



Ministério da Educação

Universidade de Brasília – UnB

Faculdade de Comunicação – FAC

Curso: Comunicação Social (noturno)

Habilitação: Comunicação Organizacional

Projeto Pedagógico de Curso - PPC Comunicação Social
Habilitação: Comunicação Organizacional

• Sumário

1. Apresentação	3
1.1. Objetivos de criação	3
1.2. Sobre o currículo	4
1.3. Conceito de currículo	5
1.4. Nova metáfora	5
1.5. Estratégia de concepção do currículo	6
1.6. Princípios	7
2. Diretrizes Curriculares	9
2.1. Introdução	9
2.2. Perfil dos Formandos	10
a) Perfil Comum	10
b) Perfil Específico	11
3. Competências e Habilidades	11
4. Conteúdos Curriculares	12
5. Estágios e Atividades Complementares	14
6. Trabalho de Conclusão de Curso	14
7. Estrutura do Curso	15
8. Acompanhamento e Avaliação	16
9. Regulamento do curso	18
10. Fluxograma	29
11. Anexo	30

• Apresentação

1.1. Objetivos de criação

Com a alteração curricular promovida em 2002, a Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília manteve, desde o primeiro semestre de 2003, o curso diurno de Comunicação Social com as habilitações Audiovisual, Jornalismo e Publicidade e Propaganda, com 66 vagas para cada vestibular e/ou PAS. Essa conformação só foi modificada com a transformação da habilitação Jornalismo em curso de Jornalismo, conforme as novas diretrizes do MEC. O objetivo principal do curso de Comunicação Diurno é preparar profissionais com competências e habilidades específicas para atuarem nesses campos tradicionais da Comunicação, de acordo com a formação de cada um. No decorrer de 2008 e princípio de 2009 foram realizadas discussões entre professores da FAC, com a participação de representantes de estudantes, sobre a implantação do curso noturno em Comunicação, no âmbito do REUNI. Nessas discussões, foi amplamente majoritária a posição de que a Faculdade não deveria simplesmente repetir no curso noturno as três habilitações ou mesmo apenas uma das habilitações do curso diurno, mas criar uma nova habilitação. Ficou definido que o curso noturno teria um projeto pedagógico semelhante ao das habilitações diurnas, para manter a homogeneidade do ensino na Faculdade como um todo. Assim, há no curso de Comunicação Organizacional conjuntos de disciplinas teóricas relacionadas às áreas de conhecimento da Comunicação, às teorias e práticas do Jornalismo, da Publicidade e Propaganda, do Audiovisual e de Relações Públicas, assim como disciplinas relacionadas ao planejamento e gestão da Comunicação em organizações públicas, privadas e do terceiro setor.

As discussões que resultaram na proposta do curso noturno partiram do princípio de que há uma demanda crescente na sociedade por profissionais que, além de uma boa formação teórica e técnica, sejam capazes de planejar, formular estratégias e gerir projetos de Comunicação em consonância com a responsabilidade social e as questões éticas. A denominação Comunicação Organizacional para o novo curso foi escolhida tendo em vista que expressa hoje no Brasil, Estados Unidos e países europeus, entre outros, as atribuições, funções e técnicas de Comunicação utilizadas por organizações, empresas e instituições públicas, privadas e do terceiro setor. Trata-se de um campo de conhecimento profissional, com suas teorias e técnicas, que também se consolidou como campo de pesquisa acadêmica. Dessa forma, o currículo do novo curso tem uma série de disciplinas relacionadas ao campo geral da Comunicação, outras específicas de Comunicação Organizacional e um terço do currículo é formado

por disciplinas optativas e de módulo livre, para que o estudante possa construir sua formação acadêmica complementar por conta própria, cursando, para isso, disciplinas optativas do próprio curso noturno, das habilitações diurnas da FAC ou outras unidades da UnB. Entendemos, assim, que o curso de Comunicação Organizacional está em sintonia com uma realidade do mercado profissional e acadêmico e é, inclusive, o primeiro curso regular de graduação com esta denominação no país. Para elaborar o projeto pedagógico, a grade curricular, bibliografia, ementas e programas das disciplinas do curso noturno a FAC contou com o apoio e participação dos professores e pesquisadores do seu quadro e com profissionais e pesquisadores da área.

1.2. Sobre o currículo

O currículo da habilitação Comunicação Organizacional, do curso de Comunicação Social Noturno, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, foi elaborado, portanto, com base no projeto pedagógico do curso de Comunicação diurno e suas três habilitações de então (Audiovisual, Jornalismo e Publicidade e Propaganda).

O projeto pedagógico tem a opção por uma formação que pressupõe a criação de um espaço coletivo de reflexão, crescimento e descoberta. Em linhas gerais, o trabalho teve como referência os *saberes necessários à prática educativa*, especialmente formulados na Pedagogia da Autonomia, de Paulo Freire. Uma das suas fortes marcas é o diálogo, seja do curso com a sociedade, dos docentes, técnicos e discentes, das habilitações e cursos da FAC, do ensino, pesquisa e extensão e dos aspectos teóricos e práticos das disciplinas.

A denominação Comunicação Organizacional é a que melhor reflete as bases epistemológicas deste subcampo da Comunicação Social, se enquadrando naturalmente às Diretrizes Curriculares do Ministério da Educação, que busca manter um “padrão básico de referência para todas as instituições que mantenham Cursos de Graduação em Comunicação com habilitações em Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Cinema, Radialismo, Editoração, ou outras habilitações pertinentes ao campo da Comunicação que venham a ser criadas.”. E que refere-se a uma área específica do saber, com tradição acadêmica consolidada e multidisciplinar, com o mérito de compreender a Comunicação em uma perspectiva técnica, estratégica e ético-política.

1.3. Conceito de currículo

O currículo implantado pelo curso de Comunicação Social da FAC em 2003 foi um esforço coletivo. Naquele momento, adotamos referências que alertam que a realização coletiva pressupõe o confronto de expectativas e que a dificuldade está nesse confronto. Para superá-lo, é preciso encontrar um eixo aglutinador a partir de visões particulares. Para se chegar ao eixo aglutinador é necessário declarar nossa convicção sobre a faculdade, o que implica a publicação de um princípio. O currículo assume papéis diferentes na história, correspondendo a determinado ponto de vista social, cultural e ideológico. Até os anos 70, a inovação baseava-se na autoridade de especialistas. A partir daí surgiu a concepção tecnológica e racionalista, em que a solução dos problemas da escola se dá por meio de controle e procedimentos lógicos que permitem tomar decisões. A rival da *tecnológica* foi a perspectiva *política*, incluindo processos ideológicos e sociais por trás das mudanças. A inovação passa a ser objeto de conflito/compromisso entre os grupos, e a cooperação deve ser conseguida pela negociação, com ênfase no pensamento, nas atitudes do professor e em como ele ensina.

1.4. Nova metáfora

Currículos da FAC anteriores a 2003 tinham como metáfora uma árvore. Eles tinham um tronco comum e os galhos. O tronco correspondia às disciplinas comungadas por todos os alunos de comunicação, enquanto os *galhos* destinavam-se às habilitações. Não há problema na divisão entre disciplinas genéricas e específicas. A questão está na desarticulação e na ausência de um planejamento eficaz. Se insistirmos na metáfora da árvore, estaremos presos à ideia de progressão para o coroamento da profissionalização. Propusemos, então, uma nova concepção: teremos um ambiente no qual a especificidade está imersa. A nova metáfora é de um ambiente de comunicação que abriga as habilitações. Assim, definimos duas categorias:

a) Disciplinas ambientais: destinadas a todos os alunos de comunicação, acompanham o aluno até o último dia de seu curso;

b) Disciplinas locais: específicas das habilitações, em harmonia com as disciplinas ambientais. No caso do curso noturno da FAC há uma junção dessas categorias, com disciplinas com conteúdos básicos do campo tradicional da Comunicação e os conteúdos específicos da nova habilitação, conforme

detalhado nos “conteúdos curriculares”.

1.5. Estratégia de concepção do currículo

O currículo estabeleceu uma percepção coerente da relação de aprendizagem. Cada disciplina desempenha um papel definido para dar significação ao conjunto. O fluxo foi dividido em quatro estágios, correspondentes aproximadamente a cada ano do curso, ou dois semestres. Ressalte-se que o termo “estágio” aqui utilizado não deve ser compreendido como uma atividade prática que complementa a formação acadêmica do estudante, mas “períodos” em que se agrupam determinadas disciplinas e seus conteúdos, numa sequência lógica. Todo estágio terá uma finalidade e um caráter correspondente, que pode ser descrito da seguinte forma:

1º estágio – Sintonia -- caráter amplo

2º estágio – Aproximação -- caráter

introdutório 3º estágio – Vivência – caráter

específico

4º estágio – Aprofundamento -- caráter reflexivo

Vamos definir melhor cada estágio e seu caráter. **Sintonia** é o estágio em que a comunicação é percebida em suas relações com a sociedade, suas implicações com outros campos e sua área de influência. O caráter **Amplo** aparece como antônimo de profissionalizante. O estágio de **aproximação** é aquele em que o curso se aproxima do campo da comunicação. O caráter **introdutório** indica o grau de profundidade dos conteúdos. O terceiro estágio é o da **vivência**. A ênfase é sobre o fazer e entender o que se faz, com predominância de disciplinas específicas. O caráter **específico** deriva do privilégio às matérias da habilitação. Finalmente, o estágio do **aprofundamento**, quando o aluno vai mesclar visões teóricas e práticas. O caráter **reflexivo** representa a possibilidade de se pensar a partir do conhecimento descoberto, criado e vivenciado.

Quais os conteúdos presentes no currículo? A partir de referências

teóricas, definimos os *Conhecimentos* que julgamos importantes; *Habilidades intelectuais* que os alunos devem adotar, adquirir, recuperar e utilizar; *Destrezas*, como capacidades técnicas, de comunicação, de equipamentos ou procedimentos profissionais; *Área afetiva*, estabelecendo que atitudes, hábitos morais, valores e compromissos são necessários para a formação. A proposta levou em conta as proporções dos componentes do currículo, dividindo a carga de créditos em três unidades, aproximadamente um terço cada uma, destinadas a: a) *disciplinas ambientais*; b) *disciplinas locais* e c) *disciplinas optativas*, com 186 créditos por habilitação.

1.6. Princípios

Com o título de *Por uma Comunicação Emancipadora*, aprovamos os Princípios para elaboração do currículo com o seguinte texto. Considerando:

- A universidade uma instituição voltada para a culminação da educação formal, capaz de produzir e transmitir conhecimentos não apenas científicos e técnicos, mas também éticos;
 - A universidade como formadora de cidadãos aptos a atuar segundo os valores morais e princípios éticos universais, e não apenas preparados para os interesses exclusivos do mercado;
 - A produção científica e tecnológica de uma sociedade deve refleti-la em toda sua diversidade de interesses e matizes culturais, constituindo uma resposta aos problemas que esta sociedade enfrenta;
-
- As desigualdades da sociedade brasileira requerem a produção de conhecimentos comprometidos com a busca de soluções para os problemas de exclusão, pobreza e miséria;
 - A natureza social da educação lhe confere uma dimensão política, o que implica a necessidade de reconhecimento da não-neutralidade de seus agentes;

O currículo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília tem como princípios:

- a) A autonomia do aluno, por meio de processos criativos de aprendizagem;
- b) O conhecimento como processo social inacabado e em constante construção e descoberta;
- c) As condições para uma aprendizagem crítica;
- d) O diálogo como o mais importante instrumento do aprender;
- e) A negação do determinismo, do conformismo e visões messiânicas e autoritárias como bases do projeto pedagógico;
- f) A opção pela educação dialética e transformadora da realidade.

A estrutura conceitual produziu o perfil das disciplinas pelo agrupamento em eixos complementares:

- **Eixo expressivo** - conteúdos ligados à comunicação e expressão;
- **Eixo de cidadania** - formação com relação ao direito, ética e cidadania;
- **Eixo pragmático** - da ordem das habilidades e das técnicas;
- **Eixo epistemológico** - a construção do saber acadêmico, seu papel e características.

Cabe lembrar aqui as palavras de Pompeu de Souza, criador do primeiro projeto da Faculdade: “Dedicar-se-á, pois, a Faculdade de Comunicação de Massas ao estudo e ensino das ciências, artes e técnicas concernentes a todos os veículos e instrumentos que, transmitindo informação, opinião, sugestão, recreação e arte, em escala industrial, intrarelacionem e interrelacionem as massas humanas, recebendo e exercendo influências geradoras ou condicionadoras de estados de espírito coletivos das mesmas. Estudará e ensinará, portanto, a melhor utilização de todos estes veículos e instrumentos: jornais, revistas e periódicos de toda natureza, agências noticiosas, agências de publicidade e propaganda, rádio, cinema, televisão, ou, ainda, outros quaisquer que o progresso da tecnologia venha a criar ou desenvolver”.

- **Diretrizes Curriculares**

2.1. Introdução

As Diretrizes Curriculares da Área da Comunicação Social e suas habilitações, estabelecidas pela resolução de nº 16, de 13 de março de 2002, da Câmara de Educação Superior, do Conselho Nacional de Educação, buscam atender a dois objetivos fundamentais:

- **flexibilizar** a estruturação dos cursos, tanto para atender às variedades de circunstâncias geográficas, políticas, sociais e acadêmicas, como para ajustar-se ao dinamismo da área, e para viabilizar o surgimento de propostas pedagógicas inovadoras e eficientes;
- **estabelecer** orientações para a obtenção de padrão de qualidade na formação oferecida.

As Diretrizes estabelecem um *padrão básico de referência para todas as instituições que mantenham Cursos de Graduação em Comunicação com habilitações em Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Cinema, Radialismo, Editoração, ou outras habilitações pertinentes ao campo da Comunicação que venham a ser criadas*. É o caso da habilitação Comunicação Organizacional, ora proposta pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

2.2. Perfil dos Formandos

a) Perfil Comum

A definição do perfil comum do egresso do curso Comunicação Social, habilitação Comunicação Organizacional, acompanha o perfil previsto nas Diretrizes Curriculares, que busca o objetivo de formação geral comum que garanta identidade ao campo da Comunicação e caracteriza--se por:

a.1) Capacidade de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica

referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas e a suas inserções culturais, políticas e econômicas;

a.2) Habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo;

a.3) 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;

a.4) Uso crítico do instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo o egresso, 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.

b) Perfil Específico

O perfil específico do egresso da habilitação Comunicação Organizacional, assim, se *caracteriza por uma abrangência sobre diferentes meios, linguagens e práticas profissionais e de pesquisa* ligadas aos campos mais tradicionais da Comunicação, como Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Audiovisual, como definem as Diretrizes Curriculares. Além disso, se caracteriza por conhecimentos, atribuições, funções e técnicas relacionados as atividades das organizações públicas e privadas, bem como das instituições do terceiro setor, com forte ênfase em elaboração de Políticas de Comunicação, Planejamento e Gestão em Comunicação. Dessa forma o **perfil do egresso** em Comunicação Organizacional se caracteriza pelo (a):

b.1) Domínio dos princípios básicos e das técnicas e produção para as mídias tradicionais e novas mídias;

b.2) Capacidade de elaborar diagnósticos, prognósticos, planejamento e estabelecer comunicação com os diversos públicos das organizações e

instituições;

b.3) Capacidade para fazer a gestão das políticas de Comunicação nas organizações, para integrar esta política, seus projetos e programas com o planejamento geral, assim como com outras áreas dessas organizações, e para gerir e estabelecer práticas de relacionamento com os diversos públicos, utilizando os instrumentos de Comunicação;

b.4) Capacidade para avaliar a política de Comunicação das organizações, utilizando as técnicas e instrumentos próprios de avaliação e para propor mudanças, justificando-as com base nos conhecimentos específicos da área, considerando a ética profissional e os aspectos socioeconômicos e culturais do ambiente organizacional interno e externo.

b.5) Capacidade de planejar, gerir e tomar decisões profissionais sobre campanhas, projetos e atividades da área de Comunicação das empresas.

• **3. Competências e Habilidades**

Também com base nas Diretrizes Curriculares, o egresso da habilitação Comunicação Organizacional deve ter competências e habilidades gerais do campo da Comunicação, a saber:

- Assimilar criticamente conceitos para construção de uma compreensão do quadro teórico e epistemológico da área;
- Usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade;
- Posicionar-se de modo ético-político;

d) Dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica;

e) Experimentar e inovar no uso destas linguagens;

f) Refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação; **g)** Ter competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área.

E um conjunto de **competências e habilidades específicas** que se caracterizam por:

- Dominar técnicas e ferramentas utilizadas nos vários processos de Comunicação Organizacional;
 - Elaborar projetos e/ou produtos dos diversos campos da Comunicação, a exemplo do jornalismo, publicidade e audiovisual;
 - Elaborar e executar planos e projetos na área de Comunicação Organizacional para organizações públicas, privadas e do terceiro setor de diversos portes;
 - Elaborar e executar projetos de pesquisa relacionados à Comunicação Organizacional levando em conta aspectos sociais, econômicos, políticos e éticos;
- e) Desempenhar cargos e funções de direção, administração, gerência e assessoria nas mais diversas organizações na área de Comunicação.

• 4. Conteúdos Curriculares

Os conteúdos curriculares da habilitação Comunicação Organizacional englobam conjuntos de disciplinas com conteúdos que podemos chamar de **básicos** do campo tradicional da Comunicação, que permitem interagir a teoria com a prática. Assim colocado, há uma área com disciplinas ligadas à construção do conhecimento no campo de interesse da Comunicação, também chamadas de disciplinas teóricas, analíticas, reflexivas ou de ensino e pesquisa. E uma outra área de disciplinas ligadas às teorias, linguagens, técnicas, tecnologias e práticas de campos tradicionais do Jornalismo, de Publicidade e Propaganda e de Audiovisual. Os conteúdos **específicos** se referem às matérias relacionadas ao Planejamento, Gestão, Marketing, Administração e Desenvolvimento no campo da Comunicação Organizacional. Destaque--se que cerca de 30% (trinta por cento) dos conteúdos curriculares da habilitação são de créditos optativos ou de módulo livre, de forma a permitir ao aluno “construir” por conta própria sua formação acadêmica. Grande parte dos conteúdos optativos é oferecida no próprio curso de Comunicação Noturno, sob a forma de disciplinas que complementam e aprofundam conhecimentos, técnicas e a práticas adotadas em disciplinas obrigatórias.

Em relação aos “estágios”, indicados na **Estratégia de concepção do currículo**, podemos dizer que, em relação às disciplinas obrigatórias, o primeiro

estágio, “Sintonia”, concentra-se basicamente no primeiro e segundo semestres, excluindo a disciplina Produção e Edição de Imagens, do segundo período, que insere-se no segundo estágio, “Aproximação”, ao lado das disciplinas do terceiro e quatro semestres. O estágio da “Vivência” encontra-se do quinto ao sétimo semestre, enquanto o oitavo abriga o estágio do “aprofundamento”. Como já mencionamos, o curso noturno de Comunicação Organizacional pretende formar profissionais preparados para atuar nos vários tipos de organizações. A localização da Universidade de Brasília na Capital Federal, porém, torna inevitável que parte dos conteúdos das disciplinas optativas sejam direcionados para as atividades de setores governamentais (Executivo, Legislativo e Judiciário), organizações sindicais públicas e privadas e Organizações Não Governamentais que têm presença marcante na cidade e representam uma parcela significativa do mercado de trabalho do campo da Comunicação. A experiência mostra, por sua vez, que cresce a cada dia a inserção de micro, pequenas e médias empresas privadas no processo econômico do País, com a incorporação de tecnologias da informação e utilização da Comunicação como instrumento de criação, expansão e consolidação dos negócios. Dessa forma, este setor também deve ter prioridade na oferta dos conteúdos de parcela das disciplinas optativas do curso noturno.

-
-

- **5. Estágios e Atividades Complementares**

A grade curricular da habilitação tem como obrigatória no Sétimo Semestre a disciplina “Assessoria e Consultoria em Comunicação”, com 12 créditos, que funciona como empresa do mercado, prestando serviços nesta área para os públicos interno e externo à UnB. Para o aluno, essa experiência funciona como uma espécie de estágio, só que realizado na estrutura da própria FAC juntamente com seu grupo de professores. Além disso, estágios supervisionados podem ser realizados em empresas e organizações públicas, privadas e do terceiro setor, conforme regulamentação própria aprovada no colegiado do curso, Resolução da Faculdade de Comunicação n 01/2012, inclusive como disciplinas optativas, a exemplo do que ocorre no curso diurno. As diretrizes curriculares do Ministério da Educação, por sua vez, preveem atividades

complementares que, “realizadas sob a supervisão de um docente buscam promover o relacionamento do estudante com a realidade social, econômica e cultural, e de iniciação à pesquisa e ao ensino”. Essas atividades incluem programas especiais de capacitação do estudante, como CAPES/PET, atividades de monitoria, de extensão e pesquisa e outras atividades laboratoriais além das previstas no padrão turma/horas-aula. Conforme as Diretrizes Curriculares, o máximo de horas contabilizadas para essas atividades “não pode ultrapassar 20% do total do curso, não incluídas nesta porcentagem de 20% as horas dedicadas ao Trabalho de Conclusão de Curso (ou Projetos Experimentais)”. No caso do curso da FAC (176 créditos sem o Projeto), esses 20% representariam 35 créditos. O curso noturno, porém, mantém a mesma proporção do curso diurno, até 10 créditos para atividades de extensão, e até 10 créditos para atividades complementares. A regulamentação para contabilizar tais atividades é a Nº 04/2015, do Conselho da Faculdade de Comunicação.

• **6. Trabalho de Conclusão de Curso**

O Trabalho de conclusão de Curso (TCC) é uma atividade regulamentada no âmbito do Curso de Comunicação Organizacional. Ele totaliza 10 créditos, é uma disciplina do curso, precedida pela disciplina Pré-Projeto, conta com designação de um professor-orientador, apresentação pública e defesa em banca. Esta atividade, conforme regulamento, segue orientações da Coordenação de Projetos Finais e está regulamentada pela Resolução do Conselho da Faculdade de Comunicação Nº 03/2015 (ver anexo).

• **7. Estrutura do Curso**

O curso de Comunicação Social Noturno, habilitação Comunicação Organizacional, tem um total de 186 créditos, distribuídos em várias disciplinas, ou 2.790 horas-aulas, cumpridas em, no mínimo oito semestres, e no máximo 14 semestres. Do total, 130 são créditos obrigatórios, até 24 créditos de módulo livre e o restante de créditos optativos. As disciplinas são oferecidas de forma a manter uma sequência equilibrada, harmônica e lógica dos conteúdos curriculares e do período de formação acadêmica do aluno, que tem com as disciplinas optativas e de módulo livre flexibilidade e caminhos alternativos para integralizar seu currículo.

• 8. Acompanhamento e Avaliação

A avaliação discente no curso de Comunicação Organizacional caracteriza-se por três aspectos. O primeiro deles é a autonomia dos docentes em escolher, conjuntamente com a turma, os melhores métodos e técnicas para fazer a avaliação do processo de ensino-aprendizagem, sem deixar de lado as habilidades e competências valorizadas neste Projeto Pedagógico e as recomendações construídas no Núcleo Docente Estruturante e no Colegiado do Curso. O produto dessa autonomia é a diversidade das formas de avaliação, assinaladas nos planos de ensino por seminários, provas, observação direta do desempenho do estudante, trabalhos de cunho monográfico, em geral em formato de artigo científico, portfólio e auto-avaliação, entre outras modalidades.

O segundo aspecto é o estímulo para que os professores escolham mais de uma modalidade de avaliação para valorizar diferentes dimensões da aprendizagem. Por exemplo, se a opção for a utilização de provas e seminários, são observados, além da compreensão de um conteúdo, a produção discursiva oral e escrita.

Por fim, o terceiro aspecto que se destaca é a compreensão processual da avaliação do ensino-aprendizagem. Estimula-se que os docentes procedam a uma avaliação diagnóstica, no começo da disciplina, para verificar o quanto de conhecimento e experiência os estudantes já construíram sobre tal temática. Esse diagnóstico é fundamental pois fornece pistas para a compreensão de como as disciplinas do curso se articulam e de como esses conteúdos já dialogam com práticas como estágios, cursos complementares ou atuação nas empresas juniores. O processo continua por meio de avaliações formativas, no decorrer de toda disciplina, que permitem conferir a interação entre professor-aluno e aluno-aluno. Por fim, a avaliação somativa, que atribui uma nota e uma menção, é construída com os discentes de forma dialógica, constituindo uma oportunidade para o docente, o discente e a turma identificarem os limites e as possibilidades do processo.

A avaliação dos docentes é realizada em três momentos. No primeiro, no âmbito das próprias disciplinas, no processo dialógico assinalado anteriormente. Não se trata de verificar se um docente foi ou não “eficaz”, mas de perceber como

foi sua participação no processo de ensino-aprendizagem. Outra dimensão dessa avaliação docente é um instrumento disposto pela Universidade de Brasília em que os discentes avaliam, de forma online, a disciplina, considerando-se aspectos como motivação do aluno, domínio do conteúdo do docente e repertório de recursos didático-pedagógicos. O resultado dessa avaliação é confidencial, e entregue periodicamente aos professores para que eles conheçam as percepções da turma sobre determinada disciplina. Quando a avaliação for acima da média da Universidade, essa informação pontua no processo de progressão-funcional do docente.

Outro método de avaliação da disciplina é o diálogo frequente entre estudantes, docentes e coordenação, de modo que ajustes e mudanças sejam realizadas sempre que necessário.

Por fim, assinalamos o esforço do curso em produzir avaliações dos egressos, como a realizada ainda em 2017. O objetivo é compreender o diálogo entre o perfil do egresso e as demandas do mercado e da sociedade. Na Semana de Comunicação Organizacional, realizada bianualmente, reflete-se também sobre o tema, de modo a avaliar continuamente este Projeto Pedagógico e a ação de seus atores à luz da percepção de estudantes, professores, técnicos e gestores de comunicação nas organizações.

• **9. Regulamento do curso**

ART. 1º - O curso de graduação noturno de Bacharelado em Comunicação Social, habilitação Comunicação Organizacional, destina-se à formação de profissionais com conhecimentos do campo tradicional da Comunicação, como Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Audiovisual, e competências e habilidades específicas para atuar na área de Comunicação Organizacional, com vistas a elaboração de políticas, ao planejamento e gestão de projetos de Comunicação em organizações públicas, privadas e do terceiro setor.

ART.2º - O Curso de Graduação noturno de Bacharelado em Comunicação Social, habilitação Comunicação Organizacional, será ministrado em duração plena abrangendo um total de 186 créditos, sendo o limite máximo de integralização de Módulo Livre (ML) estabelecido em 24 (Vinte Quatro) créditos.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - As disciplinas obrigatórias perfazem um total de 130 créditos (1.950 horas) e as disciplinas optativas e/ou de módulo livre um total de 56 créditos (840 horas).

PARÁGRAFO SEGUNDO - O total de créditos do curso poderá ser integralizado com até 10 créditos (150 horas) com atividades de Extensão e com até 10 créditos (150 horas) de Atividades Complementares.

ART. 3º - O curso incluirá as seguintes disciplinas Obrigatórias (A) e Optativas, da área de Concentração (AC) ou de Domínio Conexo (DC):

CÓDIGO	DISCIPLINA				Pré-Requisito
200352	AC (A) INTRODUÇÃO ÀS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO				Sem Pré-Requisito
200361	AC (A) INTRODUÇÃO AO PLANEJAMENTO				Sem Pré-Requisito
200344	AC (A) LINGUAGENS DA COMUNICAÇÃO 1				Sem Pré-Requisito
200336	AC (A) INTRODUÇÃO AO MARKETING				Sem Pré-Requisito
200328	AC	(A)	ÉTICA, LEGISLAÇÃO	E	Sem Pré-Requisito
	RESPONSABILIDADE SOCIAL				
201031	AC (A) TEORIAS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL				Int. às Teorias da Comu
201014	AC	(A)	PLANEJAMENTO	EM	Int. ao Planejamento
	COMUNICAÇÃO				
201006	AC (A) METODOLOGIA DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO				Intr. às Teorias da Com
200999	AC (A) LINGUAGENS DA COMUNICAÇÃO 2				Sem Pré-Requisito
201022	AC (A) PRODUÇÃO E EDIÇÃO DE IMAGENS				Linguagens da Comuni
202509	AC (A) TÉCNICAS DE JORNALISMO				Linguagens da Comuni

	IMPRESSO E <i>ON LINE</i>				
202517	AC (A) PLANEJAMENTO GRÁFICO, VISUAL E				Linguagens da Comunicação
	WEB				Linguagens da Comunicação 2
202525	AC (A) GESTÃO EM COMUNICAÇÃO				Planejamento em Comunicação
202533	AC (A) POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CIDADANIA				Int. às Políticas de Comunicação
202541	AC (A) TÉCNICAS DE JORNALISMO EM RÁDIO E TV				Linguagens da Comunicação
202550	AC (A) INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL				Téc. De Jor. Impresso e On Line Planej. Gráfico, Visual e Web
202568	AC (A) PLANEJAMENTO E GESTÃO EM MARKETING				Introdução ao Marketing Planejamento em Comunicação
202576	AC (A) CRIAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E				Sem Pré-Requisito
CÓDIGO	DISCIPLINA				Pré-Requisito
	PUBLICIDADE				
202584	AC (A) ROTEIRO, PRODUÇÃO E DIREÇÃO EM WRTV (WEB, RÁDIO E TV)				Produção e Edição de Imagem
202592	AC (A) PESQUISA EM OPINIÃO E MERCADO				Instrumentos Da Organizacional
202606	AC (A) PLANEJAMENTO E GESTÃO EM ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS, PRIVADAS E TERCEIRO SETOR				Planejamento Em Gestão em Comunicação
202614	AC (A) FORMATAÇÃO E GERENCIAMENTO DE PROJETOS EM COMUNICAÇÃO				Planejamento em Comunicação Gestão em Comunicação
202622	AC (A) PLANEJAMENTO E GESTÃO EM WEB				Planejamento Em Gestão em Comunicação
202631	AC (A) GESTÃO ESTRATÉGICA PARA A SOCIEDADE				Planejamento E Organizações do Terceiro Setor
202649	AC (A) AVALIAÇÃO EM PROJETOS DE COMUNICAÇÃO				Planejamento E Organizações do Terceiro Setor

202657	AC (A) ASSESSORIA E CONSULTORIA DE COMUNICAÇÃO	Planejamento Organizações do Terceiro Setor	E	C
202665	AC (A) PRÉ--PROJETO DE TCC	Planejamento Organizações do Terceiro Setor	E	C
202673	AC (A) TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	Pré-Projeto de TCC		
145785	(AC) OF. BÁSICA DE AUDIOVISUAL	Sem Pré-Requisito		
146480	(AC) INTRODUÇÃO À COMUNICAÇÃO	Sem Pré-Requisito		
146498	(AC) COMUNICAÇÃO E UNIVERSIDADE	Sem Pré-Requisito		
145467	(AC) OFICINA DE TEXTO 1	Sem Pré-Requisito		
146579	(AC) FUND. DE COMUNICAÇÃO VISUAL	Sem Pré-Requisito		
145017	(AC) TEORIAS DA COMUNICAÇÃO 1	146480 Ou 153699 Ou 182182010		

CÓDIGO	DISCIPLINA	Pré-Requisito
145335	(AC) INTRODUÇÃO À FOTOGRAFIA	Sem Pré-Requisito
145521	(AC) ÉTICA NA COMUNICAÇÃO	Sem Pré-Requisito
146510	(AC) INTRODUÇÃO AO JORNALISMO	Sem Pré-Requisito
145530	(AC) MÉTODOS E TÉC. DE PESQ. EM COMUNICAÇÃO	146480
145092	(AC) PLANEJAMENTO GRÁFICO	146510
146927	(AC) LEG E DIREITO NA COMUNICAÇÃO	Sem Pré-Requisito
	(AC) OBRIGATÓRIA SELETIVA	
145548	(AC) ESTÉTICA DA COMUNICAÇÃO	Sem Pré-Requisito
146919	(AC) TECNOLOGIA DE COMUNICAÇÃO	146501
143626	(AC) FOTOJORNALISMO	145335
	(AC) TÉCNICAS DE RÁDIO E TV	

145581	(AC) TÉCNICAS DE JORNALISMO	146510	
145246	(AC) RADIOJORNALISMO	145581	
146536	(AC) CAMPUS 1	145581	E 143626
145572	(AC) ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO		
143456	(AC) ANÁLISE E OPINIÃO	145581	
145599	(AC) CAMPUS 2	145092	E 146536
145564	(AC) POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO	145017	
146765	(AC) TELEJORNALISMO	145581	
146781	(AC) PRÉ--PROJ EXPER EM JORNALISMO	145017 E 146536	
145556	(AC) COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE	145017 E 146692 Ou 145017 E	
		146684	Ou 145017 E 146706 Ou
		145017	E 145599 Ou 145017 E
		146862	
150096	(AC) PROJ FINAL EM JORNALISMO	146781	E 145599
143499	(AC) ADMINISTRAÇÃO PUBLICITÁRIA	146528	
146811	(AC) MARKETING PUBL. E PROPAG	146528	
146803	(AC) FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA	145335	
CÓDIGO	DISCIPLINA		
143138	(AC) CRIATIVIDADE EM PUBLICIDADE	146595	
	(AC) MÍDIA E GERENCIAM. DE CONTAS	146528	
143600	(AC) PESQUISA PUBLICITÁRIA	146528	
146838	(AC) DIR DE ARTES EM ARTES GRÁFIC.	146528	
146846	(AC) PLANEJAMENTO PUBLICITÁRIO	146528	
146820	(AC) REDAÇÃO PUBLICITÁRIA	146528	
	(AC) LEGIS. E REGULAMENTAÇÃO PP		
150088	(AC) PROD. PUBLICIT. AUDIOVISUAL	146862	

146862	(AC) LAB.EM PUBLICIDADE E PROPAG	146820	E	146838	E
		146854	E	145203	
145149	(AC) PUBLICIDADE E SOCIEDADE	146528			
146889	(AC) PRE--PROJ. EM PUB. E PROPAG.	146820, 146838, 146846, 145203,			
		146854			
150100	(AC) PROJ. FINAL EM PUBL. PROPAG.	146889	E	146862	
145238	(AC) HISTÓRIA DO CINEMA	Sem Pré-Requisito			
146617	(AC) LINGUAG CINEMATOG AUDIOVISUAL	Sem Pré-Requisito			
146731	(AC) INTROD À LINGUAGEM SONORA	Sem Pré-Requisito			
146625	(AC) TEO EST CINEMA AUDIOVISUAL	145238	Ou	145785	
143286	(AC) CINEMA BRASILEIRO	Sem Pré-Requisito			
143120	(AC) ARGUMENTO E ROTEIRO	146617	Ou	145467,	
		145785			
146749	(AC) ROTEIRO, PROD E REAL ÁUDIO	146731			
143596	(AC) DOCUMENTÁRIO 1	Sem Pré-Requisito			
149985	(AC) DIREÇÃO DE ATORES	Sem Pré-Requisito			
145319	(AC) FOTOGRAFIA E ILUMINAÇÃO 1	Sem Pré-Requisito			
146633	(AC) OF. DE ARGUMENTO E ROTEIRO	143120			
146641	(AC) DIREÇÃO	146901			
146650	(AC) PRODUÇÃO	Sem Pré-Requisito			
146668	(AC) SOM 1	Sem Pré-Requisito			
CÓDIGO	DISCIPLINA	Pré-Requisito			
146676	(AC) DOCUMENTÁRIO	Sem Pré-Requisito			
	(AC) SOM 2				
	(AC) PRODUÇÃO 2				
	(AC) DIREÇÃO 2				

	(AC) FOTOGRAFIA E ILUMINAÇÃO 2		
	(AC) EDIÇÃO E MONTAGEM 2		
	(AC) LEGIS. DES. E PROD. DE PROJETOS		
146714	(AC) PRÉ--PROJETO EM AUDIOVISUAL	146692	Ou 146684 Ou 146706
146722	(AC) PROJ. EXP EM AUDIOVISUAL	146714	E 146692 Ou 146684 Ou
		146706	
146544	(AC) COMUNICAÇÃO E MÚSICA	Sem Pré-Req	
146552	(AC) COMUNICAÇÃO E GÊNERO	Sem Pré-Req	
146561	(AC) COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA	145017	
146960	(AC) DIREITO DO PÚBLICO	145017	
146978	(AC) COMUNICAÇÃO E POLÍTICA	145017	
146986	(AC) ANÁLISE DO JORNALISMO	143456	
146994	(AC) JORNALISMO ECONÔMICO	146536	
147028	(AC) JORNALISMO E PODER	145581	
147044	(AC) PLANEJAMENTO GRÁFICO 1	145092	
147052	(AC) OFICINA DE JORNALISMO 2	146536	Ou 146609
147061	(AC) OFICINA DE JORNALISMO 3	145599	
147117	(AC) TOP ESP EM COMUNICAÇÃO 1	Sem Pré-Req	
147125	(AC) TOP ESP EM COMUNICAÇÃO 2	Sem Pré-Req	
149870	(AC) ARTE E PUBLICIDADE	Sem Pré-Req	
149888	(AC) ECONO DO CINEMA E AUDIOVISUAL	Sem Pré-Req	
149896	(AC) FORMAT PROJ AUDIOV E CAP RECUR	Sem Pré-Req	
149942	(AC) TOP ESP EM COMUNICAÇÃO 3	Sem Pré-Req	
149951	(AC) TOP ESP EM COMUNICAÇÃO 4	Sem Pré-Req	

CÓDIGO	DISCIPLINA	Pré-Requisito
149969	(AC) JORNALISMO POLÍTICO	146536
200115	(AC) OFICINA DE HIST EM QUADRINHOS	
139416	(DC) CULTURA BRASILEIRA 1	
137413	(DC) EVOL PENS FILOS E CIENTÍFICO	
124010	(DC) INTRODUÇÃO À PSICOLOGIA	Sem Pré-Req
132012	(DC) INTRODUÇÃO À ECONOMIA	Sem Pré-Req
132039	(DC) FORMACAO ECONÔMICA DO BRASIL	132012
135011	(DC) INTRODUÇÃO À ANTROPOLOGIA	Sem Pré-Req
139033	(DC) INTRO AO ESTUDO DA HISTÓRIA	Sem Pré-Req
153001	(DC) ESTÉTICA HIST ARTE 1	Sem Pré-Req
181013	INTRODUÇÃO À ADMINISTRACAO	Sem Pré-Req
185001	(DC) INTRO ESTU REL INTERNACIONAIS	Sem Pré-Req
185035	(DC) INTRODUÇÃO À CIÊNCIA POLÍTICA	Sem Pré-Req
191019	(DC) INTRODUCAO À EDUCAÇÃO	Sem Pré-Req
124010	(DC) INTRODUÇÃO À PSICOLOGIA	Sem Pré-Req
124028	(DC) PSICOLOGIA SOCIAL	Sem Pré-Req
124044	(DC) PSICOLOGIA DA INFÂNCIA	Sem Pré-Req
124052	(DC) PSICOLOGIA DA APRENDIZAGEM 1	Sem Pré-Req
124061	(DC) PSICOLOGIA SOCIAL 2	124028
124087	(DC) PSICOLOGIA DA ADOLESCÊNCIA 1	124044
126039	(DC) ECOLOGIA BÁSICA	Sem Pré-Req
132012	(DC) INTRODUÇÃO À ECONOMIA	Sem Pré-Req
132021	(DC) HISTÓRIA ECONÔMICA GERAL	132012
132039	(DC) FORMAÇÃO ECONÔMICA DO BRASIL	132012

132357	(DC) MACROECONOMIA 1	132144 E 132489
132403	(DC) ECONOMIA RURAL 1	132012
132489	(DC) MICROECONOMIA 1	132861 E 132993
132594	(DC) CONJUNTURA ECO BRASILEIRA	132489 E 132357

CÓDIGO	DISCIPLINA	Pré-Requisito	
132853	(DC) MICROECONOMIA 2	132489	
132870	(DC) MACROECONOMIA 2	132357 E 132861	
134473	(DC) TEORIA SOCIOLOGICA 1	134465	
134490	(DC) SOCIOLOGIA 1	134473	
134597	(DC) SOCIOLOGIA DO CONHECIMENTO	134465 E 134473 ou 135470 E 135488	134465 E
134694	(DC) PENS SOCIOL LATINO--AMERICANO	134465 E 134473 ou 135470 E 135488	134465 E
135020	(DC) ANTROPOLOGIA CULTURAL	135011	
136484	(DC) POLÍTICA SOCIAL	Sem Pré-Req	
137472	(DC) TEORIA DO CONHECIMENTO	137553 ou 137774 ou	137481
137545	(DC) ESTÉTICA	137553 ou 137774	
137596	(DC) INICIAÇÃO À METODOLOGIA CIENTÍFICA	Sem Pré-Req	
137812	(DC) INTRODUÇÃO À LÒGICA	Sem Pré-Req	
137987	(DC) MITO E FILOSOFIA	Sem Pré-Req	
138282	(DC) GEOGRAFIA HUMANA E ECONÔMICA	Sem Pré-Req	
139033	(DC) INTRO AO ESTUDO DA HISTÓRIA	Sem Pré-Req	
139131	(DC) HISTÓRIA DO BRASIL 1	139033	
139149	(DC) HISTÓRIA DO BRASIL 2	139131	
139157	(DC) HISTÓRIA DO BRASIL 3	139149	

139165	(DC) HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA 1	139033	
139190	(DC) HISTÓRIA SOCIAL E POL GERAL	Sem Pré-Req	
139424	(DC) CULTURA BRASILEIRA 2	Sem Pré-Req	
139653	(DC) IDEIAS FIL EM FORMA LITERARIA	Sem Pré-Req	
140082	(DC) INTRODUÇÃO À LINGÜÍSTICA	Sem Pré-Req	
140180	(DC) SEMÂNTICA	Sem Pré-Req	
140481	(DC) LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS	Sem Pré-Req	
140694	(DC) LINGUA ALEMÃ INSTRUMENTAL 1	Sem Pré-Req	

CÓDIGO	DISCIPLINA	Pré-Requisito
141003	(DC) OFICINA LITERÁRIA	Sem Pré-Req
141135	(DC) LIT BRASILEIRA -- REALISMO	Sem Pré-Req
141151	(DC) LIT BRAS -- BARROCO E ARCADISMO	Sem Pré-Req
141178	(DC) LIT BRASILEIRA CONTEMPORÂNEA	Sem Pré-Req
142000	(DC) FRANCÊS INSTRUMENTAL 1	Sem Pré-Req
142018	(DC) LÍNGUA FRANCESA 2	Sem Pré-Req
142026	(DC) LÍNGUA FRANCESA 3	142018
142034	(DC) LÍNGUA FRANCESA 4	142026
142085	(DC) LÍNGUA INGLESA 1	Sem Pré-Req
142107	(DC) LÍNGUA INGLESA 3	142093
142115	(DC) LÍNGUA INGLESA 4	142107
142204	(DC) LÍNGUA ALEMÃ 1	Sem Pré-Req
142212	(DC) LÍNGUA ALEMA 2	142204
142221	(DC) LÍNGUA ALEMA 3	142212
142239	(DC) LÍNGUA ALEMA 4	142221
142328	(DC) LÍNGUA ESPANHOLA 1	Sem Pré-Req

142336	(DC) LÍNGUA ESPANHOLA 2	142328
142344	(DC) LÍNGUA ESPANHOLA 3	142336
150649	(DC) LÍNGUA SINAIS BRAS -- BÁSICO	146536
150720	(DC) JORNALISMO LITERÁRIO	146536
153001	(DC) ELEN LING ESTÉTICA HIST ARTE 1	Sem Pré-Req
153010	(DC) ELEM LING ESTÉTICA HIST ARTE 2	Sem Pré-Req
153036	(DC) HISTÓRIA DA ARTE 1	Sem Pré-Req
153613	(DC) HIST DA ARTE E DA TECNOLOGIA	Sem Pré-Req
153681	(DC) FUNDAMENTOS DE LINGUAGEM	Sem Pré-Req
153796	(DC) HISTÓRIA DO TEATRO 1	153010 ou 153621
153800	(DC) CORPO E MOVIMENTO 1	Sem Pré-Req
153818	(DC) ENCENAÇÃO 1	Sem Pré-Req
CÓDIGO	DISCIPLINA	Pré-Requisito
154971	(DC) HISTÓRIA DA ARTE ANTIGA	Sem Pré-Req
156426	(DC) METODOLOGIA DE PROJETO	153699 E 153079 E 153699 E 153079
157635	(DC) HISTÓRIA DA ARTE MEDIEVAL	Sem Pré-Req
157643	(DC) HISTÓRIA DA ARTE MODERNA	Sem Pré-Req
157651	(DC) HISTÓRIA DA ARTE CONTEMPORÂNEA	Sem Pré-Req
	(DC) HISTÓRIA DA ARTE NO BRASIL	Sem Pré-Req
170054	(DC) INTR A ATIVIDADE EMPRESARIAL	Sem Pré-Req
175013	(DC) PRÁTICA DESPORTIVA 1	Sem Pré-Req
175021	(DC) PRÁTICA DESPORTIVA 2	Sem Pré-Req
181013	(DC) INTRODUÇÃO À ADMINISTRAÇÃO	Sem Pré-Req
181021	(DC) ORGANIZAÇÃO E SISTEMAS	181013

181064	(DC) PROCESSO DECISÓRIO 1	181021	
181111	(DC) TEORIA DO PLANEJAMENTO	181013	
181129	(DC) CONTABILIDADE GERAL 1	Sem Pré-Req	
181188	(DC) ADM DE RECURSOS MATERIAIS	181013	
181196	(DC) MERCADOLOGIA	181188 Ou 181111 Ou 156426	
185001	(DC) INTRO ESTU REL INTERNACIONAIS	Sem Pré-Req	
185035	(DC) INTRODUÇÃO A CIÊNCIA POLÍTICA	Sem Pré-Req	
185051	(DC) TEORIA POLÍTICA MODERNA	185035	
185060	(DC) TEORIA POLITICA CONTEMPORÂNEA	Sem Pré-Req	
185108	(DC) POL 3 -- POL LATINO -- AMERICANA	185035 E 185051	
185116	(DC) POLÍTICA BRASILEIRA 1	185035	
185477	(DC) INOVAÇÃO E DIFUSÃO TECNOLÓGICA	185035 E 185001	
191019	(DC) INTRODUÇÃO À EDUCAÇÃO	Sem Pré-Req	
150649	(DC) LINGUAGEM DE SINAIS BRASILEIRA	Sem Pré-Req	

PARÁGRAFO ÚNICO: O número de Créditos das disciplinas e atividades fixadas neste artigo poderá variar de um para outro período letivo, conforme o indique a experiência do ensino, e constará das respectivas Listas de Ofertas.

ART. 4º - O estudante deve ser aprovado nas disciplinas listadas no Artigo anterior como Obrigatórias e tantas disciplinas Optativas e/ou de Módulo Livre (ML) e/ou Atividades de Extensão e/ou de Atividades Complementares quantas sejam necessárias para integralizar o total de créditos referido no Art. 2º.

ART. 5º - O tempo de permanência no curso será de 8 (oito) semestres, no mínimo, e de 14 (quatorze) semestres no máximo. O número máximo de créditos

cursados em um semestre letivo não poderá ultrapassar a 26 créditos e o número mínimo previsto e de 14 créditos.

PARÁGRAFO ÚNICO – Estes limites não serão considerados quando as disciplinas pleiteadas forem às últimas necessárias à conclusão do curso.

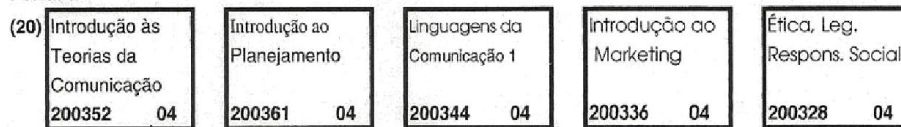
ART. 6º - A Coordenação didática do curso cabe ao Colegiado da Faculdade de Comunicação.

- **10. Fluxograma**

FLUXOGRAMA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Disciplinas obrigatórias

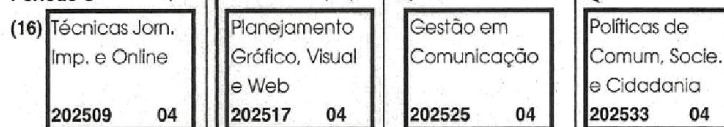
Período 1



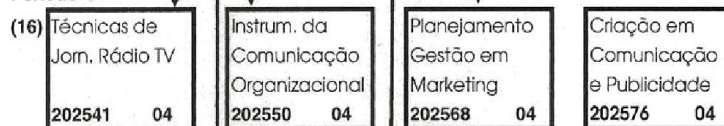
Período 2



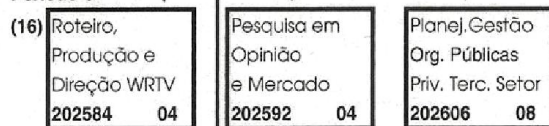
Período 3



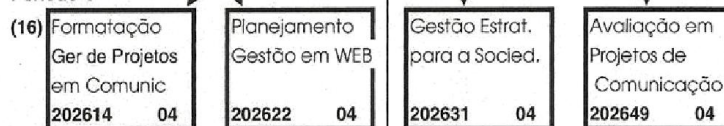
Período 4



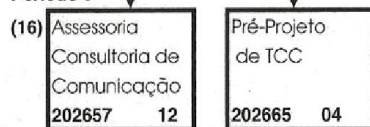
Período 5



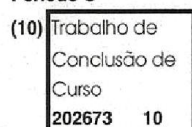
Período 6



Período 7



Período 8



Total de disciplinas obrigatória
Total disciplinas optativas/moc
Total geral de créditos do curs

- **11. Anexo**

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

RESOLUÇÃO DO CONSELHO DA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Nº 03/2015

REGULAMENTO DO PROJETO EXPERIMENTAL, PROJETO FINAL OU TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

1. Do projeto

1.1. O Projeto Experimental, Projeto Final ou Trabalho de Conclusão de Curso corresponde a um trabalho de final de curso, que pode ser realizado como monografia sobre um tema específico de Comunicação ou um produto de Comunicação. No caso de produto, esse deve ser acompanhado de uma Memória da Pesquisa, elaborada nos termos do Anexo 2 desta Resolução. São considerados produtos: programa de rádio ou TV, vídeo, filme cinematográfico, roteiro de filme, ensaio fotográfico, publicação impressa ou eletrônica, campanha publicitária, peça publicitária, artigo científico, manual de comunicação, plano de comunicação, plano de marketing, reportagem ou qualquer outra forma ou gênero jornalístico.

1.2. O Projeto é desenvolvido em duas etapas.

1.2.1 - Na primeira, o aluno do penúltimo semestre, matriculado na disciplina Pré-Projeto elabora uma proposta de trabalho (pré-projeto) sistemática e objetiva.

1.2.2.1 - A aprovação dos aspectos metodológicos do pré-projeto está condicionada à aceitação do mesmo por outro professor para sua orientação no semestre seguinte.

1.2.2.2 - Ao final da disciplina Pré-Projeto, o professor responsável pela matéria divulgará a relação de projetos, seus autores e professores orientadores.

1.2.2. - Na segunda, o aluno do último período, matriculado na disciplina Projeto Experimental, Projeto Final ou Trabalho de Conclusão de Curso desenvolve o projeto e o apresenta conforme um dos modelos previstos nos anexos 1 e 2.

1.3. Poderão se matricular na disciplina Projeto Experimental, Projeto Final ou Trabalho de Conclusão

de Curso somente os alunos que estiverem integralizando o número total de créditos (formandos). Não será admitida, em qualquer hipótese, defesa antecipada do referido Projeto.

1.4. O Projeto deve possibilitar ao estudante demonstrar que desenvolveu um trabalho autônomo, acadêmico, com qualidade técnica, e com domínio do referencial teórico e das práticas exercitadas ao longo da Graduação.

1.5. O Projeto pode ser individual ou coletivo, limitado a 4 (quatro) alunos. No caso do trabalho coletivo, é necessário que o grupo se organize no penúltimo período, entre os matriculados na disciplina Pré-Projeto. É imprescindível que no pré-projeto conste um plano de trabalho especificando as tarefas, atribuições e cronograma de cada participante.

1.6. A disciplina Pré-Projeto é pré-requisito da disciplina Projeto Experimental, Projeto Final ou Trabalho de Conclusão de Curso.

2. São atribuições da Coordenação:

2.1. Acompanhar a elaboração dos Projetos junto a estudantes e professores orientadores, promover discussões sobre orientação e organizar o calendário semestral de defesa dos Projetos.

2.2. Divulgar a relação de Projetos desenvolvidos no semestre.

2.3. Fornecer aos professores, a cada semestre, comprovantes de orientação e participação em bancas examinadoras.

3. São atribuições do aluno:

3.1. Atender todas as exigências apresentadas no início do semestre pela Coordenação de Projetos.

4. Da orientação

4.1. A escolha do professor orientador é feita pelo estudante obrigatoriamente no semestre em que ele cursar a disciplina Pré-Projeto.

4.2. Cabe ao professor orientador promover discussões conceituais e técnicas, acompanhar o desenvolvimento das atividades previstas no cronograma, verificar se os objetivos e metas propostos foram alcançados antes de liberar o projeto para defesa pública.

4.3. O professor orientador tem o poder de vetar a apresentação do projeto quando julgar que este

não atende aos critérios acadêmicos. Neste caso, deverá encaminhar relatório escrito ao Coordenador de Projetos.

4.4. Cada professor deverá orientar, no máximo, 4 (quatro) projetos e participar de um número máximo de 7 (sete) bancas por semestre, incluindo-se as de seus orientandos.

4.5. Projetos de natureza transdisciplinar poderão ser realizados em coorientação que será formalizada ao final da disciplina Pré-Projeto.

4.6. O estudante que faltar a mais de três reuniões agendadas com o professor orientador e/ou descumprir os compromissos combinados com este último poderá ser desligado da orientação, a qualquer momento. Neste caso, o professor orientador, após comunicar sua decisão ao aluno, deverá encaminhar relatório escrito ao Coordenador de Projetos, justificando o desligamento.

5. Da defesa

5.1. A apresentação do Projeto terá a duração entre 20 e 30 minutos, incluindo a apresentação do produto, quando for o caso.

5.2. Para a arguição do(s) aluno(s) os membros da banca terão no máximo 20 minutos cada um, totalizando 40 minutos.

5.3. Para a réplica do(s) aluno(s) será concedido o tempo máximo de 20 minutos.

5.4. Após a réplica do(s) aluno(s), o público se retira, incluindo o(s) aluno(s), para que a banca examinadora possa deliberar.

5.5. Após a deliberação da banca, o(s) aluno(s) volta(m) para ouvir a comunicação da menção.

6. Da Avaliação

6.1. O trabalho deverá ser avaliado até a última semana do semestre letivo.

6.2. A avaliação é feita por uma banca examinadora composta por três membros. O professor orientador é membro natural da banca. O segundo deverá ser um professor da FAC, do Quadro ou Substituto, e o terceiro poderá pertencer ou não ao quadro docente da UnB, desde que seja pessoa de notório saber em sua área de atuação.

6.3. A composição da banca examinadora deverá ser sugerida pelo aluno ao orientador, a quem cabe

a decisão final.

6.4. Os membros da banca examinadora devem receber cópias do Projeto (monografia ou produto) dez dias antes de sua defesa.

6.5. A apresentação final do Projeto deverá ser feita de acordo com um dos roteiros previstos nos Anexos 1 e 2, respeitadas as especificidades e a natureza do trabalho a ser defendido.

6.6. A banca examinadora avalia o Projeto de acordo com os seguintes critérios diferenciados estabelecidos a partir da natureza do trabalho:

6.6.1 **Monografia.** Por ser um trabalho escrito, sistemático e completo sobre um tema específico, a monografia deve ter características de um trabalho científico, ou seja, buscar o conhecimento a partir de um procedimento sistemático de investigação, pesquisa e reflexão. A avaliação da monografia, portanto, deve ser pautada por critérios aplicáveis a qualquer trabalho de natureza científica:

- **Coerência:** verificar se a apresentação do tema investigado é lógica, articulada, ordenada e sistematizada.
- **Originalidade:** observar se o trabalho é significativo e apresenta um novo enfoque para o tema tratado.
- **Seleção de teorias e métodos:** analisar se houve rigor na aplicação de conceitos, métodos e técnicas durante a execução da pesquisa.
- **Apresentação do trabalho:** avaliar se o aluno apresenta um texto claro, preciso, conciso, correto do ponto de vista gramatical, segundo as normas da língua culta, além de demonstrar domínio do vocabulário técnico utilizado.

6.6.2. **Produto em Comunicação.** O Projeto que tem por objetivo a elaboração de um produto deve ser avaliado levando-se em conta: 1) o produto, propriamente dito, isto é, a sua qualidade técnica e o seu conteúdo, 2) a Memória da Pesquisa, que deverá ser escrita de acordo com o Anexo 2 desta Resolução. Na avaliação devem ser considerados os seguintes critérios:

- **Diagnóstico:** verificar se na realização do trabalho o aluno fez um diagnóstico do lugar, espaço ou contexto no qual está inserido o produto desenvolvido. Para isso, deve demonstrar que realizou uma investigação cuidadosa dos fatos para determinar a natureza, a especificidade e as características de sua produção.
- **Planejamento:** avaliar se o trabalho foi desenvolvido a partir de um planejamento criterioso de todas as etapas do projeto. Espera-se que o aluno seja capaz de estabelecer planejamento em consonância com o diagnóstico realizado.
- **Cumprimento de metas e objetivos:** observar se os objetivos e metas inicialmente propostos por ocasião do pré-projeto foram alcançados; analisar criticamente os fatores que dificultaram e/ou facilitaram o desenvolvimento do trabalho.
- **Estratégias operacionais:** analisar a capacidade do aluno de desenvolver um produto utilizando com rigor métodos e procedimentos pertinentes e eficazes.
- **Qualidade do produto:** avaliar com rigor a qualidade técnica, artística e de

- conteúdo do trabalho prático ou produto em comunicação.
- **Relevância do produto:** observar se o trabalho é significativo.
 - **Originalidade:** verificar se o trabalho tem caráter próprio; se é singular, ímpar, inovador e não procura imitar outros congêneres.

7. Ao final da defesa do projeto, os membros da banca farão uma Ata, conforme Anexos 3 e 4, na qual registrarão a nota de 0 a 10, atribuída a cada um dos critérios propostos para avaliação. Cabe ao professor orientador fazer a média das notas e atribuir a menção dentro dos parâmetros da UnB.

8. A menção final será anunciada ao aluno, após a deliberação da banca examinadora.

9. A Ata de defesa será arquivada na Secretaria da FAC, que se encarregará também de enviar as cópias dos Projetos para o setor de Arquivos de Projetos Experimentais, Projetos Finais ou Trabalhos de Conclusão de Curso.

ATUALIZAÇÃO DO PPC

ATIVIDADES DO CURSO

O curso é composto de uma série de atividades integradas, que demandam trabalho colaborativo de docentes, discentes e técnicos. Desde sua criação, valoriza-se a iniciação científica. Anualmente, são aproximadamente 30 trabalhos, orientados por docentes, que no final são apresentados nos eventos de iniciação científica da Universidade de Brasília e nos principais encontros de comunicação do país.

Docentes e discentes do curso atuam ativamente na extensão em projetos da Faculdade de Comunicação, como a rádio Utopia, em Planaltina, na qual estudantes e docentes desenvolvem produtos comunicacionais voltados para as demandas, interesses e necessidades da comunidade, e o Café FAC, em que várias temáticas comunicacionais são abordadas por especialista do país e do mundo. O projeto de extensão específico de Comunicação Organizacional ocorre na disciplina Instrumentos de Comunicação Organizacional, na qual estudantes do quarto semestre escolhem uma organização não governamental e produzem para ela um plano de comunicação e produtos como vídeo, criação de redes sócias, logomarca e identidade visual etc.

Outro diálogo do curso com a sociedade se dá na disciplina Planejamento e Gestão em Marketing, na qual os estudantes são convidados a empreender, criando uma *startup* voltada para projetos sociais. No fim do semestre, essas empresas são apresentadas ao público, em uma feira aberta a toda a comunidade. Um dos trabalhos desenvolvidos na disciplina foi escolhido para ser incubado pela Universidade de Harvard, tendo projeção internacional.

No âmbito das Técnicas de Jornalismo de Rádio e Televisão, os alunos desenvolvem projetos audiovisuais sobre o mundo corporativo e cidadania. Para isso, utilizam a estrutura de laboratórios para produção de telejornais, reportagens especiais e programas de rádio que são divulgados na rede social *YouTube*, no *RadioTube* que disponibiliza o material gratuitamente para rádios comunitárias e, em alguns casos, na TV UnB. Os estudantes têm, assim, a oportunidade de vivenciar as diferentes fases de produção da notícia: apuração, redação, edição e apresentação e utilizar os elementos teóricos e práticos a partir da perspectiva da comunicação organizacional.

Em Comunicação Pública, na disciplina Planejamento e Gestão em Organizações Públicas, Privadas e de Terceiro Setor, em parceria com a Embrapa, foram desenvolvidos observatórios de mídia em ciência e tecnologia, com a produção de artigos e apresentação dos resultados de pesquisa dos estudantes, na sede da empresa pública, como uma forma de valorização, divulgação e intercâmbio institucional. Além da Embrapa, busca-se parcerias com profissionais da área pública para reforçar o diálogo institucional, uma vez que o curso está inserido em um contexto local com demandas específicas na comunicação pública e governamental. A partir dessa interlocução, os alunos são desafiados a propor ideias inovadoras no campo da gestão pública.

Outra atividade anual desenvolvida no curso é uma viagem de aproximadamente 20 estudantes do curso, acompanhados por docentes, para acompanhar projetos bem-sucedidos da área no país. A UnB providencia ajuda de custo para bancar transporte e estada. Em 2017, foi visitada a Usina Hidrelétrica de Itaipu e a Universidade de Integração Latino-americana, Unila, em Foz do Iguaçu.

O curso buscou o estabelecimento de parcerias com a Universidade Tecnológica Federal do Paraná, a única instituição pública no país que também oferece Comunicação Organizacional. Para isso, três docentes da FAC visitaram a sede da UTFPR, em Curitiba. Estabeleceram-se os seguintes objetivos: realização alternada de Semana de Comunicação Organizacional entre as duas universidades; elaboração de um livro que conte a história da habilitação, bem como colabore para o fortalecimento das bases teóricas da área; facilitação do intercâmbio entre discentes das duas instituições.

Outra atividade de grande destaque no curso é a Semana de Comunicação Organizacional, realizada por estudantes, técnicos e docentes bianualmente. Busca-se um diálogo com a sociedade, o que se efetivou em 2017 com a participação de mais de mil pessoas: quatrocentos e sessenta e seis ouvintes de palestras e debates; trezentos e vinte alunos de ensino médio da rede pública; cinquenta expositores de pôsteres na jornada acadêmica; trinta e nove autores de artigos; sessenta e três palestrantes, mediadores e debatedores; onze instrutores de oficinas; sessenta e nove participantes de oficinas; vinte e seis expositores na mostra de Comunicação Organizacional e trinta e sete integrantes da comissão organizadora. O evento teve o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Distrito Federal (FAP-DF), que contribuiu com mais de setenta mil reais para sua realização.

SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROJETO DO CURSO

O acompanhamento das atividades acadêmicas e do projeto político pedagógico, com a discussão e análise periódicas sobre sua evolução, é de responsabilidade do Núcleo Docente Estruturante (NDE). Regimentalmente, o NDE é uma instância consultiva para o aprimoramento didático e pedagógico do curso. Para isso, tem suas atividades coordenadas pelo colegiado do Departamento de Comunicação Organizacional e realiza reuniões periódicas. O núcleo possui uma comissão curricular permanente que, entre outros pontos, atua sobre a atualização do currículo com os programas das disciplinas e as atividades do corpo docente. Em 2017, a comissão discutiu amplamente o projeto pedagógico que está em vigor, com a realização de reuniões ampliadas aos demais docentes do curso, tendo em vista a atualização do documento e a reflexão sobre suas potencialidades e deficiências.

A avaliação dos docentes é realizada em três momentos. No primeiro, no âmbito das próprias disciplinas, no processo dialógico assinalado anteriormente. Não se trata de verificar se um docente foi ou não “eficaz”, mas de perceber como foi sua participação no processo de ensino-aprendizagem. Outra dimensão dessa avaliação docente é um instrumento disposto pela Universidade de Brasília em que os discentes avaliam, de forma online, a disciplina, considerando-se aspectos como motivação do aluno, domínio do conteúdo do docente e repertório de recursos didático-pedagógicos. O resultado dessa avaliação é confidencial, e entregue periodicamente aos professores para que eles conheçam as

percepções da turma sobre determinada disciplina. Quando a avaliação for acima da média da Universidade, essa informação pontua no processo de progressão-funcional do docente. Os resultados obtidos servem também de suporte ao Núcleo Docente Estruturante e respectivo colegiado de curso para decisões sobre reformas curriculares e propostas pedagógicas. A avaliação tem caráter não obrigatório o que permite ao estudante escolher as disciplinas que deseja avaliar.

Outro método de avaliação da disciplina é o diálogo frequente entre estudantes, docentes e coordenação, de modo que ajustes e mudanças sejam realizadas sempre que necessário.

Por fim, assinalamos o esforço do curso em produzir avaliações dos egressos, como a realizada ainda em 2017. O objetivo é compreender o diálogo entre o perfil do egresso e as demandas do mercado e da sociedade. Na Semana de Comunicação Organizacional, realizada bianualmente, reflete-se também sobre o tema, de modo a avaliar continuamente este Projeto Pedagógico e a ação de seus atores à luz da percepção de estudantes, professores, técnicos e gestores de comunicação nas organizações.