



Projeto PEDAGÓGICO DE CURSO

Relações Públicas

Projeto Pedagógico Resumido

Bacharelado em Relações Públicas

1. OFERTA DO CURSO

REGIME ESCOLAR

Seriado Semestral/Crédito

CARGA HORÁRIA

3.154 horas

DURAÇÃO MÍNIMA

8 semestres

MODALIDADE

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 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.

EaD: aulas a distância por meio de Ambiente Virtual de Aprendizagem e mediação tutores; encontro presencial obrigatório para avaliação individual da aprendizagem do aluno; podendo ou não contar com aulas ou encontros presenciais, obrigatórios para discussões e troca de experiências em sala de aula sobre conteúdos e casos reais e realização de atividades práticas observando o limite máximo de 30% (trinta por cento) da carga horária total do curso, com complementação de atividades realizadas em Ambiente Virtual de Aprendizagem.

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

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

O curso prepara o aluno para os desafios do mercado de trabalho, por meio de um programa de ensino completo e inovador. Durante os estudos, serão apresentados técnicas e conceitos de comunicação, redação, pesquisa de mercado, organização de eventos, novas mídias, assessoria de imprensa, marketing e muito mais.

O objetivo do curso é formar profissionais conscientes, competentes e éticos, que atendam às demandas da carreira. Para isso, o FIAM-FAAM conta com um excelente corpo docente, formado por professores titulados mestres e doutores, além de possuir uma moderna estrutura de aprendizagem, composta por laboratórios e salas específicas, onde você poderá participar de atividades práticas e desenvolver suas competências.

3. PÚBLICO-ALVO E ÁREAS DE ATUAÇÃO

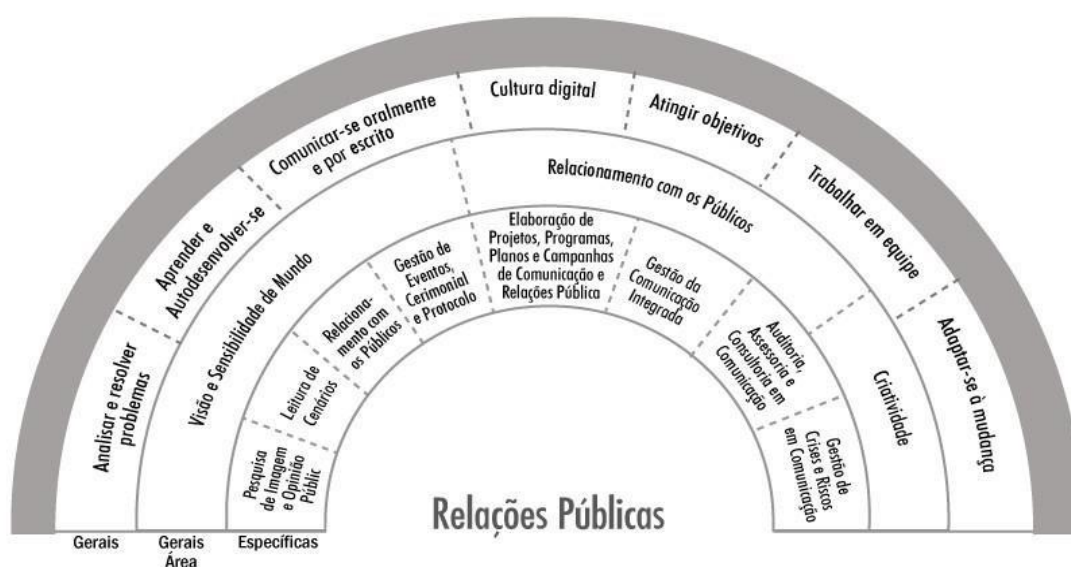
O curso se destina a pessoas interessadas a desenvolver pensamento estratégico e criativo no âmbito dos processos comunicacionais, ao ampliar ou formalizar competências profissionais na área do curso. O mercado tem se comportado de maneira positiva na absorção de egressos do curso, que podem ocupar posições 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

Semestre	Disciplina	CH	Presencial	EAD
1º Semestre	ARTE, CULTURA E ESTÉTICA	66	Presencial	Online
	COMUNICAÇÃO	66	Online	Online
	COMUNICAÇÃO VISUAL	66	Online	Online
	FOTOGRAFIA	66	Presencial	Online
	LINGUAGEM AUDIOVISUAL	66	Presencial	Online
TOTAL			330	
2º Semestre	TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	66	Presencial	Online
	HISTÓRIA E LEGISLAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	66	Online	Online
	REDAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS I	66	Presencial	Online

	TEORIAS E TÉCNICAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS	66	Presencial	Online
	ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – MÓDULO PREPARATÓRIO	66	Extensionista	Extensionista
	METODOLOGIA CIENTÍFICA	66	Online	Online
TOTAL			396	
3º Semestre	LIDERANÇA, CULTURA E COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL	66	Online	Online
	ANTROPOLOGIA E CULTURA BRASILEIRA	66	Online	Online
	PESQUISA DE OPINIÃO	66	Presencial	Online
	LINGUAGEM, DISCURSO E EXPRESSÃO ORAL	66	Online	Online
	ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – MÓDULO AVANÇADO APLICADO EM COMUNICAÇÃO	66	Extensionista	Extensionista
	REDAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS II	66	Presencial	Online
TOTAL			396	
4º Semestre	PESQUISA DE MERCADO	66	Online	Online
	DESENVOLVIMENTO HUMANO E SOCIAL	66	Online	Online
	RELACIONAMENTO COM A MÍDIA E ASSESSORIA DE IMPRENSA	66	Presencial	Online
	GESTÃO DE COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA	66	Presencial	Online
	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA	66	Presencial	Online
	ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – VIVÊNCIA APLICADA EM COMUNICAÇÃO I	66	Extensionista	Extensionista
	GESTÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	66	Presencial	Presencial
TOTAL			462	
5º Período	DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS	66	Online	Online
	CERIMONIAL, PROTOCOLO E ETIQUETA	66	Presencial	Presencial
	FUNDAMENTOS DE MARKETING	66	Online	Online
	COMUNICAÇÃO DIGITAL E GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS	66	Presencial	Presencial
	GEOPOLÍTICA E COMUNICAÇÃO GLOBAL	66	Online	Online
	ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – VIVÊNCIA APLICADA EM COMUNICAÇÃO II	66	Extensionista	Extensionista
	GESTÃO DE COMUNICAÇÃO INTERNA E ADMINISTRATIVA	66	Presencial	Presencial
TOTAL			462	
6º Período	EMPREENDEDORISMO	66	Online	Online
	GESTÃO DE CRISES E GOVERNANÇA CORPORATIVA	66	Presencial	Presencial
	RESPONSABILIDADE SOCIAL E COMUNICAÇÃO COM TERCEIRO SETOR	66	Online	Online
	RELAÇÕES PÚBLICAS GOVERNAMENTAIS	66	Online	Online
	ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – VIVÊNCIA APLICADA EM COMUNICAÇÃO III	66	Extensionista	Extensionista
	COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	66	Online	Online
TOTAL			396	
7º Período	ASSESSORIA E CONSULTORIA EM COMUNICAÇÃO	66	Presencial	Presencial
	INOVAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	66	Presencial	Presencial
	OPTATIVA	66	Online	Online
	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RELAÇÕES PÚBLICAS I	66	Presencial	Presencial

TOTAL		264		
8º Período	ATIVIDADES COMPLEMENTARES	50	Online	Online
	ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM RELAÇÕES PÚBLICAS	200	Presencial	Presencial
	MÉTRICAS MIDIÁTICAS E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS	66	Online	Online
	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RELAÇÕES PÚBLICAS II	132	Presencial	Presencial
TOTAL		448		

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 a análise 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.

FOTOGRAFIA

Enfoca os tipos de abordagem da fotografia social: política, economia, negócios, fotografias de fatos gerais dos acontecimentos do dia a dia. Explora a definição de fato, acontecimento, relevância e impacto da fotografia na opinião pública.

LINGUAGEM AUDIOVISUAL

Focaliza as diferenças entre expressão verbal da palavra escrita e recursos da narrativa por meio de som e imagens. Aborda os fundamentos da linguagem audiovisual como enquadramentos, movimentos de câmera, decupagem e storyboard. Oferece noções básicas de edição/montagem e discute concepções estéticas para cinema, TV e internet, examinando-as no contexto da história do audiovisual.

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.

HISTÓRIA E LEGISLAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Discute a história da comunicação organizacional e sua relação com as Relações Públicas. Apresenta a evolução das organizações e os novos modelos atuais. Debate os desafios das Relações Públicas na contemporaneidade. Introduz temas filosóficos e propõe reflexões sobre moral, virtudes éticas, ética profissional. Explora códigos e leis específicos das profissões.

REDAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS I

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 E TÉCNICAS 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.

ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – MÓDULO PREPARATÓRIO

Aprender que a Responsabilidade Socioambiental articulada com os ODS

(Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis da Agenda ONU 2030) envolve uma mudança de comportamento tanto das pessoas quanto das organizações. Desenvolver o “pensamento social e sustentável” na atuação profissional.

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.

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.

ANTROPOLOGIA E CULTURA BRASILEIRA

Estuda o indivíduo a partir de sua dimensão social e cultural, procurando entender a variedade de comportamentos, crenças e hábitos encontrados no mundo globalizado, e analisa a diversidade cultural nas mais diferentes sociedades, problematizando a formação cultural brasileira, sua influência, e os ganhos que a análise da antropologia oferece na vivência no universo corporativo.

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.

LINGUAGEM, DISCURSO E EXPRESSÃO ORAL

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.

ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – MÓDULO AVANÇADO APLICADO EM COMUNICAÇÃO

Compreender os elementos da Responsabilidade Socioambiental articulado com os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis da Agenda ONU - 2030) aplicado às carreiras profissionais; realizar levantamentos de questões socioambientais atuais em comunidades vulneráveis; construir projetos de intervenção social junto à estas comunidades.

REDAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS II

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.

PESQUISA DE MERCADO

Estuda conceitos fundamentais da pesquisa de mercado na metodologia qualitativa e quantitativa. Introduce, 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.

DESENVOLVIMENTO HUMANO E SOCIAL

A disciplina discute os desafios contemporâneos do homem enquanto profissional, destacando-se: as questões relacionadas aos direitos humanos, equidade racial e de gênero, os desafios sociais, os desafios éticos, os desafios do mercado globalizado e os desafios políticos.

RELACIONAMENTO COM A MÍDIA E ASSESSORIA DE IMPRENSA

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).

GESTÃO DE 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.

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA

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.

ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – VIVÊNCIA APLICADA EM COMUNICAÇÃO I

Realizar levantamentos de questões socioambientais atuais em comunidades vulneráveis; construir projetos de intervenção social junto à estas comunidades; aplicar a intervenção elaborada, registrando os dados quali e quantitativos; apresentar os resultados obtidos através de relatórios e/ou apresentações.

GESTÃO DE 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.

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.

CERIMONIAL, PROTOCOLO E ETIQUETA

Aborda situações do convívio socioprofissional 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 atividade.

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.

COMUNICAÇÃO DIGITAL E GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS

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

GEPOLÍTICA E COMUNICAÇÃO GLOBAL

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.

ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – VIVÊNCIA APLICADA EM COMUNICAÇÃO II

Realizar levantamentos de questões socioambientais atuais em comunidades vulneráveis; construir projetos de intervenção social junto à estas comunidades; aplicar a intervenção elaborada, registrando os dados quali e quantitativos; apresentar os resultados obtidos através de relatórios e/ou apresentações.

GESTÃO DE COMUNICAÇÃO INTERNA E ADMINISTRATIVA

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 E GOVERNANÇA CORPORATIVA

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.

RESPONSABILIDADE SOCIAL E 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.

ATIVIDADES EXTENSIONISTAS – VIVÊNCIA APLICADA EM COMUNICAÇÃO III

Realizar levantamentos de questões socioambientais atuais em comunidades vulneráveis; construir projetos de intervenção social junto à estas comunidades; aplicar a intervenção elaborada, registrando os dados quali e quantitativos; apresentar os resultados obtidos através de relatórios e/ou apresentações.

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Apresenta e discute o estudo do comportamento do consumidor nos aspectos cognitivos, percepções, atitudes, influências ambientais, aspectos demográficos e psicográficos que englobam estímulos aos diferentes apelos mercadológicos e de comunicação.

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

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.

INOVAÇÃO 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, com foco nas possibilidades de comunicação one-to-one e customizadas. Refletir sobre as mudanças tecnológicas na sociedade.

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.

ATIVIDADES COMPLEMENTARES

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.

ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Estágio supervisionado a ser realizado em instituições públicas, privadas ou do terceiro setor, em veículos autônomos ou assessorias profissionais com acompanhamento, supervisão e avaliação regidos por meio de regulamento próprio e mediante entrega de relatório final.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RELAÇÕES PÚBLICAS II

A disciplina dá continuidade 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 no módulo II, bem como discute e organiza a aplicação das atividades desenvolvidas nas outras disciplinas de apoio.

MÉTRICAS MIDIÁTICAS 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.

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, 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 atividades avaliativa 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.

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. Dessa 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.fiamfaam.br/bibliotecas/>

- 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 Liberdade	Resolução CONSUN s/n, de 05/08/2011	Portaria Ministerial nº 858, de 04/08/2017, DOU nº 150, de 07/08/2017, Seção 1, p. 39 - 40	4	-	-
EAD	RES. CONSUNEP E Nº 49, 06 DE JUNHO DE 2022 Resolução CONSUNEP E nº 171, de setembro de 2022, que autoriza o início da oferta	-	-	-	-