ações decorrentes de projetos pedagógicos devem objetivar a formação de um profissional cujo perfil foi explicitado anteriormente, deve ser enfatizada a necessidade da formação continuada do corpo docente e do técnico-administrativo. As ações destinadas a garantir a continuidade da formação do docente e do técnico-administrativo estão definidas no Projeto Pedagógico Institucional.

A UTFPR mantém seu compromisso com a qualificação de seu quadro docente e técnico-administrativo, tanto no aspecto humano quanto profissional, permitindo sua evolução no contexto de uma sociedade globalizada, em que o ser humano possa tornar-se o elemento

gerador de ações positivas e éticas, capitalizando seu desenvolvimento tanto em benefício próprio, como também da comunidade.

O desenvolvimento dos servidores (professores e técnicos-administrativos) deve ser considerado como um processo permanente que contribui para as pessoas aperfeiçoarem seus desempenhos e se tornarem criativas e inovadoras.

Além dos mecanismos existentes na instituição relacionados com a capacitação do corpo docente (licenças para pós-graduação e licenças capacitação),há no departamento uma preocupação constante com os cursos dos quais ele é responsável. Assim, existem coordenadores e vice coordenadores, além de professores coordenadores de área que promovem reuniões constantes para troca de experiências e acompanhamento das dinâmicas de ensino que estão sendo utilizadas.

4.8 AVALIAÇÃO DO CORPO DOCENTE

Para assegurar que a concepção de avaliação se efetive na prática, não só no que diz respeito ao acompanhamento do modo como o aluno evolui em suas aprendizagens, como também da qualidade da formação propiciada, o Curso também será alvo de avaliação constante. Seja utilizando os resultados do processo de avaliação formal e sistemática, realizada sob coordenação institucional (NDE, Colegiado, Comissão Própria de Avaliação), seja levando em consideração os resultados das avaliações externas e as contribuições de professores e alunos, no que se refere à operacionalização e/ou reformulação do currículo, o Curso estará em permanente processo de repensar, buscando sempre o seu aperfeiçoamento e a sua adequação aos novos tempos e às novas necessidades que os movimentos da sociedade vão impondo.

Com isto, buscar-se-á evitar a consolidação de um curso caracterizado pelo simples consumo dos produtos da ciência já constituída, pois ainda que ele esteja assentado em sólidos princípios científicos, o foco está em construir um curso que tenha como marca fundamental a transformação, a reflexão adensada sobre as práticas já realizadas e a consequente produção de conhecimento de novo.

Além das práticas de avaliação institucionais previstas como Comissão Própria de Avaliação e Avaliação do Docente pelo Discente, a Coordenação do Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional promove reuniões constantes de colegiado, com representação discente em que as demandas dos alunos são sempre inseridas nas pautas e discutidas nessas reuniões. Também há um contato constante entre a coordenação e os representantes discentes de turma, que por vezes auxiliam nas tomadas de decisões referentes ao curso.

Institucionalmente, a avaliação de desempenho utilizada atualmente na instituição e desenvolvida pela coordenação de recursos humanos é realizada através do Sistema de Avaliação Institucional (SIAVI) (UTFPR, 2011b).

4.9 PREVISÃO DO QUADRO DE COLABORADORES TÉCNICO-ADMINISTRATIVOS

Como se trata da transformação de um Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional para um Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional a quantidade de colaboradores técnico-administrativos requerida para o desenvolvimento do curso e suas respectivas funções já está condizente com as necessidades estabelecidas.

4.10 ACOMPANHAMENTO DO EGRESSO

O acompanhamento de egressos realizado pela UTFPR utiliza o Sistema Nacional de Egressos - SIEG, desenvolvido pela Gerência de Relações Empresariais e Comunitárias com o suporte técnico do Centro de Processamento de Dados da UTFPR, para a Secretaria de Educação Tecnológica - SETEC do Ministério da Educação - MEC. Os principais objetivos do Sistema de Acompanhamento de Egressos são:

- propiciar à UTFPR o cadastramento dos principais empregadores dos nossos egressos, bem como um cadastro atualizado dos nossos ex-alunos;
- desenvolver meios para a avaliação e adequação dos currículos dos cursos, através da realimentação por parte da sociedade e especialmente dos ex-alunos;
- criar condições para a avaliação de desempenho dos egressos em seus postos de trabalho;
- criar indicadores confiáveis para a avaliação contínua dos métodos e técnicas didáticas e conteúdos empregados pela Instituição no processo ensino-aprendizagem;
- dispor de informações atualizadas dos nossos ex-alunos, objetivando informá-los sobre eventos, cursos, atividades e oportunidades oferecidas pela Instituição;
- disponibilizar aos nossos formandos as oportunidades de emprego, encaminhadas à GEREC por parte das empresas e agências de recrutamento e seleção de pessoal.

4.11 CONVÊNIOS

A Universidade apresenta uma gama de convênios que possibilitam a mobilidade acadêmica e dentro deste cenário os acadêmicos do curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional poderão se beneficiar de parcerias com diversas instituições, ainda que o

curso em si não possua, no momento, convênios firmados. A UTFPR mantém acordos de cooperação acadêmica com as seguintes instituições estrangeiras:

África do Sul
UNIVERSITY OF JOHANNESBURG
http://www.uj.ac.za

Alemanha
BEUTH – HOCHSCHULE FÜR TECHNIK BERLIN
http://www.beuth-hochschule.de
FACHHOCHSCHULE JENA
http://www.fh-jena.de
MANNHEIM
http://www.fh-mannheim.de
FACHHOCHSCHULE MÜNCHEN
http://www.fh-muenchen.de
HTW – FACHHOCHSCHULE FÜR TECHNIK UND WIRTSCHAFT
http://www.fhtw-berlin.de
IFAS - TRIER
http://www.fh-trier.de
WESTSÄCHSISCHE HOCHSCHULE ZWICKAU (FH)
http://www.fh-zwickau.de

Estados Unidos
SISTEMA UNIVERSITÁRIO DA CAROLINA DO NORTE (UNCEP)
http://www.uncep.org

Dinamarca
SOUTHERN DENMARK
http://www.sdu.dk

França
GRENOBLE INP
http://www.grenoble-inp.fr/
INSA LYON
http://www. insa-lyon.fr
INSA ROUEN
http://www. insa-rouen.fr
INSA TOULOUSE
http://www. insa-toulouse.fr
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA DE BELFORT-MONTBÉLIARD
http://www.utbm.fr
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA DE COMPIÈGNE
http://www.utc.fr
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA DE TROYES
http://www.utt.fr

Portugal
FACULDADE DE MOTRICIDADE HUMANA

http://www.fmh.utl.pt
UNIVERSIDADE DO MINHO
http://www.uminho.pt/

Ucrânia
KHARKOV NATIONAL UNIVERSITY
http://khnu.org/

5 AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL

A avaliação institucional é de responsabilidade da Comissão Própria de Avaliação (CPA), que é composta por membros da comunidade acadêmica e da sociedade civil organizada, formando um colegiado. Tem o objetivo de planejar e executar a avaliação

institucional no âmbito do Sistema Nacional de Avaliação do Ensino Superior (SINAES), estabelecido pela Lei 10.861, de 14 de abril de 2004 (BRASIL, 2004).

As Instituições de Ensino Superior(IES) são avaliadas em três momentos: 1) avaliação institucional (autoavaliação e avaliação externa); 2) avaliação dos cursos e 3) Exame Nacional de Desempenho do Estudante (ENADE).É responsabilidade da CPA executar a autoavaliação institucional. A avaliação institucional externa, de cursos e o ENADE são executados pelo INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira), vinculado ao MEC.

Semestralmente os acadêmicos são consultados para avaliação do grau de satisfação relativamente aos mais diversos setores da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

6 INFRAESTRUTURA DE APOIO ACADÊMICO

6.1 BIBLIOTECA

A Divisão de Biblioteca (DIBiB) tem por finalidade servir de apoio aos programas de ensino e extensão da UTFPR, colaborando assim com o aprimoramento cultural e profissional

de seus acadêmicos. Possui uma Biblioteca Central e uma Biblioteca Setorial, atende aos corpos discente, docente e técnicos administrativos da Instituição, além da comunidade externa. Está setorizada da seguinte maneira:

SEPTE - Seção de processos técnicos;

SEABI - Setor de aquisição bibliográfica;

SEATU - Seção de atendimento ao usuário;

SEREC - Setor de referência e circulação;

SEPME - Setor de periódicos e materiais especiais.

BIBLIOTECA SETORIAL DA PÓS-GRADUAÇÃO.

- VIDEOTECA: Acervo diversificado de fitas de vídeo para consulta e empréstimo.
- LABORATÓRIO Internet: 10 microcomputadores e 02 impressoras para pesquisa na Internet.
- ÁREA FÍSICA TOTAL: 1.894,12m^2.

  Área da Biblioteca Central: 1.574,21m^2.

  Área da Biblioteca Setorial: 319,91m^2.
- Horário de atendimento (vide Tabela 13).

Tabela 17 - Horário de Atendimento das Bibliotecas

DIAS	**HORÁRIO**	
	BIBLIOTECA CENTRAL	**BIBLIOTECASETORIAL**
De segunda a sexta-feira	Das 8 às 21h45min	das 8 às 12 horas e das 13h30min às 19h50min
Sábado	Das 8 às 12h45min	

- Composição do acervo (vide Tabela 14).

Tabela 18 - Composição do Acervo

Acervo		**Quantidade**
Livros	Títulos:	21.747
	Exemplares:	40.013
Periódicos	Nacionais:	405
	Estrangeiros:	550
Normastécnicas	Nacionais:	2.321
	Estrangeiras:	168
Fitas de vídeo	Nacionais:	736
	Estrangeiras:	51

- Títulos e volumes do acervo (vide Tabela 15).

Tabela 19 - Títulos e Volumes do Acervo

Áreas	Livros		Periódicos	
	Títulos	Exemplares	Títulosnacionais	Títulosestrangeiros
Artes Gráficas	584	1147	3	5
Construção Civil	880	1672	8	2
Eletrônica	1588	3798	16	80
Eletrotécnica	1337	4416	14	76
Informática	1233	2010	6	13
Mecânica	1240	2726	20	44
Móveis	53	77	10	4
Química Ambiental	289	630	1	3
Radiologia	44	54	0	0

- Política de atualização: A aquisição é efetuada com recursos obtidos através de convênios com empresas, CAPES, CNPq e com o MEC. Os professores, através da Coordenação do Curso, encaminham à Biblioteca a solicitação de compra do material.

Informatização: BIBLIODATA/CALCO da FGV - Fundação Getúlio Vargas - Classificação e Catalogação do acervo bibliográfico. SISTEMA BIB/PER da UTFPR - Consulta e Empréstimo do acervo bibliográfico.

6.1.1 Informações gerais

- Salas de estudo em grupo: Há 5 (cinco) salas para estudo em grupo. Os usuários que desejarem fazer uso delas deverão requisitar a chave no balcão de empréstimo, mediante apresentação de crachás. O regulamento de uso encontra-se afixado nas salas e deve ser atentamente observado.
- Videoteca: Localizada no 2° andar, junto ao Setor de Periódicos, a Videoteca contém filmes e documentários, além de duas televisões e dois videocassetes para uso local. O regulamento de utilização encontra-se na Videoteca.
- Boletim bibliográfico: É uma publicação bimestral da Biblioteca com os últimos materiais incorporados ao acervo.
- Inscrição na Biblioteca: Para usar a Biblioteca ou fazer empréstimo, não é necessário inscrever-se, apenas cadastrar uma senha de acesso. Todo usuário constante do Sistema Acadêmico está automaticamente cadastrado na Biblioteca. O uso do crachá é obrigatório na Biblioteca, assim como em todas as dependências da Universidade e deve estar com a data de validade em dia.

6.2 SALAS DE AULAS, SALAS DE ESTUDOS E AUDITÓRIOS

O câmpus Curitiba dispõe de 64 salas de aula, sendo: 6 salas de 20 lugares; 1 sala de 25 lugares; 5 salas de 40 lugares; 44 salas de 44 lugares; 1 sala de 50 lugares; e 7 salas de 60 lugares.

Salas de estudos para acadêmicos - Os acadêmicos podem utilizar para estudo os seguintes ambientes: sala de estudos da Biblioteca; sala 24 horas; outras salas de aula desde que autorizados pelo assistente de alunos.

Auditórios - Em função do porte do evento poderão ser utilizados os seguintes ambientes para atividades do curso: Teatro com 450 lugares; Miniauditório com 150 lugares; Sala de Videoconferência para 40 lugares;

6.3 LABORATÓRIOS

O Departamento Acadêmico de Comunicação e Expressão - DACEX do Câmpus Curitiba possui laboratórios de informática que são utilizados e atendem as demandas do curso.

7 REFERÊNCIAS

BRASIL. Câmara dos Deputados Federais. Projeto de Lei nº. 7.200/2006. Estabelece normas gerais da educação superior, regula a educação superior no sistema federal de ensino, altera

as Leis nºs. 9.394, de 20 de dezembro de 1996; 8.958, de 20 de dezembro de 1994; 9.504, de 30 de setembro de 1997; 9.532, de 10 de dezembro de 1997; 9.870, de 23 de novembro de 1999; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.contee.org.br/coordenacaogeral/materia_17.htm>. Acesso em: 18 de jun. de 2011.

BRASIL. Câmara Superior de Graduação. Parecer MEC CNE/CES 492/2001. Diretrizes Curriculares a Área de Comunicação Social e suas Habilitações.

BRASIL. Lei nº. 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília. 21 dez. 1996. Disponível em: <http://www.consumidorbrasil.com.br/consumidorbrasil/textos/legislacao/l9394.htm>. Acesso em: 22 jun. 2011.

BRASIL. Lei nº 11.184, de 07 de outubro de 2005. Dispõe sobre a transformação do Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná em Universidade Tecnológica Federal do Paraná e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11184.htm. Acesso em 17 de jun. 2011.

UTFPR. Diretrizes para os cursos de bacharelado da UTFPR. Disponível em: www.utfpr.edu.br. Acesso em: 22 jun. 2011.

UTFPR. Projeto Pedagógico do Curso de Administração. Departamento Acadêmico de Gestão e Economia (DAGEE). Curitiba: 2011.

UTFPR. Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação. Departamento Acadêmico de Informática (DAINF). Curitiba: 2011.

UTFPR. Projeto Pedagógico do Curso de Educação Física. Departamento Acadêmico de Educação Física (DAEFI). Curitiba: 2011.

UTFPR. Projeto Pedagógico do Curso de Educação Física. Departamento Acadêmico de Educação Física (DAEFI). Curitiba: 2011.

UTFPR. Projeto Pedagógico do Curso de Licenciatura em Letras Português – Inglês. Departamento Acadêmico de Comunicação e Expressão (DACEX). Curitiba: 2011.

UTFPR. Projeto Político-Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Empresarial e Institucional. (PPC – CTCEI).

UTFPR. Projeto Político Pedagógico Institucional (PPI). Disponível em: www.utfpr.edu.br. Acesso em: 20 jun. 2011.

UTFPR. Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI). Disponível em: www.utfpr.edu.br. Acesso em: 20 jun. 2011.

UTFPR. Instrução Normativa nº 01/10 – PROGRAD, de 10 de fevereiro de 2010. Disponível em WWW.utfpr.edu.br. Acesso em: 01 jul. 2011.

UTFPR. Resolução nº 132/06 – COEPP, de 01 de dezembro de 2006. Disponível em www.utfpr.edu.br. Acesso em: 25 jun. 2011.

UTFPR. Resolução nº 55/07 – COEPP, de 22 de junho de 2007. Disponível em www.utfpr.edu.br. Acesso em: 25 jun. 2011.

UTFPR. Resolução nº 112/10 – COEPP, de 29 de novembro de 2010. Regulamento da Organização Didático-Pedagógica dos Cursos de Graduação da UTFPR. Disponível em www.utfpr.edu.br. Acesso em: 25 jun. 2011.

BRASIL 1996. Lei nº 9.364 de 20 de dezembro de 1996. **Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional**. **1996**. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/lei9394_ldbn1.pdf>

BRASIL 2004. Lei nº 11.861, de 14 de abril de 2004. **Institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES e dá outras providências.2004**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.861.htm>

BRASIL 2005. Lei nº 11.184, de 7 de outubro de 2005. **Dispõe sobre a transformação do Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná em Universidade Tecnológica Federal do Paraná e dá outras providências.2005**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11184.htm>

BRASIL 2008. Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008. **Dispõe sobre o estágio de estudantes**; altera a redação do art. 428 da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo decreto-lei n° 5.452, de 1° de maio de 1943, e a lei n° 9.394, de 20 de dezembro de 1996; revoga as leis n°s 6.494, de 7 de dezembro de 1977, e 8.859, de 23 de março de 1994, o parágrafo único do art. 82 da lei n° 9.394, de 20 de dezembro de 1996, e o art. 6° da medida provisória n° 2.164-41, de 24 de agosto de 2001; e dá outras providências. **2008**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11788.htm>

CONAES 2010. **Parecer CONAES nº 4 de 17 de junho de 2010, sobre o Núcleo Docente Estruturante - NDE**. **2010**. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_contenteview=articleeid=15712:parecer es-e-resolucoesecatid=323:orgaos-vinculadoseItemid=1093>

INEP 2011a. **Censo da Educação Superior**. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior>. Acesso em: out. **2011a**.

INEP 2011b. **Instrumento de Avaliação de Cursos de Graduação – Bacharelados, Licenciaturas e Cursos Superiores de Tecnologia (presencial e a distância)**, maio de **2011b**.Disponível em:<http://download.inep.gov.br/educacao_superior/avaliacao_cursos_graduacao/instrumentos/2011/iac_presencial_ead_bacharelado_licenciatura_tecnologico.pdf>.

INEP 2011c. **Indicador de qualidade das instituições de educação superior**. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/indice-geral-de-cursos>. Acesso em: out. **2011c**

MEC 2011. **Diretrizes Curriculares Nacionais**
Disponível em:
<http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_contenteview=articleeid=12991>. Acesso em out. **2011**.

UTFPR 2006. Conselho de Ensino, Pesquisa e Pós-Graduação. Resolução nº 120/06 – COEPP, de 07 de dezembro de 2006. **Regulamento dos TCCs para os cursos de Graduação da UTFPR**. **2006**. Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/estrutura-universitaria/pro-reitorias/prograd/legislacao/utfpr-1/regulamento_tcc_utfpr.pdf>

UTFPR 2007a. Conselho Universitário. Deliberação nº 01, de 09 de março de 2007. **Estabelece o Projeto Político-PedagógicoInstitucional da UTFPR**. **2007a**.Disponível em:<http://www.utfpr.edu.br/a-instituicao/documentos-institucionais/projeto-politico-pedagogico-institucional-1/projeto-politico-pedagogico-institucional>

UTFPR 2007b. Conselho de Ensino, Pesquisa e Pós-Graduação. Resolução n.61/06 – COEPP de 01 de setembro de 2006 retificada pela resolução 56/07 – COEPP de 22 de junho de 2007.**Regulamento das Atividades Complementares dos Cursos de Graduação da UTFPR**. **2007b**. Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/estrutura-universitaria/pro-reitorias/prograd/legislacao/bacharelados-e-licenciaturas>

UTFPR 2007c. Resulução nº 119/06 – COEPP, de 07 de dezembro de 2006. Deliberação nº 04/07 – COUNI, de 25 de maio de 2007. **Diretrizes curriculares para os cursos de Bacharelado e Licenciatura da UTFPR**. **2007c**. Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/estrutura-universitaria/pro-reitorias/prograd/legislacao/utfpr-1/bacharelado/dircurriculares.pdf>

UTFPR 2009a. Conselho Universitário. Deliberação nº 18, de 18 de dezembro de 2009. **Estabelece o Plano de Desenvolvimento Institucional da UTFPR – PDI 2009-2013**.

2009a.Disponível em:<http://www.utfpr.edu.br/a-instituicao/documentos-institucionais/plano-de-desenvolvimento-intitucional-pdi-2009-2013/PDI%202009-2013.pdf>.

UTFPR 2009b. Conselho Universitário da UTFPR. Deliberação nº 04/2009 de 24 de abril de 2009.**Delibera aprovar a adesão da UTFPR ao termo de referência do SiSU do MEC com a seleção de estudantes exclusivamente pela nota do ENEM**. **2009b**.Disponível em:<http://www.utfpr.edu.br/estrutura-universitaria/couni/portarias/2009_deliberacoes/2009_del004_sisu>.

UTFPR 2009c. Conselho Universitário. Deliberação nº 07/2009 de 05 de junho de 2009. **Regimento Geral da UTFPR. 2009c**. Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/a-instituicao/documentos-institucionais/regimento-geral>

UTFPR 2009d. Conselho Universitário. Deliberação nº 10/2009 de 25 de setembro de 2009. **Delibera aprovar o regimento dos câmpus da UTFPR**.**2009d**. Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/a-instituicao/documentos-institucionais/regimento-dos-câmpus-da-utfpr/estrutura-universitaria/couni/portarias/2009_deliberacoes/deliberacao-10-regimento-dos-câmpus>

UTFPR 2009e.**Estatuto da UTFPR**. Aprovado pela Portaria SESu nº 303, de 16/04/2008,publicada no DOU, de 17/04/2008.Alterado pelas Deliberações do Conselho Universitário: nº 08/2008 de 31/10/2008; e nº 11/2009 de 25/09/2009. **2009e**.Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/a-instituicao/documentos-institucionais/estatuto-1/Estatuto%20da%20UTFPR.pdf>

UTFPR 2010a. Conselho de Ensino, Pesquisa e Pós-Graduação. Resolução nº 112/10-COEPP, de 29 de novembro de 2010. **Estabelece oRegulamento da Organização Didático-Pedagógica dos Cursos de Graduação da UTFPR**. **2010a**.Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/estrutura-universitaria/pro-reitorias/prograd/legislacao/utfpr-1/bacharelado/regulamentoodpcursosgraduacao.pdf-2>.

UTFPR 2010b. Conselho de Ensino, Pesquisa e Pós-Graduação. Resolução nº 22/08 - COEPP, de 14 de março de 2008, modificado pela Resolução nº 13/10 - COEPP, de 11 de março de 2010, e pela Resolução nº 80/10 - COEPP, de 08 de junho de 2010. Institui o **Regulamento dos Estágios dos Cursos de Educação Profissional de Nível Médio e do Ensino Superior da UTFPR**. **2010b**. Disponível em:<http://www.utfpr.edu.br/estrutura-universitaria/pro-reitorias/prograd/legislacao/utfpr-1/RegulamentoEstagioUTFPR.pdf>

UTFPR 2010c. Instrução Normativa 02/10 de 21 de junho de 2010 - PROGRAD. **Estabelece os turnos de oferta, a duração da hora-aula e o horário institucional das aulas dos Cursos de Graduação e Educação Profissional da UTFPR. 2010c.** Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/estrutura-universitaria/pro-reitorias/prograd/instrucoes-normativas/InstrucaoNormativa0210HorariosAulas.pdf>

UTFPR 2011a. Pró-Reitoria de Graduação e Educação Profissional e Pró-Reitoria de Relações Empresariais e Comunitárias. Instrução Normativa Conjunta nº 03, de 05 de agosto de 2011. **Estabelece procedimentos para a realização e acompanhamento de estágios nos Cursos de Educação Profissional Técnica de Nível Médio e no Ensino Superior da UTFPR. 2011a**. Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/estrutura-universitaria/pro-reitorias/prograd/instrucoes-normativas/instrucao_normativa_conjunta_0311progradprorec>

UTFPR 2011b. **Avaliação de Desempenho**. **2011b**. Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/servidores/avaliacao-de-desempenho>

UTFPR 2011c. **Pró-Reitoria de Relações Empresariais e Comunitárias - PROREC.Acompanhamento de egressos**. **2011c**. Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/estrutura-universitaria/pro-reitorias/prorec/egressos-1>

UTFPR 2011d. **Cursos**. **2011d**. Disponível em: http://www.utfpr.edu.br/cursos>

UTFPR 2013 Regulamento do Conselho Departamental. Resolução nº 073/12 – COGEP de 07/12/12.

8 ANEXOS

ANEXO 1:

Regulamento do Conselho Departamental

SEÇÃO I

Do conceito do Conselho Departamental

Art.1º - O Conselho Departamental é um órgão deliberativo e consultivo do Departamento Acadêmico de Comunicação e Expressão, que trata das questões relativas ao Departamento, cuja composição e atribuições estão definidas nas seções II e III deste Regulamento.

SEÇÃO II

Da composição do Conselho Departamental

Art. 2º - O Conselho Departamental é constituído:

I. Dos professores concursados, lotados no DACEX, componentes dos Colegiados dos Cursos (CTCOM e Letras);
II. Da Chefia do DACEX, sendo que essa ocupará a função da presidência e, na sua falta, assumirá o substituto do DACEX. Quando do impedimento desse, assumirá o Coordenador do curso superior com maior tempo na função.

SEÇÃO III

Das atribuições do Conselho Departamental

Art 3° - Compete ao Conselho Departamental, no âmbito do DACEX:

I Aprovar propostas de criação e reformulação de novos cursos de graduação e pós-graduação, observando sua adequação às políticas de expansão institucional e encaminhá-las para análise no Conselho de Ensino da UTFPR;

II Regulamentar a prestação de serviços à comunidade no âmbito do departamento;

III Regulamentar a execução de projetos de extensão no âmbito do departamento;

IV Aprovar o Plano de Metas dos cursos bem como o Plano de Aplicação de Recursos;

V Aprovar o Plano de Investimento apresentado pelos Coordenadores e pela Chefia de Departamento e a prestação de contas do Departamento apresentada pela Chefia do DACEX;

VI Administrar a infraestrutura e espaço físico, pertencentes ao DACEX;

VII Analisar, propor alterações, aprovar (ou não) e acompanhar os projetos de DE;

VIII Aprovar o estabelecimento de convênios e parcerias com instituições afins, empresas e organizações, com a finalidade de desenvolvimento e capacitação no âmbito do departamento;

IX Analisar e emitir parecer sobre as solicitações de Licença-Capacitação, afastamento, participação em Congressos, pós- graduação, transferência (dos docentes do DACEX para outros setores da UTFPR, Câmpus Curitiba e outras instituições), dos docentes e servidores técnico-administrativos , respeitando os critérios definidos pelo Regulamento do DACEX e as regras existentes na Instituição;

X Analisar, definir, aprovar (ou não) a criação de grupos de pesquisa, bem como, ratificar (ou não) a produção dos referidos grupos e de seus componentes;

XI Elaborar o Regulamento do DACEX e submetê-lo para apreciação e aprovação dos docentes concursados do DACEX;

XII Alterar o presente Regulamento;

XIV Delegar competência no limite de suas atribuições.

8.1 Parágrafo 1° - As licenças para tratamento de saúde não estão inclusas neste item, sendo de responsabilidade do Departamento de Recursos Humanos.

Parágrafo 2° - Em caso de urgência, caberá ao Chefe do Departamento decidir sobre os assuntos acima descritos “ad referendum”, colocando para posterior homologação junto ao Conselho.

SEÇÃO IV

Do funcionamento do Conselho Departamental

Art 4° – O Conselho Departamental funcionará com a presença mínima de 50% mais 1(um) de seus membros.

Art 5° - As reuniões ordinárias serão convocadas pela presidência, com freqüência mensal para o Conselho Departamental. As reuniões extraordinárias serão convocadas a critério da presidência ou por requerimento de 1/3(um terço).

Parágrafo 1° - As convocações para as reuniões serão feitas com antecedência mínima de 48 horas e delas constará a ordem do dia (pauta);

Parágrafo 2° - Em caso de urgência, o prazo de convocação poderá ser reduzido a critério do presidente;

8.2 Parágrafo 3° - Na situação prevista no parágrafo anterior, os motivos devem ser justificados e submetidos à aprovação do plenário no início da reunião;

Parágrafo 4° - Solicitada a convocação de reunião extraordinária por seus membros, deverá o presidente efetivá-la dentro de um prazo de 03 (três) dias úteis.

Art 6°- O membro que, por motivo de força maior, não puder comparecer à reunião, justificará a sua ausência antecipadamente ou imediatamente após cessar o impedimento.

8.3 Parágrafo 1°- Toda justificativa deverá ser apreciada pelo Conselho Departamental na reunião subsequente.

Parágrafo 2°- Se a justificativa não for aceita, será atribuída falta ao membro no dia correspondente.

Parágrafo 3°- O membro que faltar, sem justificativa aceita, a três reuniões seguidas ou a quatro alternadas no período de 12 meses, será destituído de sua função.

Art 7° - Se na hora marcada para o início da reunião não houver quorum, a presidência deverá aguardar até 30 minutos para que o quorum seja alcançado.

Parágrafo único – Esgotados os 30 minutos e não sendo atingido o número mínimo, a reunião será cancelada e os membros que não atenderam à convocação se sujeitarão às penalidades previstas no art. 6°.

Art 8° - O comparecimento às reuniões é preferencial em relação às outras atividades de ensino, pesquisa, extensão e administração.

Parágrafo único- Em caso de simultaneidade, é preferencial o comparecimento à reunião hierarquicamente superior.

Art 9°- O Conselho Departamental deliberará por maioria simples de voto.

Parágrafo 1°- A votação será simbólica, nominal ou secreta, adotando-se a primeira forma sempre que uma das outras não seja solicitada.

Art 10°- Após cada reunião, lavrar-se- á ata ou memento que serão apreciados e votados na reunião seguinte e, após aprovação, subscritos pelo presidente e secretário da reunião.

Parágrafo único- Enviar-se-á a ata ou memento aos membros junto à próxima convocação.

Art 11° - Os atos de aprovação, autorização, homologação, despachos e comunicações de secretaria, e todas as decisões do Conselho Departamental terão a forma de resolução baixada pelo seu presidente.

SEÇÃO V

Das atribuições da Presidência do Conselho Departamental

Art 12- À Presidência do Conselho Departamental compete:

I Convocar e presidir reuniões;

II Nomear relator para a apresentação de assuntos constantes da ordem do dia que requeiram instruções de processo.

Parágrafo 1° - No caso acima descrito, o relator deverá ser nomeado pela Presidência com prazo de, no mínimo, uma semana de antecedência. Neste caso, o relator emitirá parecer conclusivo por escrito, podendo, a pedido deste, ser o relato apresentado por outro membro do Conselho.

Parágrafo 2° - Poderão apresentar assuntos para composição da pauta: os Presidentes de Colegiados de Curso ou do Conselho Departamental, qualquer um dos seus membros, ou qualquer professor concursado e lotado no DACEX.

8.4 Parágrafo 3° - Os assuntos para comporem a pauta deverão ser apresentados à Presidência com, pelo menos, 72 anos horas de antecedência das reuniões.

III O voto de qualidade, nos casos de empate nas decisões do Conselho Departamental, competirá à Presidência do Conselho.

SEÇÃO VI

Das disposições gerais e transitórias

Art 13° - Os casos omissos neste Regulamento serão resolvidos pelo Conselho Departamental.

Art 14o.- O presente Regulamento terá vigência a partir da sua homologação deferida pelos docentes concursados no DACEX que ministram aulas nos Cursos Superiores referidos e disciplinas ofertadas pelo DACEX e pelos membros docentes lotados no DACEX, pertencentes aos Colegiados dos cursos referidos.

Art. 15o.- Será convocada reunião do DACEX para homologação deste Regulamento.

Art.16º - O Regulamento homologado terá vigência de dois anos, podendo ser alterado (ou não) mediante deliberação do Conselho Departamental.

Anexo 2 – Pesquisa realizada com os Egressos

Dados da Pesquisa com Egressos

Introdução

A pesquisa foi realizada pelos professores Camilo Catto, Ivan Carlos Vicentin e Valéria Santos Oliveira no segundo semestre de 2011. O link do questionário on-line foi encaminhado por e-mail para toda a população, composta por 84 egressos do curso de Comunicação Institucional da UTFPR. A amostragem foi formada de acordo com o índice de respostas, totalizando 45 respondentes.

Perfil Pessoal dos Respondentes

Público feminino (38 mulheres, 84,4%); jovem (93,3% têm até 27 anos); que mora com os pais (27 respondentes, 60%); cursa ou está cursando outra graduação (24 respondentes, 53,3%) e que a diferença entre ano de entrada no curso e formatura é de 4 anos.

As tabelas abaixo mostram a análise de freqüência realizada a partir das variáveis identificadas e consideradas relevantes para traçar o perfil dos egressos do curso de comunicação institucional.

Tabela 1 – Distribuição da amostra por Sexo

SEXO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	fem	38	84,4	84,4	84,4
	masc	7	15,6	15,6	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Figura 1 – Distribuição da amostra por Sexo

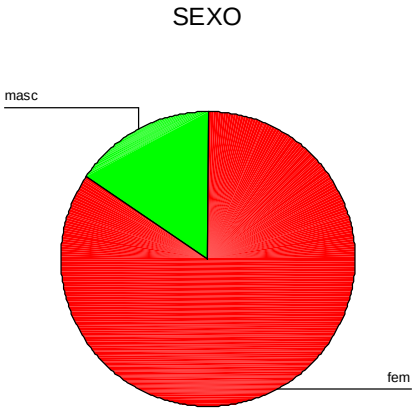


Tabela 2 – Distribuição da amostra por Idade

IDADE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21	3	6,7	6,7	6,7
	22	6	13,3	13,3	20,0
	23	8	17,8	17,8	37,8
	24	12	26,7	26,7	64,4
	25	7	15,6	15,6	80,0
	26	3	6,7	6,7	86,7
	27	3	6,7	6,7	93,3
	29	1	2,2	2,2	95,6
	37	1	2,2	2,2	97,8
	41	1	2,2	2,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Figura 2 – Distribuição da amostra por Idade

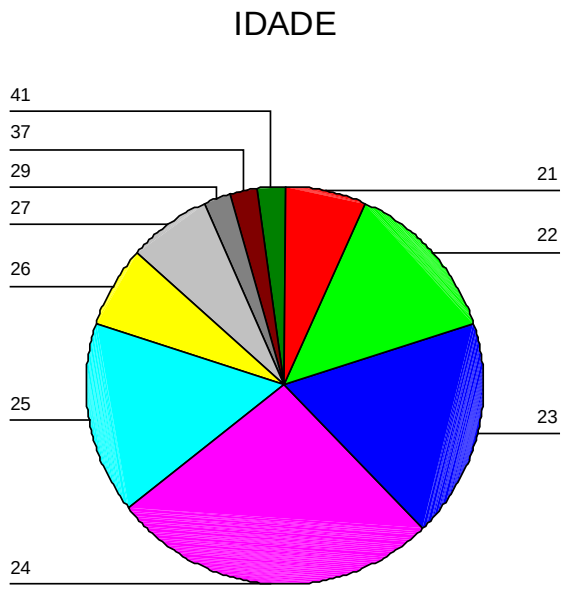


Tabela 3 – Distribuição da amostra por local onde mora

MORAPAIS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sim	27	60,0	60,0	60,0
	não	18	40,0	40,0	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Figura 3 – Distribuição da amostra por local onde mora

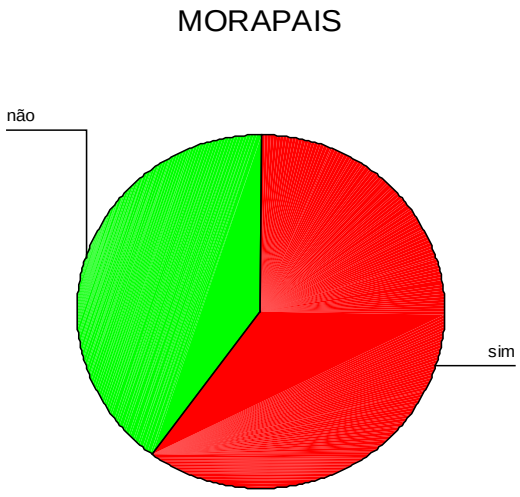


Tabela 4 – Distribuição da amostra por busca de outro curso de graduação

OUTGRAD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	21	46,7	46,7	46,7
	sim	24	53,3	53,3	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Figura 4 - Distribuição da amostra por busca de outro curso de graduação

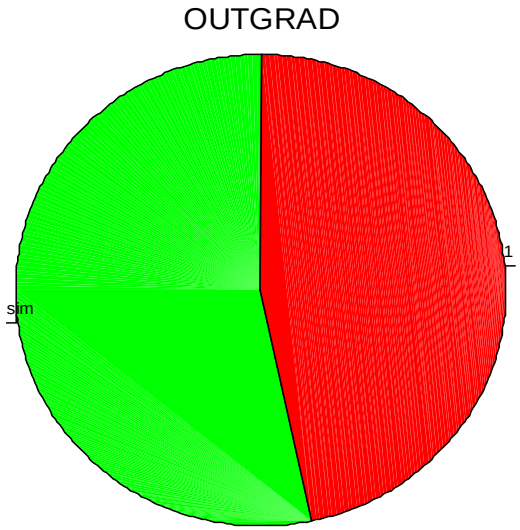


Tabela 5 – Distribuição da amostra por diferença entre ano de entrada e formatura

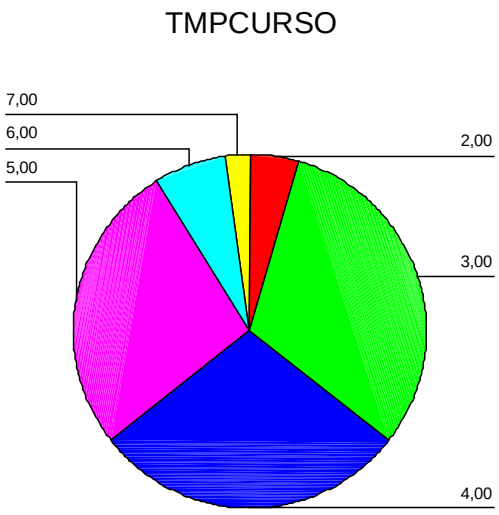
TMPCURSO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	4,4	4,4	4,4
	3,00	14	31,1	31,1	35,6
	4,00	13	28,9	28,9	64,4
	5,00	12	26,7	26,7	91,1
	6,00	3	6,7	6,7	97,8
	7,00	1	2,2	2,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Tabela 6 – Média da diferença entre ano de entrada e formatura

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TMPCURSO	45	2,00	7,00	4,0667	1,11600
Valid N (listwise)	45				

Figura 5 – Distribuição da amostra por diferença entre ano de entrada e formatura



Perfil Profissional dos Respondentes

Trabalha na área (28 respondentes, 62,2%); trabalha na área há pouco tempo (apenas 8 com mais de 4 anos); com rendimentos baixos (86,7% ganham até R$ 2.500,00, sendo que a maioria 12 ganha de 1.501,00 a 2.000,00 e 20, 44,4% ganham até RS1.500,00); trabalham em empresas de médio e grande porte (28 respondentes, 62,2%); com mais de 40 funcionários (26 respondentes, 57,8%) em áreas variadas, com um pequeno destaque para comunicação interna e RP (15 respondentes, 33,3%).

Tabela 7 – Área de trabalho

TRABAREA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	não	16	35,6	36,4	36,4
	sim	28	62,2	63,6	100,0
	Total	44	97,8	100,0	
Missing	System	1	2,2		
Total		45	100,0		

Figura 6 – Área de trabalho

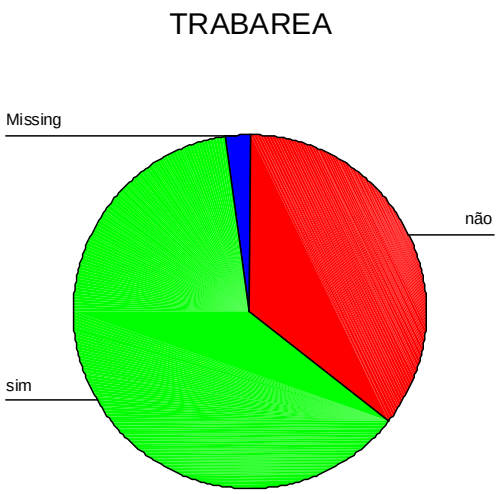


Tabela 8 – Tempo de trabalho

TEMPTRAB

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	não trabalha na área	9	20,0	20,0	20,0
	menos de um ano	4	8,9	8,9	28,9
	de 1 a 2 anos	7	15,6	15,6	44,4
	de 2 a 3 anos	12	26,7	26,7	71,1
	de 3 a 4 anos	5	11,1	11,1	82,2
	mais de 4 anos	8	17,8	17,8	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Figura 7 – Tempo de trabalho

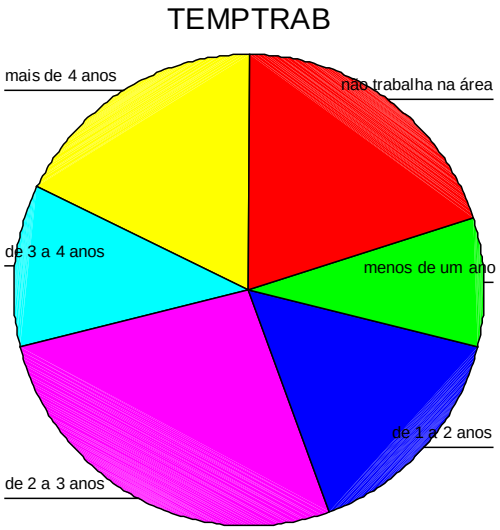


Tabela 9 – Faixa salarial

FXSALARI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	até R$ 1000	10	22,2	22,2	22,2
	de R$ 1001 a 1500	10	22,2	22,2	44,4
	de R$ 1501 a 2000	12	26,7	26,7	71,1
	de R$ 2001 a 2500	7	15,6	15,6	86,7
	de R$ 2501 a 3000	4	8,9	8,9	95,6
	mais de R$ 3000	2	4,4	4,4	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Figura 8 – Faixa salarial

FXSALARI

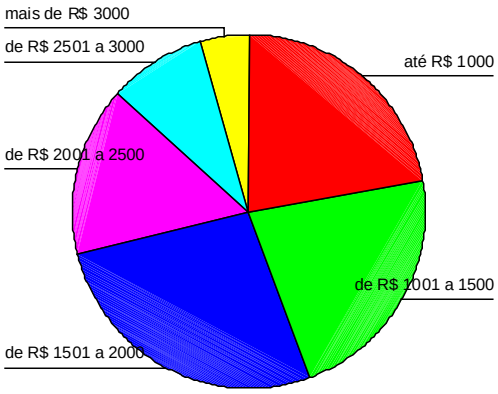


Tabela 10 – Nível de ocupação

NIVOCUPA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	assistente	14	31,1	31,1	31,1
	analista jr	5	11,1	11,1	42,2
	analista pleno	5	11,1	11,1	53,3
	outros	21	46,7	46,7	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Figura 9 – Nível de ocupação

NIVOCUPA

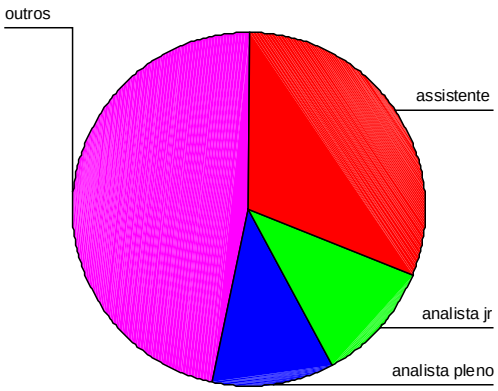


Tabela 11 – Porte da empresa onde trabalha

PRTEMPRE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	microempresa	7	15,6	15,6	15,6
	pequena empresa	10	22,2	22,2	37,8
	empresa de médio porte	14	31,1	31,1	68,9
	empresa de grande porte	14	31,1	31,1	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Figura 10 – Porte da empresa onde trabalha

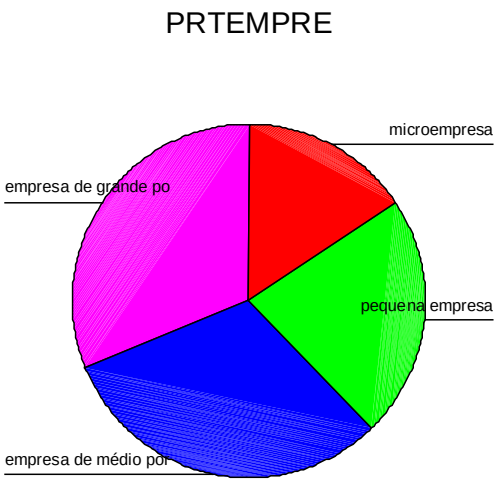


Tabela 12 – Número de funcionários na empresa onde trabalha

NUMFUNCI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	de 1 a 10 funcionários	8	17,8	18,2	18,2
	de 11 a 20 funcionários	3	6,7	6,8	25,0
	de 21 a 30 funcionários	6	13,3	13,6	38,6
	de 31 a 40 funcionários	1	2,2	2,3	40,9
	mais de 40 funcionários	26	57,8	59,1	100,0
	Total	44	97,8	100,0	
Missing	System	1	2,2		
Total		45	100,0		

Figura 11 – Número de funcionários na empresa onde trabalha

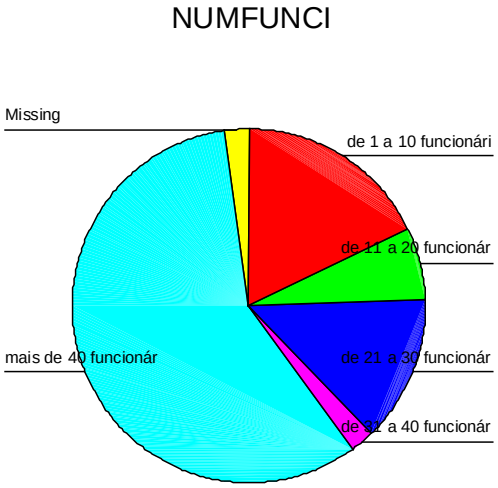


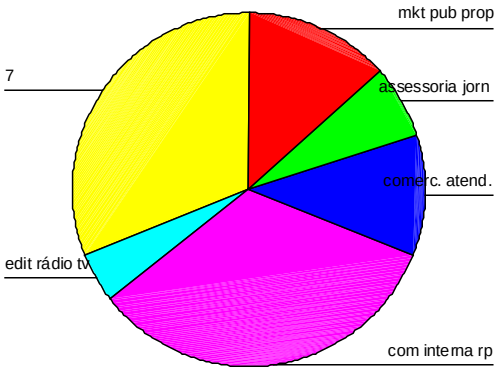
Tabela 13 – Área afim de trabalho

ÁREA AFIM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	mkt pub prop	6	13,3	13,3	13,3
	assessoria jorn	3	6,7	6,7	20,0
	comerc. atend.	5	11,1	11,1	31,1
	com interna rp	15	33,3	33,3	64,4
	edit rádio tv	2	4,4	4,4	68,9
	7	14	31,1	31,1	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Figura 12 – Área afim de trabalho

ÁREAAFIM



Análise de Média

Descriptive Statistics

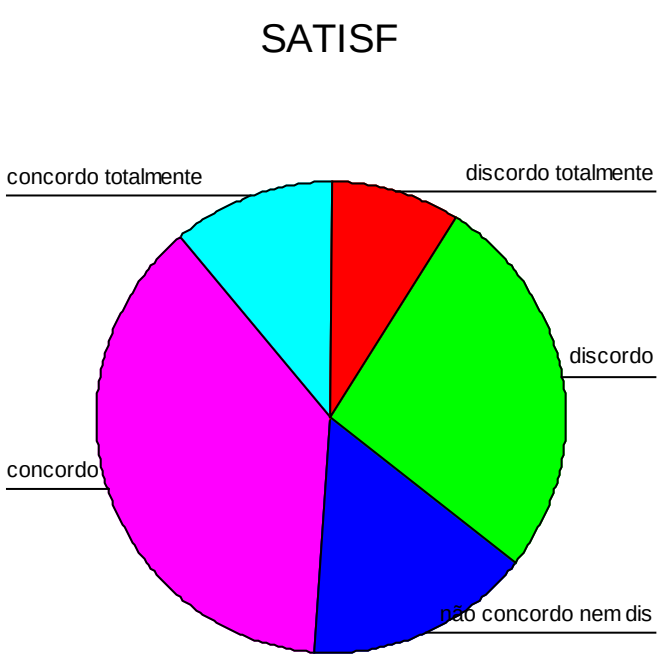
	N	Minimum	Maximum	Mean
Me sinto apto para redigir textos jornalísticos e publicitários	45	1	5	4,27
sei claramente o papel do comunicador em uma organ.	45	2	5	4,27
O curso poderia ter uma maior carga de disciplinas práticas	45	1	5	4,16
O curso abriu novas perspectivas de trabalho para mim	45	1	5	3,87
O curso teve uma carga teórica que me auxiliou no entendimento da sociedade	45	1	5	3,84
Pretendo realizar uma especialização na área de comunicação	45	1	5	3,76
Considero um bacharelado um curso superior	45	1	5	3,71
Me sinto apto para desenvolver políticas de relacionamento com todos os públicos de uma organização	45	1	5	3,58
Me sinto apto para planejar e organizar eventos de qualquer porte em qualquer organização	45	1	5	3,53
Me sinto apto para criar e editar publicações internas e externas em qualquer organização	45	1	5	3,51
Me sinto apto para planejar, implementar e gerenciar a com. int de qualquer organização	45	1	5	3,51
Me sinto apto para definir os objetivos de comunicação de qualquer instituição	45	1	5	3,49
Sempre indico o curso para amigos e colegas com interesse na área de comunicação	45	1	5	3,40
Já tive problemas na realização de conc. públicos	45	1	5	3,36
O curso teve uma carga teórica que me auxiliou no entendimento da realidade empresarial	45	1	5	3,29
Me considero satisfeito com o curso	45	1	5	3,16
O curso supriu minhas expectativas	45	1	5	3,04
Me sinto apto para planejar recursos materiais e financeiros para a área de comunicação	45	1	5	2,93
Em todos os processos de seleção que participei concorri no mesmo nível que outros profissionais de comunicação	45	1	5	2,91
Faria o curso novamente	45	1	5	2,89
Em todos os processos de seleção pelos quais passei nunca tive problemas por ser tecnológo	45	1	5	2,64
Não vejo muitas perspectivas de trabalho na área de comunicação	45	1	5	2,31
Não aproveitei o curso como deveria	45	1	5	2,31
O mercado reconhece o papel de um tecnólogo em comunicação institucional	45	1	5	2,11
Valid N (listwise)	45			

A análise de media reflete o nível de concordância/discordância a respeito das afirmações apresentadas no quadro acima. De uma forma geral, apesar das limitações de uma análise de média, os alunos apresentam muita segurança em relação ao que

aprenderam, se sentem seguros e entendem o papel de um profissional de comunicação institucional e até vêem perspectivas de trabalho na área.

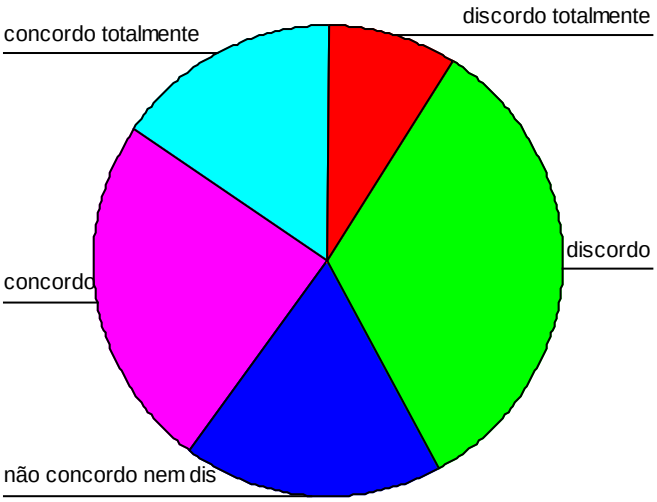
Em contrapartida demonstram problemas por serem tecnólogos e percebem um baixo reconhecimento do mercado de trabalho por um tecnólogo em comunicação institucional.

Além das questões apontadas acima vale destacar as ponderações em torno da satisfação e das expectativas dos respondentes. A respeito da afirmação “me considero satisfeito com o curso” o índice de concordância está retratado na figura 12.



E, em relação à afirmação “o curso supriu minhas expectativas” o índice de concordância está retratado na figura 13.

EXPECT


discordo totalmente
concordo totalmente
discordo
concordo
não concordo nem dis

Anexo 3 - TABELA DE EQUIVALÊNCIAS

Currículo do Curso Atual
Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional - CTCOM

Currículo do Novo Curso
Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional – CBCOM

CBCOM – Bacharelado					**CTCOM – Tecnologia**				
Per.	**Código**	**Unidade Curricular**	**CH**	**CH/A**	**Per.**	**Código**	**Unidade Curricular**	**CH**	**CHT**
1		Comunicação Oral e Escrita	2	36	1	CE51N	Laboratório de Produção de Textos Orais	4	64
1		Metodologia da Pesquisa	3	54	1	CE51K	Metodologia da Pesquisa	3	48
1		Comunicação Organizacional 1	4	72	2	CE52P	Teorias em Relações Públicas	4	64
1		Legislação e Comunicação	4	72	1	CE51P	Legislação e Comunicação	3	48
2		Língua e Comunicação	4	72	2	CE52J	Língua e Comunicação	4	64
2		Linguagem Visual 1	3	54	4	CE54K	Linguagem Visual 1	3	48
2		História da Comunicação no Brasil	4	72	2	CE52N	História da Comunicação no Brasil	2	32
3		Criação Publicitária	4	72	3	CE53M	Análise de Textos Publicitários	4	64
3		Comunicação Organizacional 3	4	72	4	CE54L	Terceiro Setor	3	48
3		Redação Jornalística	4	72	4	CE54M	Laboratório de produção de Textos Jornalísticos	4	64
4		Linguagem Visual 2	3	54	5	CE55K	Linguagem Visual 2	4	64
4		Editoração	3	54	3/4	DI53Z DI54Z	Editoração Eletrônica	2/3	32/ 48
4		Teoria da Comunicação 1	3	54	2	CE52L	Teoria da Comunicação I	4	64
4		Antropologia e Comunicação	4	72	3	CE53K	Cultura Organizacional e Comunicação	4	64
5		Teoria da Comunicação 2	3	54	3	CE53L	Teoria da Comunicação II	3	48
5		Planejamento da Comunicação	4	72	5	CE55L	Políticas da Comunicação Empresarial e Institucional	4	64
5		História das Ideias no Brasil	4	72	1/2	CE51C CE52O	História das Ideias do Brasil	3/3	48/ 48
5		Organização de Eventos	4	72	2	CE52K	Cerimonial e Protocolo de Eventos	3	48
6		Análise do Discurso	4	72	3	CE53J	Análise do Discurso	4	64
6		Cultura e Sociedade	3	54	3	CE53N	Cultura e Sociedade	3	48
6		Tecnologia e Sociedade	4	72	5	CE55O	Tecnologia e Sociedade	2	32
7		Ética e Comunicação	4	72	1	CE51L	Ética e Comunicação	4	64
7		Psicologia da Comunicação	4	72	4	CE54J	Psicologia da Comunicação	4	64
8		Crítica Cultural	4	72	5	CE55J	Crítica Cultural	4	64

Anexo 4 – Regulamento de TCC

Ministério da Educação
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
Câmpus Curitiba
Departamento de Comunicação e Expressão
Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional

REGULAMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) PARA O CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL (CBCOM) DA UTFPR

CURITIBA

Junho
2013

Regulamento Específico de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) – CBCOM

Capítulo I

Dos Objetivos e Características

Art. 1º - A elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso, doravante TCC, visa permitir ao aluno refletir sobre um tema relacionado à sua graduação – abordado em profundidade – de modo a mobilizar inclusive conhecimentos de outras áreas; com o objetivo de consolidar sua preparação tanto para a futura profissão quanto para uma possível continuidade de sua vida acadêmica nos estudos pós-graduados.

Art. 2º - O Trabalho de Conclusão de Curso tem por objetivos:

I. desenvolver nos discentes a capacidade de aplicação dos conceitos e das teorias adquiridas durante o curso de forma integrada através da execução de um projeto;
II. estimular nos acadêmicos a capacidade de planejamento e a disciplina para resolver problemas dentro das áreas de sua formação específica;
III. despertar o interesse pela pesquisa como meio para a resolução de problemas;
IV. aprimorar a habilidade de redação de trabalhos acadêmicos e de artigos técnicos, com emprego de linguagem adequada a textos de caráter técnico-científico e respeito à norma padrão da língua portuguesa, bem como às normas de apresentação e de formatação aplicáveis;
V. ampliar nos alunos a habilidade de expressar-se oralmente em público, visando apresentar e defender suas propostas e seus trabalhos perante bancas examinadoras e platéia, utilizando linguagem, postura, movimentação e voz adequadas para tal; este item engloba ainda a preparação de material audiovisual apropriado para uso durante as apresentações;
VI. estimular o espírito empreendedor nos alunos por meio da execução de projetos que levem ao desenvolvimento de produtos sob a orientação dos teóricos apresentados nas disciplinas;
VII. intensificar a extensão universitária por meio da resolução de problemas existentes no setor produtivo e na sociedade de maneira geral;
VIII. estimular a construção do conhecimento coletivo.

Capítulo II

Das Normas para Aprovação

Art. 3º - O Trabalho de Conclusão de Curso obedecerá ao Regulamento do Trabalho de Conclusão de Curso para os Cursos de Graduação da UTFPR (disponível em:

http://www.utfpr.edu.br/estrutura-universitaria/pro-reitorias/prograd/legislacao/utfpr-1/regulamento_tcc_utfpr.pdf).

Art. 4º - O TCC deverá conter entre 40 e 55 páginas (de elementos textuais) para que o aluno possa discorrer sobre o tema proposto de acordo com o postulado em seu anteprojeto, redigidas em norma padrão e com as temáticas pertinentes ao curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional, sendo orientado por professores do Câmpus Curitiba da UTFPR.

Art. 5º - Para atender à política do DACEX para minimizar o impacto ambiental e dinamizar a publicação do material, os projetos deverão:

I. ser elaborados usando a frente e o verso da página;
II. apresentar os títulos das referências em itálico.

Art. 6º - Ao final da disciplina TCC1, no quarto período, o aluno deverá apresentar um projeto de pesquisa, entre 8 e 14 páginas, como requisito para a avaliação.

Art. 7º - As ementas das disciplinas Trabalho de Conclusão de curso 1 e 2 serão as seguintes:

I. TCC1 – Elaboração de pré-projeto de pesquisa. Emprego de normas da ABNT e da UTFPR. Qualificação de pré-projeto.
II. TCC2 – Elaboração e defesa de monografia de conclusão de curso.

Capítulo III

Das Atribuições

Seção I - Do Professor Responsável pelo TCC

Art. 8º - Será responsável pelo TCC um professor da área de Comunicação, indicado pelo Coordenador do Curso.

Art. 9º - Compete ao professor responsável pela atividade de TCC:

I. organizar o calendário dos trabalhos, em suas distintas etapas: (1) apresentação das linhas de pesquisa dos professores, e número de vagas por orientador; (2) apresentação dos projetos de pesquisa dos alunos; (3) definição dos orientadores; (4) entrega das monografias; (5) definição das datas de qualificação e de defesa.

II. providenciar a documentação referente à qualificação e à defesa: ata, certificados de participação para os membros das bancas.

III. organizar a biblioteca eletrônica de monografias (conforme Instrução Normativa Conjunta 01/2011 – PROGRAD/PROPPG (Estabelece Normas e Procedimentos Operacionais para o Depósito de Trabalhos de Conclusão de Curso de Graduação e de Especialização, Dissertações e Teses nas Bibliotecas da UTFPR.) disponível em http://www.utfpr.edu.br/estrutura-universitaria/pro-reitorias/prograd/instrucoes-normativas/instrucao_normativa_conjunta_0111progradproppg).

Seção II - Dos Orientadores

Art. 10 - Serão considerados potenciais orientadores todos os professores vinculados ao curso de Comunicação e os professores dos diferentes departamentos do Câmpus Curitiba da UTFPR.

Art. 11 - Cada orientador responsabiliza-se por organizar os horários de orientação, autorizar os trabalhos para defesa e participar das bancas de TCC1 e TCC2.

Seção III - Dos Alunos

Art. 12 - Ao final da disciplina TCC1, o aluno deverá entregar um projeto de pesquisa sucinto em que devem constar: elementos pré-textuais (capa, folha de rosto, resumo, palavras-chave e sumário); elementos textuais (introdução, apresentação e delimitação do objeto de pesquisa, objetivos, justificativa, revisão de literatura e/ou estado da arte, fundamentação teórica, metodologia da pesquisa, resultados esperados) e elementos pós-textuais (referências, anexos e apêndices, se houver).

Art. 13 – Na hipótese de mudança dos membros da equipe, orientador e/ou tema do TCC o aluno ou equipe solicitante deverá encaminhar uma carta ao coordenador do curso que convocará o colegiado para deliberação. Somente após o veredicto do colegiado as mudanças poderão ser efetivadas.

Seção IV - Das monografias

Art. 14 - Na elaboração da monografia, o aluno deverá observar os aspectos formais da redação acadêmica e do trabalho científico.

Art. 15 - As monografias deverão seguir as normas da UTFPR (disponível em: http://www3.utfpr.edu.br/dibib/normas-para-elaboracao-de-trabalhos-academicos/normas_trabalhos_utfpr.pdf

Seção V - Da defesa

Art. 16 - A banca de defesa (TCC2) será composta pelo orientador e dois membros convidados. O aluno terá até 15 minutos para exposição de seu trabalho.

§ 1º - Cada membro convidado arguirá o aluno por um tempo máximo de 10 minutos e o aluno terá 10 minutos para resposta no final das arguições. O orientador contará com 5 minutos finais para contribuições.

§ 2º - A nota final da disciplina Trabalho de Conclusão de Curso 2 será obtida a partir da média aritmética entre as notas atribuídas por cada um dos membros da banca de defesa.

§ 3º - A banca de defesa poderá, a seu critério, estabelecer como requisito para aprovação a reelaboração do trabalho.

§ 4º - Compete à banca de defesa recomendar a divulgação eletrônica do trabalho.

§ 5º - A equipe deverá entregar, protocoladas, 3 (três) cópias do trabalho final dentro das normas da UTFPR para trabalhos acadêmicos (endereço para normas: http://www3.utfpr.edu.br/dibib/normas-para-elaboracao-de-trabalhos-academicos), na secretaria do Departamento Acadêmico de Comunicação e Expressão (DACEX) em data a ser publicada em edital com, no mínimo, 15 dias de antecedência.

§ 6º - Trabalhos copiados que caracterizem plágio serão analisados de acordo com a lei de direitos autorais.

§ 7º - Alunos devem chegar pelo menos 15 minutos antes da sua apresentação para evitar atrasos e antecipadamente checar compatibilidade de equipamentos.

Ministério da Educação
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
Câmpus Curitiba
Departamento de Comunicação e Expressão
Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional

(ANEXO 5)

MODELO DE PROJETO DE PESQUISA PARA QUALIFICAÇÃO EM TCC 1[3]

Elementos pré-textuais

Capa (conforme as orientações da instituição)

Folha de rosto (conforme as orientações da instituição)

Resumo: o resumo é o "resumo do pré-projeto". Assim, deve ir direto à proposta da pesquisa, ou seja, apresentar e delimitar o objeto, informar a fundamentação, a metodologia e os resultados esperados. o tempo verbal pode ser presente ou futuro. Cuidado: ele é o "cartão de visita" do trabalho. Deve ser bem elaborado e convidativo a fim de que outros pesquisadores se interessem em ler o trabalho todo. Entre 100 e 150 palavras.

Palavras-chave: as palavras-chave são as que mais sintetizam a pesquisa; são as que mais aparecem no trabalho. Sempre do genérico para o específico; de 03 a 05.

Sumário

Elementos textuais

1. Introdução

1.1 Apresentação e delimitação do objeto de pesquisa: identificar o objeto da análise; delimitar a extensão e profundidade que se pretende adotar no enfoque; demonstrar, de forma sintética, o que se pretende fazer, ou seja, as ideias mestras do desenvolvimento da análise. Exemplo: As imagens do MST nas capas da revista Veja no período de março de 2006 a março de 2008. Deve-se delimitar o objeto, pois a pesquisa deverá ocorrer em um semestre ou, no máximo, dois.

[3] Elaborado pela professora Angela Rubel Fanini, com adaptações.

1.2 Objetivo: descrever sobre a intenção ao propor a pesquisa. Sintetizar o que pretende alcançar com a pesquisa.

Os objetivos devem estar coerentes com o problema e a justificativa, sendo claros, sucintos e diretos.

O objetivo geral será a síntese do que se pretende alcançar, e os objetivos específicos definem as etapas que devem ser cumpridas para alcançar o objetivo geral. Devem ocorrer, usando-se o verbo no infinitivo.

1.3 Justificativa: Descrever sobre "o porquê" da realização da pesquisa, procurando identificar as razões da preferência pelo tema escolhido e sua importância.

Avaliar se o tema é relevante. relatar quais os pontos positivos que se percebe na abordagem proposta e quais as vantagens e benefícios que a pesquisa irá proporcionar.

A justificativa deverá convencer quem for ler o projeto, com relação à importância e à relevância social, acadêmica ou política da pesquisa proposta.

1.4 Revisão de literatura ou estado da arte: responder às questões: quem já escreveu e o que já foi publicado sobre o assunto, que aspectos já foram abordados, quais as lacunas existentes na literatura.

A revisão de literatura é fundamental porque fornecerá elementos para evitar a duplicação de pesquisas sobre o mesmo enfoque do tema.

1.5 Fundamentação Teórica: identificar as teorias que darão sustentação para a análise do objeto de pesquisa em tela. não há como fazer pesquisa sem apresentar teóricos cujas ideias e conceitos nortearão a análise.

A terminologia usada e os conceitos devem estar vinculados à teoria ou teorias que dão sustentação à pesquisa.

1.6 Metodologia da pesquisa: descrever como será realizada a pesquisa. O caminho a ser percorrido pela análise do objeto. É uma descrição técnica de como será desenvolvido o trabalho. devem estar detalhadas, de forma lógica e linear, todas as etapas do projeto.

Eventualmente, durante a descrição, serão necessárias justificativas para a escolha de um ou outro método.

A abordagem que será utilizada para a análise dos resultados também deve ser explicitada, indicando o teste estatístico ou processo analítico que permitirá a extração de conclusões.

Poderão também ser definidos os tipos de pesquisa (descritiva; quantitativa; qualitativa; de campo; aplicada; teórica; experimental; estudo de caso; bibliográfica; documental; de laboratório, pesquisa-ação), a população (universo da pesquisa), a amostragem, os instrumentos de coleta de dados (questionários, entrevistas, observação in loco) e a forma como pretende tabular e analisar seus dados.

2. Resultados esperados

Nesta seção, ater-se aos possíveis resultados esperados. No projeto de pesquisa, ou seja, TCC 1, essa etapa não é ainda desenvolvida, somente sinalizada. quando se fizer o TCC 2, aí, sim, essa etapa será desenvolvida em profundidade.

Elementos pós-textuais

Referências: referenciar somente os documentos usados no desenvolvimento da monografia, conforme ABN (NBR 6023, 2002) ou normas da UTFPR. (Não especificamos número de laudas. Vai depender de quantos documentos foram citados)

Anexos (documento de outrem) e Apêndices (documento elaborado pelos pesquisadores) (se houver)

OBSERVAÇÕES:

1. Usar normas da UTFPR para realização de trabalhos acadêmicos.
2. Redigir em 1.ª pessoa do plural ou 3º do singular. Evitar 1º pessoa do singular. Sempre usando norma escrita culta da língua portuguesa.
2. Se os alunos seguirem esses itens nessa ordem dada, o projeto de pesquisa terá todas as seções necessárias. Apenas consultar as normas da UTFPR para os detalhes de capa, folha de rosto, citação, referência, paginação etc.
3. Títulos de obras, preferencialmente em itálico e não em negrito (menos impacto ambiental).
4. Afora os anexos e apêndices (se houver), o projeto deve ter entre 10 e 12 páginas.
5. Título: há uma tendência a que os títulos sejam extensos e descrevam de modo sintético o assunto.

Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional

(ANEXO 6)

Ficha para avaliação da defesa de TCC2

título do trabalho: _____

nomes dos alunos (nº): _____
_____

prof. orientador: _____

data de apresentação: __/ __/ 201_ hora início: _____ hora fim: _____

critérios a serem observados	ótimo	Bom	reg.	fraco	nulo
quanto à apresentação:					
1.os tópicos (assuntos a serem abordados) foram expostos com clareza e em norma oral culta?					
2. o aluno demonstra interesse e segurança no assunto que está apresentando?					
3. os recursos empregados (slides, transparências, quadros) são condizentes com o conteúdo abordado?					
4. o tempo de apresentação está adequado?					
quanto ao trabalho:					
6. o trabalho final (entregue antes da apresentação) foi elaborado de forma clara e concisa?					
7. o trabalho final (entregue antes da apresentação) foi elaborado dentro das normas da abnt?					
8. grau referente ao valor acadêmico, às inovações apresentadas ou à utilidade prática do trabalho.					

	aprovado	não aprovado

situação final do trabalho	nota final (0-10):

existem condições específicas para aprovação? (sim/ não)	

observações adicionais:

_____

_____

nome do(a) professor(a) avaliador(a):	assinatura:

A aprovação do trabalho de conclusão de curso está condicionada à entrega da versão final em que devem ser feitas as alterações apresentadas pela banca.

Curso de Bacharelado em Comunicação Organizacional

(ANEXO 7)

Ficha para avaliação da defesa de TCC1

Termo de aprovação

Qualificação de proposta de trabalho de conclusão de curso

curitiba, ___/_____/_____

título da proposta: _____

autores: _____

( ) aprovada ( ) aprovada com restrições ( ) reprovada

observações:

_____

_____

_____

_____

_____

_____

banca	Nome	assinatura
orientador(a)		
professor convidado		
professor convidado		