

## **Projeto Pedagógico**

### **Bacharelado em Relações Públicas**

#### **1. OFERTA DO CURSO**

##### **REGIME ESCOLAR**

Seriado Semestral/Crédito

##### **CARGA HORÁRIA**

3205 horas

##### **DURAÇÃO MÍNIMA**

8 semestres

##### **MODALIDADE**

##### **Presencial**

- **Presencial:** aulas presenciais, com uso predominante de metodologias ativas em sala de aula e/ou espaços de prática, além de disciplinas ofertadas a distância por meio de ambiente virtual de aprendizagem conforme matriz curricular específica. Esta modalidade poderá conter oferta de carga horária na modalidade de Ensino a Distância - EAD na organização pedagógica e curricular, até o limite de 20% da carga horária total do curso.
- **Presencial Flex:** aulas presenciais, com uso predominante de metodologias ativas em sala de aula e/ou espaços de prática, além de disciplinas ofertadas a distância por meio de ambiente virtual de aprendizagem conforme matriz curricular específica. Esta modalidade poderá conter oferta de carga horária na modalidade de Ensino a Distância - EAD na organização pedagógica e curricular, até o limite de 40% da carga horária total do curso, conforme determinado na Portaria MEC No. 2117, de 06 de dezembro de 2019 e publicada no Diário Oficial da União em 12 de dezembro de 2019.

#### **ATOS AUTORIZATIVOS DO CURSO E ÚLTIMOS RESULTADOS DE AVALIAÇÕES REALIZADAS PELO MEC**

O curso de Relações Públicas do Centro Universitário FMU-FAIMFAAM vem se destacando no mercado, levando em consideração as transformações que as organizações vêm sofrendo face às novas tecnologias da informação e a abertura de novos mercados em áreas distintas, o projeto do Curso de Relações Públicas do Centro Universitário FMU-FAIMFAAM vem foi estruturado para

possibilitar ao futuro relações-públicas uma visão geral do campo de atuação, passando por atividades práticas em diversos meios, o que pode ser notado conforme os atos autorizativos do curso e os últimos resultados de avaliações realizadas pelo MEC podem ser observados no Anexo A.

## **2. APRESENTAÇÃO E DIFERENCIAIS DO CURSO**

A área de Relações Públicas é um dos pilares de uma empresa ou instituição no que se refere à boa reputação e manutenção de sua imagem perante seu público – tanto internamente, quanto externamente. O curso de Relações Públicas une experiência e inovação ao oferecer todas as ferramentas necessárias para formar profissionais de comunicação capazes de realizar diagnósticos e ações com refinado pensamento estratégico.

Seu trabalho se volta tanto para o público externo (clientes, fornecedores e agentes do governo) quanto para o interno (funcionários). Organiza programas de integração com a comunidade e atividades promocionais. Para isso, define estratégias e executa projetos de comunicação, transmitindo os valores, objetivos e as ações das organizações. Trata-se de um curso extremamente importante no contexto atual, onde a complexidade das formas de comunicação contemporâneas necessitam de boas práticas e criatividade para se destacarem.

## **3. PÚBLICO ALVO E ÁREAS DE ATUAÇÃO**

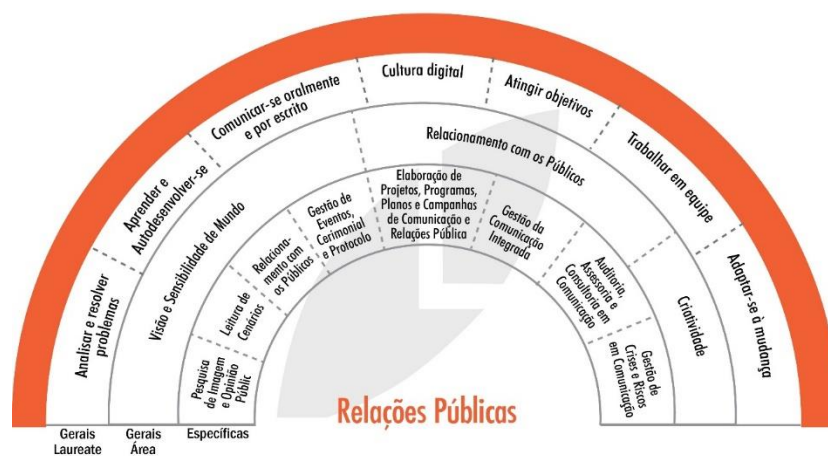
O curso se destina a pessoas interessadas a desenvolverem pensamento estratégico e criativo no âmbito dos processos comunicacionais, ao ampliar ou formalizar competências profissionais na área do curso. O mercado tem se comportado de maneira positiva na absorção de egressos do curso, que podem ocupar posições de trabalho nos setores público e privado, nas áreas de comunicação institucional, atendimento ao cliente, eventos, pesquisa de opinião, planejamento estratégico, projetos institucionais, redes sociais e relações governamentais.

## **4. OBJETIVO GERAL DO CURSO**

Formar profissionais aptos a desenvolver políticas de articulação com os diversos públicos que se relacionam com a instituição. Trabalhar a comunicação de forma integrada e planejada estrategicamente, com uma visão inovadora alinhada aos movimentos do mercado contemporâneo.

## **5. COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS DO EGRESSO**

As seguintes competências expressam o perfil profissional do egresso do curso:



## 6. MATRIZ CURRICULAR

Curso: Relações Públicas				Modalidade do Componente Curricular	
CICLOS	Período/Série	Disciplina	CH Total	Presencial	Presencial Flex
1º	1º Período	ARTE, CULTURA E ESTÉTICA	66	Presencial	Presencial
		COMUNICAÇÃO	88	Online	Online
		COMUNICAÇÃO VISUAL	66	Presencial	Online
		REDAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	66	Presencial	Presencial
		TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	66	Presencial	Online
		TEORIAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS	66	Presencial	Presencial
	2º Período	COMUNICAÇÃO INTEGRADA	66	Presencial	Presencial
		CULTURA DIGITAL	66	Presencial	Online
		FUNDAMENTOS DE MARKETING	66	Presencial	Online
		GESTÃO DE STAKEHOLDERS	66	Presencial	Presencial
		LIDERANÇA, CULTURA E COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL	66	Presencial	Presencial
		METODOLOGIA CIENTÍFICA	88	Online	Online
<b>TOTAL:</b>			<b>836</b>	<b>0</b>	
2º	3º Período	ANTROPOLOGIA E CULTURA BRASILEIRA	88	Online	Online
		LINGUAGEM AUDIOVISUAL	66	Presencial	Online
		PESQUISA DE OPINIÃO	66	Presencial	Online
		PRÁTICAS EM RELAÇÕES PÚBLICAS: COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	66	Presencial	Presencial
		RELACIONAMENTO COM MÍDIA	66	Presencial	Presencial
	4º Período	DESENVOLVIMENTO HUMANO E SOCIAL	88	Online	Online
		FOTOGRAFIA	66	Presencial	Online

		LINGUAGEM E DISCURSO	66	Presencial	Presencial
		PESQUISA DE MERCADO	66	Presencial	Online
		PRÁTICAS EM RELAÇÕES PÚBLICAS: COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA	66	Presencial	Presencial
<b>TOTAL:</b>			<b>704</b>	<b>0</b>	
3º	5º Período	CERIMONIAL, PROTOCOLO E ETIQUETA	66	Presencial	Presencial
		COMUNICAÇÃO PÚBLICA	66	Presencial	Online
		DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS	88	Online	Online
		GESTÃO DE EVENTOS	66	Presencial	Presencial
		PRÁTICAS EM RELAÇÕES PÚBLICAS: COMUNICAÇÃO INTERNA	66	Presencial	Presencial
<b>TOTAL:</b>			<b>352</b>	<b>0</b>	
4º	6º Período	EMPREENDEDORISMO	88	Online	Online
		GESTÃO DE CRISES	66	Presencial	Presencial
		PRÁTICAS EM RELAÇÕES PÚBLICAS: COMUNICAÇÃO COM TERCEIRO SETOR	66	Presencial	Presencial
		RELAÇÕES PÚBLICAS GOVERNAMENTAIS	66	Presencial	Presencial
		RESPONSABILIDADE SOCIAL E TERCEIRO SETOR	66	Presencial	Presencial
<b>TOTAL:</b>	<b>TOTAL:</b>		<b>352</b>	<b>0</b>	
5º	7º Período	ÉTICA E LEGISLAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	66	Presencial	Presencial
		GESTÃO DE COMUNICAÇÃO EM REDE	66	Presencial	Presencial
		MÉTRICAS E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS	66	Presencial	Presencial
		OPTATIVA	66	Online	Online
		TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RELAÇÕES PÚBLICAS I	66	Presencial	Presencial
<b>TOTAL:</b>	<b>TOTAL:</b>		<b>330</b>	<b>0</b>	
6º	8º Período	ASSESSORIA E CONSULTORIA EM COMUNICAÇÃO	66	Presencial	Presencial
		ATIVIDADES COMPLEMENTARES	200	Presencial	Presencial
		ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	200	Presencial	Presencial
		ESTUDOS CONTEMPORÂNEOS EM RELAÇÕES PÚBLICAS	66	Presencial	Online
		TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RELAÇÕES PÚBLICAS II	99	Presencial	Presencial
<b>TOTAL:</b>	<b>TOTAL:</b>		<b>631</b>	<b>0</b>	

## 7. EMENTÁRIO

ARTE, CULTURA E ESTÉTICA

Contextualiza as diferentes linguagens manifestas na cultura e na arte, propondo reflexão e análise crítica. Apresenta a evolução histórica dos movimentos e das vanguardas das representações artísticas ao longo dos anos, visando a ampliação do repertório cultural e a discussão de suas implicações na contemporaneidade. Compreende e analisa as diversas conexões entre arte, comunicação e estética em nosso cotidiano e na sociedade contemporânea.

## COMUNICAÇÃO

Estuda o processo comunicativo em diferentes contextos sociais. Discute o uso de elementos linguísticos adequados às peculiaridades de cada tipo de texto e situação comunicativa. Identifica e reflete sobre as estratégias linguístico-textuais em gêneros diversificados da oralidade e da escrita.

## COMUNICAÇÃO VISUAL

A disciplina enfoca a sintaxe construtiva da linguagem visual, desde a teoria das cores e tipografias até os elementos técnicos para a materialização de ideias criativas. Mostra a união entre a teoria e a prática da comunicação visual visando formas de desenvolvimento de projetos visuais

## REDAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Desenvolve a prática da redação e da argumentação a ser apresentada aos diferentes públicos estratégicos, enfatizando estilos e gêneros, sobretudo, no que concerne à Comunicação Integrada para os diferentes meios.

## TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

Discute as principais escolas e teorias que estudam o desenvolvimento e a aplicação da Comunicação Social nos aspectos políticos, sociais, tecnológicos e econômicos. Apresenta as características das representações e seus efeitos estéticos, persuasivos e informacionais. Discute princípios de direitos humanos e a representação das minorias nas mídias tradicionais e alternativas

## TEORIAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Aprofunda os conhecimentos sobre teorias de Relações Públicas com a discussão de processos comunicacionais e relacionamentos com públicos de interesse. Discute ainda os novos paradigmas e as teorias contemporâneas de Relações Públicas e sua influência na atualidade. Discute modelos de avaliação de diferentes autores. o texto informado e utilizar recursos de destaque para apontar exclusões/inclusões.

## COMUNICAÇÃO INTEGRADA

A disciplina discute os processos de comunicação, explorando os conceitos e nomenclaturas da comunicação de massa, no âmbito mercadológico, classificando as diferentes formas de mídia tradicionais, bem como os novos canais.

## CULTURA DIGITAL

A disciplina aborda os aspectos comunicacionais, socioculturais, tecnológicos e mercadológicos da convergência midiática e da cultura digital. Oferece uma análise das estruturas e características do ambiente digital e suas implicações na contemporaneidade. Busca, ainda, o exercício de práticas comunicacionais desenvolvidas em ambientes multimidiáticos e de criação de conteúdos digitais. A disciplina tem também por objetivos oferecer a reflexão sobre a sociabilidade e as interações digitais em rede; a tecnologia e a cibercultura; a democracia, a esfera pública e as desigualdades digitais; e o ativismo em rede.

## FUNDAMENTOS DE MARKETING

Discute o processo de planejamento, implantação e gestão de marketing, abordando o conceito e o papel do marketing nas organizações, as questões referentes à segmentação, o posicionamento e a colocação no mercado, além de descrever o composto do marketing. Enfatiza ainda a manutenção e o crescimento em mercados correntes e a abertura de novos mercados.

## GESTÃO DE STAKEHOLDERS

A disciplina introduz as principais técnicas de Relações Públicas. Discute o papel do profissional como estrategista que prevê e articula os recursos comunicacionais. Elabora ainda o mapeamento dos públicos mediante diferentes tipologias.

## LIDERANÇA, CULTURA E COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

Discute o comportamento humano nas organizações sob três perspectivas: do indivíduo, do grupo e do sistema organizacional. Introduz elementos do comportamento humano, como aptidões, características pessoais e personalidade, além de abranger conceitos sobre motivação, grupos e equipes, comunicação, liderança, poder e política, conflitos e negociação, cultura, mudança e ética.

## METODOLOGIA CIENTÍFICA

A disciplina discute o conhecimento e o método científico. O enfoque recai nas etapas de pesquisa científica e nas normas e apresentação de trabalhos acadêmicos. Versa ainda sobre os gêneros textuais científicos e aspectos éticos na pesquisa.

## ANTROPOLOGIA E CULTURA BRASILEIRA

Trata da construção do conhecimento antropológico e o objeto da antropologia. Analisa a constituição da sociedade brasileira em suas dimensões histórica, política e sociocultural; a diversidade da cultura brasileira e o papel dos grupos indígena, africano e europeu na formação do Brasil. Enfatiza o papel dos Direitos Humanos.

#### LINGUAGEM AUDIOVISUAL

Conhecer os princípios básicos da linguagem audiovisual relacionados à percepção a imagem eletrônica, técnicas de enquadramento, movimento, composição, iluminação, sonorização, desenho sonoro e edição de imagem e som em um jogo digital.

#### PESQUISA DE OPINIÃO

A disciplina aborda a criação do conceito de Opinião Pública e sua adoção na área de Relações Públicas. Desta forma, ela fornece subsídios para o planejamento e execução de uma pesquisa de Opinião Pública apresentando a estrutura de um projeto e os elementos que o compõe. A disciplina tem por objetivo produzir conhecimento básico no campo da abordagem qualitativa e quantitativa, por meio de técnicas de análise e concepções de pesquisa.

#### PRÁTICAS EM RELAÇÕES PÚBLICAS: COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Desenvolve a aplicação do conhecimento teórico e técnico na criação de um planejamento estratégico em Relações Públicas, retomando as diferentes mídias utilizadas nos projetos anteriores e seus diversos públicos de interesse. Discute e aplica a formação de imagem institucional e o discurso organizacional na construção da percepção positiva dos públicos.

#### RELACIONAMENTO COM A MÍDIA

Aborda a evolução histórica, atual configuração e perspectivas futuras do relacionamento com as mídias no contexto organizacional, governamental e do terceiro setor, incluindo a gestão de crises em comunicação. Discute a preparação de mensagens de interesse corporativo e o papel das novas "agências de comunicação" na sociedade e suas relações com grupos de poder (político, econômico e imprensa).

#### DESENVOLVIMENTO HUMANO E SOCIAL

Apresenta as transformações do ser humano e das relações de trabalho nas diferentes configurações geográficas e na evolução tecnológica e discute o ser humano no mercado de trabalho sob a perspectiva da cidadania e sustentabilidade.

#### FOTOGRAFIA

Promove análises e reflexões sobre a fotografia e sua utilização como recurso de linguagem na produção audiovisual dando ênfase para o domínio tecnológico dos equipamentos disponíveis para o exercício consciente e responsável do fotógrafo.

## LINGUAGEM E DISCURSO

Discute e aprofunda o estudo das linguagens e discursos em diferentes meios, com direção à comunicação organizacional, tendo como foco as estratégias institucionais, mercadológicas, de comunicação interna e operacionais. Trata ainda de aprofundar o entendimento das linguagens e estruturas dos discursos audiovisuais e digitais, sempre com foco em Relações Públicas.

## PESQUISA DE MERCADO

Estuda conceitos fundamentais da pesquisa de mercado na metodologia qualitativa e quantitativa. Introduz, enfoca e aprofunda o planejamento de pesquisa, a definição dos objetivos, elaboração de instrumentos de coleta de dados, aplicação, tratamento dos dados e elaboração do relatório final da pesquisa

## PRÁTICAS EM RELAÇÕES PÚBLICAS: COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA

Contempla a aplicação do conhecimento teórico e técnico na criação de um planejamento em Relações Públicas, retomando as diferentes mídias utilizadas nos projetos anteriores e diferentes públicos de interesse. Foca no projeto na comunicação mercadológica, introduzindo a linguagem publicitária utilizada nesse tipo de comunicação.

## CERIMONIAL, PROTOCOLO E ETIQUETA

Aborda situações do convívio sócio profissional num contexto global e multicultural, enfatizando a construção de uma imagem pessoal coerente. Trata ainda das normas e das leis de cerimonial e protocolo, etiqueta pessoal e corporativa, como ferramentas que auxiliam o profissional na

## COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Estuda a formação de opinião pública e comunicação pública no Brasil. Explora conceitos de espaço público e cidadania. Comunicação política e governamental. Sociedade, instituições e Estado como vozes da comunicação pública.

## DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS

Estuda temas relevantes da contemporaneidade como o processo de construção da cidadania e suas respectivas interfaces com os direitos humanos, ética e diversidade. Analisa as interferências antrópicas no meio ambiente e discute o desenvolvimento sustentável e o impacto das inovações tecnológicas. Aborda ainda tendências e diretrizes sociopolíticas, e questões de responsabilidade social e justiça.

## GESTÃO DE EVENTOS



Oferece um panorama histórico dos eventos para abordar as tipologias e os conceitos de eventos sociais, corporativos, culturais, esportivos, técnico-científicos. Apresenta ainda a importância das etapas do planejamento de um evento, abordando a análise de custos, a produção, a logística e o retorno do investimento.

#### PRÁTICAS EM RELAÇÕES PÚBLICAS: COMUNICAÇÃO INTERNA

Orienta a aplicação do conhecimento teórico e técnico na criação de um planejamento estratégico em Relações Públicas, retomando as diferentes mídias utilizadas nos projetos anteriores e seus diferentes públicos de interesse. Foca na comunicação interna como articuladora de relacionamentos e introduz a teoria e prática das mensagens jornalísticas como ferramenta de interação.

#### EMPREENDEDORISMO

Apresenta a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento, bem como os seus conceitos de e evolução histórica. Descreve o empreendedorismo como competência sócio emocional e as características do Comportamento Empreendedor como criatividade, empreendedorismo e inovação. Demonstra a ação empreendedora nos âmbitos corporativo, social e na criação de Novos Negócios.

#### GESTÃO DE CRISES

A disciplina resgata e discute as diversas linhas de teorização acerca da gestão de crise organizacional, refletindo sobre o papel do comunicador na gestão de relacionamentos como ação institucional. Dá ênfase aos processos da comunicação interpessoal, às práticas de gestão de crises de imagem e de reputação e seus desdobramentos à luz do cenário organizacional.

#### PRÁTICAS EM RELAÇÕES PÚBLICAS: COMUNICAÇÃO COM TERCEIRO SETOR

A disciplina discute os aspectos das práticas em Relações Públicas sob a perspectiva da comunicação em organizações do terceiro setor. Desenvolver e aplicar a experiência com os conceitos de identidade, imagem e reputação corporativa, além dos planos de comunicação institucional dentro da comunicação organizacional integrada.

#### RELAÇÕES PÚBLICAS GOVERNAMENTAIS

A disciplina discute as possibilidades de atuação de Relações Públicas na esfera da comunicação pública, enfatizando o conceito de imagem pública a partir do interesse e o debate público. Enfatiza as Relações Públicas governamentais e institucionais com as estratégias de comunicação voltadas às organizações do Primeiro Setor, seja no Poder Executivo, Legislativo e Judiciário.

#### RESPONSABILIDADE SOCIAL E TERCEIRO SETOR

Estudar os principais conceitos da Responsabilidade Social Empresarial e as ações convergentes com o Terceiro Setor. Além disso, pretende-se apresentar conceitos e análises do nível de risco associado ao desempenho em diferentes dimensões da sustentabilidade corporativa, numa abordagem histórica e apresentação dos desafios contemporâneos.

## ÉTICA E LEGISLAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Estudar e analisar o cenário contemporâneo das Relações Públicas, acompanhando as transversalidades nos campos do conhecimento científico e prático da comunicação. Além disso, visa discutir as rupturas dos modelos tradicionais de relacionamento com os públicos de interesse, com a implantação de novas estratégias de interação, fidelização e gestão da comunicação.

## GESTÃO DE COMUNICAÇÃO EM REDE

Estudar os principais conceitos da gestão de comunicação em rede, por meio das Relações Públicas em ambientes digitais. Além de analisar o impacto das tecnologias digitais na sociedade contemporânea e as novas formas de interação das redes sociais.

## MÉTRICAS E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

Estudar as técnicas de análise de resultados das ações de Relações Públicas e sobre o retorno de investimentos em comunicação para garantir a viabilidade econômica do plano de ações, sobretudo, no que concerne à Comunicação Integrada para os diferentes meios.

## TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RELAÇÕES PÚBLICAS I

A disciplina introduz e desenvolve os conceitos teóricos e práticos que subsidiam a pesquisa e a execução do Trabalho de Conclusão de Curso. Orienta a realização do trabalho, bem como discute e organiza a aplicação das atividades desenvolvidas nas outras disciplinas de apoio.

## ASSESSORIA E CONSULTORIA EM COMUNICAÇÃO

A disciplina aborda as questões da prática profissional de assessoria e consultoria em comunicação focando o relacionamento das organizações com os seus diferentes públicos. Propõem-se a trabalhar as ferramentas básicas da atividade de assessoria para capacitar o corpo discente em formatos e lógicas de mercado para o atendimento externo de comunicação. Discute a função de assessoramento de Relações Públicas e suas possibilidades para a atuação profissional do egresso.

## ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Atividades práticas e/ou teóricas, relacionadas ao contexto do curso que contribuem na formação profissional mais ampla do estudante, envolvendo alternativa ou simultaneamente, produção, pesquisa, intercâmbio, visitas técnicas, participação em eventos e outras consideradas próprias ao curso.

### ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Desenvolve atividades de aprendizagem profissional, cultural e social através da prática supervisionada; propicia ao aluno a participação em situações reais de trabalho obedecendo ao(s) critério(s) de compatibilidade com a natureza e os objetivos do curso de Relações Públicas.

### ESTUDOS CONTEMPORÂNEOS EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Estudar e analisar o cenário contemporâneo das Relações Públicas, acompanhando as transversalidades nos campos do conhecimento científico e prático da comunicação. Além disso, visa discutir as rupturas dos modelos tradicionais de relacionamento com os públicos de interesse, com a implantação de novas estratégias de interação, fidelização e gestão da comunicação.

### TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RELAÇÕES PÚBLICAS II

Aprofunda o planejamento de pesquisa, a estrutura e tipos de trabalhos científicos, as bases de dados e fontes de pesquisa, o processo de pesquisa, a formatação do trabalho científico, a delimitação de tema, título e problema de pesquisa, os objetivos de pesquisa, a contextualização e a justificativa de pesquisa, a fundamentação teórica da pesquisa e a estrutura metodológica.

### OPTATIVA

A proposta curricular é marcada pela flexibilidade que se materializa na oferta de disciplinas Optativas, aumentando o leque de possibilidade de formação para os estudantes com disciplinas que visam agregar conhecimentos ao estudante e enriquecer o currículo permitindo a busca do conhecimento de acordo com o interesse individual.

### ATIVIDADE COMPLEMENTAR

As Atividades Complementares constituem práticas acadêmicas obrigatórias, para os estudantes dos cursos de graduação, em conformidade com a legislação que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Superior e com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Tem o propósito de enriquecer o processo de ensino-aprendizagem, privilegiando a complementação da formação social e profissional e estão formalizadas na Instituição por meio de Regulamento próprio devidamente aprovado pelas instâncias superiores, estando disponível para consulta.

## 8. METODOLOGIA, SISTEMA DE AVALIAÇÃO E DE FREQUÊNCIA

### Componente Curricular presencial

- **Metodologia:** O curso visa desenvolver os talentos e competências de seus estudantes para que se tornem profissionais éticos, críticos, empreendedores e comprometidos com o desenvolvimento social e ambiental. A aprendizagem é entendida como um processo ativo, por meio do qual conhecimentos, habilidades e atitudes são construídos pelo estudante a partir da relação que estabelece com o mundo e com as pessoas com quem se relaciona. As aulas são estruturadas de forma a garantir elementos didáticos significativos para a aprendizagem.
- **Avaliação e frequência:** A avaliação do desempenho escolar é realizada de forma continuada, por meio do uso de diferentes instrumentos de avaliação. Para aprovação, a Nota Final da disciplina deverá ser igual ou superior a 6,0 (seis), além da necessária frequência mínima de 75% da carga horária total da disciplina.

### Componente Curricular online

- **Metodologia:** é disponibilizado um Ambiente Virtual de Aprendizagem (*Blackboard*), além de promover a familiarização dos estudantes com a modalidade a distância. No modelo *web-based*, o processo educativo é realizado com base na aprendizagem colaborativa e significativa, por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação. O objetivo é proporcionar uma relação de aprendizagem que supere as dimensões de espaço/tempo e que desenvolva competências necessárias para a formação dos futuros profissionais, valorizando o seu papel ativo no processo.
- **Avaliação e frequência:** A avaliação do desempenho escolar é realizada no decorrer da disciplina, com entrega de atividades online e a realização de uma prova presencial, obrigatória, realizada na instituição ou polo de apoio presencial em que o estudante está devidamente matriculado. Para aprovação, a Nota Final da disciplina deverá ser igual ou superior a 6,0 (seis). Outro critério para aprovação é a frequência mínima de 75% da carga horária total da disciplina. A frequência é apurada a partir da

completude das atividades propostas no Ambiente Virtual de Aprendizagem.

## **9. QUALIFICAÇÃO DOS DOCENTES**

O corpo docente é constituído por professores especialistas, mestres e doutores e de reconhecida capacidade técnico-profissional, atendendo aos percentuais de titulação exigidos pela legislação.

No Anexo B, tem-se a relação dos professores que integram o corpo docente do curso.

## **10. INFRAESTRUTURA**

Dentre os espaços mínimos apresentados nas sedes das Instituições encontram-se:

- Instalações administrativas para o corpo docente e tutorial e para o atendimento aos candidatos e estudantes;
- Sala(s) de aula para atender às necessidades didático-pedagógicas dos cursos ou encontros de integração;
- Recursos de Informática para o desenvolvimento de atividades diversas, com acesso à internet;
- Áreas de convivência;
- Biblioteca: a consulta às bibliografias básica e complementar são garantidas na sua totalidade em bases de acesso virtuais disponíveis no Ambiente Virtual de Aprendizagem, página da biblioteca, área do aluno e acervos físicos. A IES e os polos contam com espaços de estudos. Desta forma, procura-se assegurar uma evidente relação entre o acervo com o Projeto Pedagógico do Curso, assim como manter uma constante atualização das indicações bibliográficas das disciplinas que compõem a estrutura curricular de cada curso. O acesso à informação é facilitado por serviços especializados, bem como pela disponibilização de computadores nas bibliotecas com acesso à Internet para execução de pesquisa e acesso à bases de periódicos indexados e portais de livros eletrônicos. As consultas aos acervos local e online estão disponíveis por meio da página da biblioteca no endereço: <https://portal.fmu.br/biblioteca/>
- Laboratórios didáticos especializados e profissionais: de acordo com o(s) curso(s) ofertado(s), deverão constar laboratórios didáticos específicos em

consonância com a proposta pedagógica do curso.

- Conheça os locais de oferta do curso, para todas as modalidades, no site institucional: <http://portal.fiamfaam.br/graduacao/cursos/relacoes-publicas/>

## ANEXO A – ATOS AUTORIZATIVOS DO CURSO E ÚLTIMOS RESULTADOS DE AVALIAÇÕES REALIZADAS PELO MEC

Modalidade/Local de Oferta	Ato Autorizativo - Criação	Último Ato Autorizativo (Reconhecimento ou Renovação de Reconhecimento)	Conceito de Curso (CC)	ENADE	Conceito Preliminar de Curso (CPC)
Presencial/Campus Ana Rosa	Resolução s/n de 5 de agosto de 2011, do CONSUN	Portaria n° 858 de 04 de agosto de 2017, publicada no Diário Oficial da União n° 150 de 07 de agosto de 2017	4	-	-

OBS.: O curso de Relações Públicas não realiza ENADE desde 2009, conseqüentemente não tem CPC, nem IDD.

## ANEXO B – RELAÇÃO DOS PROFESSORES QUE INTEGRAM O CORPO DOCENTE DO CURSO

Nome do Docente	Titulação	Regime de Trabalho
ADALBERTO PORFÍRIO SILVESTRE	ESPECIALISTA	H
ANDREA LLOPIS	MESTRE	H
BARBARA MARUNO RUFINO	ESPECIALISTA	H
BENEDITO MORAES	MESTRE	T.I
CAMILA ACOSTA CAMARGO	MESTRE	H
CÉSAR FUENTES MOLINA	MESTRE	H
CRISTIANE SAMBUGARO	MESTRE	T.I
DANILO POSTINGUEL	DOCTOR	H
EDILIANE BOFF	DOCTOR	H
EFREM BEZERRA	MESTRE	H
GEAN GONCALVES	MESTRE	H
GLORIA NEGRELOS	MESTRE	T.I
GUY ALMEIDA	MESTRE	H
JORGE GONCALVES	MESTRE	H

KALUAN BERNARDO	MESTRE	T.I
MARCELO RODRIGUES	MESTRE	H
MONICA MARQUES	MESTRE	H
NICOLE MORIHAMA	MESTRE	T.I
JOAO NAVARRO	MESTRE	H
RITA RIBAS	MESTRE	H
ROGERIO K. SILVA	ESPECIALISTA	H
ROSANA MAURO	DOUTOR	H
SHIRLEY SALAZAR	MESTRE	H
SIMONE CARVALHO	DOUTOR	H
WILLIAM PIANCO	DOUTOR	H