

**Centro de Relações Públicas de Pernambuco – CRPP**  
**Escola Superior de Relações Públicas – Esurp**  
**Pós-Graduação – Lato Sensu**  
**Programa: 2009/2010**

## **PROGRAMAÇÃO DOS NOVOS CURSOS (2009/2010)**

### **ÍNDICE**

	Página
Introdução e Pós-Graduação Esurp .....	01
Identificação do Programa .....	02
Objetivo Geral e Caracterização dos Cursos .....	03
Habilitação para o Magistério Superior .....	04
Inscrições, Documentação e Matrículas .....	04
Seleção e Matrículas dos Candidatos .....	05
Investimento e Pagamentos .....	05
Financiamento Bancário, Descontos, Vagas e Certificação .....	06
Trabalho de Conclusão de Curso .....	07
Professores .....	07
Aproveitamento de Estudos, Início das Aulas e Estrutura dos Cursos .....	08
Eixo Temático Básico .....	09
Eixo Temático Profissionalizante .....	10
Cursos: Assessoria de Comunicação .....	10
Cerimonial e Eventos .....	11
Comunicação Mercadológica e Estudos do Consumo .....	12
Gestão Ambiental e Sustentabilidade .....	13
Gestão Estratégica de Pessoas .....	14
Gestão de Ouvidoria .....	15
Marketing e Assessoria Política .....	16
Relações Públicas na Comunicação Empresarial .....	17
Secretariado Executivo na Gestão Empresarial .....	18

## 1. INTRODUÇÃO

Desde 1965, existem apenas dois tipos de programas de pós-graduação no Brasil:

- o STRICTO SENSU, ou pós em sentido estrito, referente aos cursos de mestrado e doutorado, organizados e oferecidos de acordo com regras e normas detalhadas e credenciamentos prévios emitidos pelos órgãos reguladores da pós-graduação;
- o LATO SENSU, ou pós em sentido amplo, que compreende diversas modalidades de cursos, inclusive os de *Especialização*, como os oferecidos pela Escola Superior de Relações Públicas – Esurp. O Lato Sensu é ideal para profissionais que buscam atualização ou aperfeiçoamento em determinada área de conhecimento.

Os programas de pós-graduação da Esurp vêm sendo desenvolvidos desde 1997 (12 anos), voltados para a especialização de profissionais capazes de atender as demandas emanadas, especialmente, dos Estados Nordestinos e integram, definitivamente, a política expansionista e qualitativa vivenciada pela Escola, priorizando o ensino-aprendizado continuado, agregando valores para a formação e o desenvolvimento de novos atores sociais.

O contexto exposto, projeto 2009/2010 da pós-graduação ofertado pela Escola Superior de Relações Públicas, é desenvolvido de acordo com as exigências contidas na Resolução nº 1, de 08 de junho de 2007, da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação e atua voltado para a qualificação e requalificação profissional, fornecendo subsídios para maior compreensão do *universo mercadológico*, bem como na promoção das áreas de pesquisa que visam embasar e contribuir para a consolidação de conceitos, na integração de uma ferramenta indispensável na consecução da práxis pedagoga: continuar os estudos depois da graduação, requisito obrigatório para quem aposta no mundo corporativo como campo de trabalho.

Nas atividades, de pós-graduação, promovidas pela Esurp, ficam claros os objetivos de oportunizar e fomentar os conhecimentos científico, tecnológico, social e cultural por meio da associação escola e os setores público e privado, oferecendo os aportes teóricos e práticos dos conhecimentos científico-tecnológico e do sócio-cultural-ambiental.

Assim os cursos listados neste projeto, acoplando os seus objetivos específicos ao objetivo geral do programa, têm como meta o ingresso dos seus concluintes no mundo do trabalho, inclusive no magistério superior.

## 2. PÓS-GRADUAÇÃO NA Esurp

Os programas de pós-graduação (Lato Sensu), da Escola Superior de Relações Públicas – Esurp, foram iniciados em 15 de maio de 1997, com o oferecimento do curso de “Relações Públicas para o Turismo”.

Em outubro de 1999 a pós-graduação foi ampliada com a inclusão de “Comunicação Social”, um projeto, a exemplo do primeiro curso, também aprovado, através de Parecer Técnico, da, então, Delegacia do Ministério da Educação em Pernambuco (DEMEC/PE).

Os anos seguintes foram marcados pela consolidação da modalidade e o aprofundamento das temáticas postas em execução com ajustamentos sendo processados procurando atender o trabalho.

Sem solução de continuidade a pós-graduação (Esurp) foi se consolidando. Foram mantidas as duas habilitações iniciais e com o advento da Resolução nº 1, de 03 de abril de 2001, da

Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, o elenco de cursos foi ampliado: Relações Públicas para o Turismo foi substituído por Turismo e Hospitalidade; Comunicação Social cedeu seu espaço para Comunicação Social Aplicada – numa ação voltada tanto para a pesquisa. Foram incluídos, no programa, os cursos de Secretariado Executivo, enfatizando Sistemas de Informação e, também, com a habilitação de Relações Públicas, conotada para Cerimonial e Eventos.

No programa 2007/2008 a oferta passou a ser muito mais notada. O elenco de cursos/habilitações foi ampliado e oferecidos: Cerimonial e Eventos; Gestão Estratégica de Pessoas; Secretariado Executivo na Gestão Empresarial; Planejamento e Gestão do Turismo Cultural; Assessoria de Comunicação; Marketing e Estratégias de Assessoria Política.

O programa de 2008/2009 foi mais abrangente. Cobriu as áreas de Assessoria de Comunicação, do Cerimonial e Eventos, da Gestão Estratégica de Pessoas, do Marketing e Assessoria Política, da Gestão de Ouvidoria, do Planejamento e Gestão do Turismo Cultural e ambiental e, ainda do Secretariado Executivo na Gestão Empresarial.

O apresentado anteriormente foi uma preparação para esta oferta maior, em 2009/2010, na tentativa de mostrar que uma pós-graduação não melhora, apenas, o currículo. Ela vai mais além: amplia as experiências e cria uma base sólida e fundamental para o surgimento de oportunidades, inclusive a de magistério vez que todos os cursos ofertados pela Esurp abrem o espaço para o exercício da docência, no 3º grau, em cada uma das áreas específicas.

### **3. IDENTIFICAÇÃO DO PROGRAMA**

#### **3.1. PROGRAMA**

2009/2010

#### **3.2. UNIDADE RESPONSÁVEL**

Escola Superior de Relações Públicas – Esurp, com sede à Avenida Conselheiro Rosa e Silva, 839 – bairro dos Aflitos, na cidade do Recife/Pernambuco.

A Esurp é reconhecida pelo Decreto nº 72.147 (07.05.1973), alterado pelo Decreto nº 78.373 (03.09.1976), publicado no Diário Oficial da União, em 06 de setembro de 1976, com o curso de Comunicação Social, habilitação: Relações Públicas.

O curso de Secretariado, da Esurp, também está reconhecido pelo Governo Federal através da Portaria nº 210/81, de 04.03.1981.

#### **3.3. RESPALDO LEGAL PARA FUNCIONAMENTO DOS CURSOS EM PÓS-GRADUAÇÃO (Lato Sensu)**

Resolução nº 1, de 08 de junho de 2007 (Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação).

#### **3.4. COORDENAÇÃO DOS CURSOS**

Os cursos têm coordenação própria sob a responsabilidade do professor Ricardo Tavares Nunes da Silva.

#### **4. OBJETIVO GERAL DO PROGRAMA**

Sob a ótica das abordagens clássicas e as do mundo do trabalho, os cursos oferecidos pela Escola Superior de Relações Públicas – Esurp, objetivam oferecer qualificação especializada por meio da formação acadêmica e visão integrada das diversas áreas do conhecimento envolvidas nesse processo, para aqueles que necessitam atender às demandas do mercado contemporâneo e globalizado, além da preparação para o magistério superior.

OBS – Os objetivos de cada um dos cursos são mostrados, juntamente com suas respectivas disciplinas, ementas e cargas-horárias, a partir da página 10.

#### **5. CARACTERIZAÇÃO DOS CURSOS**

##### **5.1 PERÍODO DE DURAÇÃO E CARGA HORÁRIA**

12 meses, 360 horas-aula e 10 módulos (cada um dos cursos).

##### **5.2 REGIME DE TRABALHO**

Em todos os cursos: presencial – 04 (quatro) horas-aula/dia, dois dias na semana.

##### **5.3 AULAS/TURNOS E HORÁRIOS**

Noite: das 18:40 às 22:00 horas

##### **5.4 CURSOS, DIAS DE AULAS E VAGAS**

<b>CURSOS OFERECIDOS</b>	<b>Dias de Aulas</b>	<b>VAGAS</b>
Assessoria de Comunicação	3 – 5	30
Cerimonial e Eventos	2 – 4	20
Comunicação Mercadológica e Estudos do Consumo	3 – 5	25
Gestão Ambiental e Sustentabilidade	2 – 4	30
Gestão Estratégica de Pessoas	3 – 5	30
Gestão de Ouvidoria	2 – 4	20
Marketing e Assessoria Política	2 – 4	20
Relações Públicas na Comunicação Empresarial	3 – 5	30
Secretariado Executivo na Gestão Empresarial	2 – 4	30

## 5.5 MÓDULOS COMUNS

Considerando que os três primeiros módulos, conjunto denominado EIXO TEMÁTICO BÁSICO, são comuns para todos os cursos, pode haver junção de turmas, independente do curso no qual o estudante está matriculado. **Neste caso as aulas são ministradas as terças e quartas-feiras.**

## 5.6 FORMAÇÃO DAS TURMAS

Para funcionamento, os cursos estão sujeitos a formação de turmas com um mínimo de 10 (dez alunos).

## 5.7 REMANEJAMENTO

Quando o número mínimo de alunos, exigido para formação das turmas, não se concretizar e não havendo condições de oferta pela Escola, os inscritos, naquele(s) curso(s), podem migrar para outro curso que tenha seu funcionamento confirmado. Em não havendo condição da migração o estudante tem a sua taxa de inscrição devolvida.

## 6 – HABILITAÇÃO PARA O MAGISTÉRIO SUPERIOR

As pós-graduações (Lato Sensu) da Esurp, além das especializações específicas, também habilitam para o magistério superior, nas respectivas áreas.

## 7 – INSCRIÇÕES, DOCUMENTAÇÃO E MATRÍCULAS

### 7.1 – INSCRIÇÕES PARA OS CURSOS

- a) Considerando que não existem pré-requisitos entre os módulos oferecidos, podem ser feitas inscrições/matrículas durante o desenvolvimento dos cursos, até o limite das vagas oferecidas.
- b) As inscrições/matrículas devem ser feitas antes do início de cada um dos módulos acadêmicos (disciplinas), na secretaria da pós-graduação, das 16 às 21 horas, de segunda a sexta-feira.

### 7.2 – DOCUMENTAÇÃO

No momento da inscrição o candidato a pós-graduação da Esurp:

- a) preenche o formulário de inscrição fornecido pela Escola;
- b) entrega: cópia do histórico escolar ou diploma (registrado no MEC) da graduação; cópias da cédula de identidade e do CPF; uma foto 3x4 ou 2x2;
- c) recolhe, na tesouraria do CRPP, a taxa de inscrição, no valor de R\$ 50,00 (cinquenta reais).

### 7.3 - INSCRIÇÕES PARA MÓDULO (S) ISOLADO (S)

Para os candidatos a módulo (s) isolado (s), tanto aqueles de contagem de créditos, (cursados por graduados) como os de certificados de “extensão” (cursados por candidatos não graduados), as inscrições/matrículas são realizadas até data de início de cada módulo (disciplina), na dependência da existência da vaga.

### 7.4 - DOCUMENTAÇÃO DOS CANDIDATOS – MÓDULO (S) ISOLADO (S)

Para os graduados é solicitada a mesma documentação expressa no item 7.2.

Os não graduados: preenchimento da ficha de inscrição e entrega de uma foto 3x4 ou 2x2.

Nos dois casos, os candidatos recolhem na tesouraria do CRPP o valor correspondente a taxa de inscrição (R\$ 50,00) e mais a matrícula de R\$ 277,00 valor fixado para cada um dos módulos.

## 8 – SELEÇÃO DE CANDIDATOS

Os inscritos são selecionados através da análise curricular e, em casos especiais, entrevistas.

## 9 – MATRÍCULA DOS SELECIONADOS

As matrículas são realizadas concomitantemente com a inscrição. Na efetivação da matrícula o (a) estudante comprova o recolhimento, na tesouraria do CRPP, da taxa de R\$ 277,00 que corresponde, também a primeira parcela do investimento.

## 10 – INVESTIMENTO E PAGAMENTOS

Todos os cursos oferecidos: R\$ 3.324,00 (três mil e trezentos e vinte e quatro reais). Investimento dividido em 12 parcelas mensais de R\$ 277,00. na primeira parcela está inclusa a matrícula.

Os pagamentos das demais 11 (onze) parcelas ocorrem até o dia 5 (cinco) de cada mês.

Após o vencimento incidirão sobre o valor da parcela: multa de 2% (dois por cento), juros de 1% (hum por cento) pró-rata dia e aplicação do IGP-M.

Não será aceito pagamento após a totalização de 25% (vinte e cinco por cento) da carga horária de cada um dos módulos acadêmicos, salvo com autorização expressa da administração do CRPP e da coordenação da pós-graduação.

## **11 – FINANCIAMENTO BANCÁRIO**

A Caixa Econômica Federal (CEF) oferece uma linha de crédito para estudantes dos cursos de pós-graduação, Lato Sensu, como os desenvolvidos na Escola Superior de Relações Públicas – Esurp.

O financiamento é dependente do valor do curso, limitado até 30 mil reais, e das condições financeiras do aluno.

Para contratação do financiamento o estudante, devidamente matriculado, deve procurar a CEF, agência 0867 – Shopping Center Recife.

## **12. DESCONTOS**

Os alunos matriculados na pós-graduação da Esurp, oriundos de convênios celebrados com o CRPP/Esurp, assim como os graduados da Escola e os servidores públicos (federal, estadual, municipal) civis e militares bem como os seus dependentes diretos, gozam de um desconto de 20% (vinte por cento) no pagamento das parcelas integrantes do investimento da pós-graduação.

Da mesma forma, os laureados nas graduações da Esurp e aqueles que tenham concluído uma pós-graduação na Escola, garantem desconto de 50% (cinquenta por cento), nas parcelas de pagamentos, independente da data do término dos estudos.

Os descontos são válidos logo a partir da primeira parcela do investimento, não cobrindo o valor da taxa de inscrição e não havendo desconto cumulativo.

No curso de Secretariado Executivo no Ambiente Advocático os alunos estão incluídos naquilo que está estabelecido acima. São beneficiados, também, com o desconto de 20% (vinte por cento) aqueles encaminhados por advogados, escritórios de advocacia (nos dois casos devidamente regularizados junto a OAB) e pela OAB.

## **13 – VAGAS**

Para cada um dos cursos/habilitações, as vagas estão definidas no item 5.4

Nos cursos onde as vagas não forem preenchidas, no número mínimo para funcionamento da turma (10 alunos) e não havendo condições de oferta por parte da Escola, pode haver remanejamento dos inscritos e/ou matriculados para um curso confirmado, desde que exista a vaga correspondente e a concordância do estudante.

A Escola se reserva no direito de não oferecer o (s) curso (s) que não tenha (m) preenchido o número mínimo, de matriculados. Ocorrendo tal situação, estudantes serão ressarcidos dos valores pagos, conforme os casos.

## **14 – CERTIFICAÇÃO**

Receberão certificados de conclusão de estudos, alunos que tenham:

- a. integralizado todos os módulos acadêmicos do seu curso;
- b. obtido frequência, mínima, de 75% (setenta e cinco por cento) da carga horária ministrada em cada módulo;
- c. tido aproveitamento acadêmico igual ou superior a 7,0 (sete inteiros) em cada um dos módulos ministrados e os conceitos MB (muito bom), B (bom) ou R (regular) no trabalho de conclusão do curso (TCC).

## 15 – TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

- a. O trabalho de conclusão de curso (TCC) pode ser apresentado na formatação de uma monografia, de estudo de caso, de um projeto experimental, de um artigo científico ou outra forma, de acordo com a coordenação da pós-graduação, ouvido o professor orientador do trabalho. Pode ser apresentado por um só estudante ou por um grupo de, até, cinco estudantes.
- b. O trabalho pode ser apresentado na forma escrita ou documental audiovisual.
- c. A partir do último dia de aula do módulo 10 (dez), nos cursos oferecidos, os alunos têm até 60 (sessenta) dias para entrega do trabalho de conclusão do curso, na secretaria da pós-graduação/Esurp, podendo formalizar um pedido de prorrogação, por mais 30 dias, no prazo para entrega do trabalho.
- d. Nos trabalhos de conclusão de curso, a Esurp disponibiliza o professor orientador para, de acordo com horário a ser ajustado, atendimento aos alunos inclusive por via eletrônica. O(s) estudante(s) também pode(m) manter contato com um orientador, escolhendo-o para o acompanhamento do trabalho. Neste caso a coordenação do curso deve ser comunicada imediatamente.
- e. O atendimento vai ocorrer a partir do final do módulo III e se estenderá até a conclusão do módulo X.
- f. O rendimento acadêmico do TCC deve ser igual ou superior a 7,0 (sete) pontos, e convertido em conceito: MB = de 9,0 a 10,0; B = de 8,0 a 8,99 e R = de 7,0 a 7,99
- g. O TCC com rendimento inferior aos sete pontos é devolvido ao (s) aluno (s), uma única vez, para que sejam sanados todos os questionamentos feitos pelo professor orientador. Permanecendo a nota inferior aos sete pontos e conceito menor que “R” o TCC será anulado e o(s) aluno(s) fará(ão) um novo trabalho.
- h. Para sanar a (s) exigência (s) vista (s) na alínea “g” o (s) aluno (s) terá (rão), no máximo, 20 (vinte) dias, a partir da data da devolução do trabalho.
- i. Os trabalhos de conclusão de curso são julgados por professores indicados pela coordenação da pós-graduação.

## 16 PROFESSORES

16.1 Os professores contratados para os cursos de pós-graduação podem ser:

- oriundos da própria escola;
- convidados de outras instituições de ensino;
- profissionais ligados ao mercado de trabalho.

16.2. Em qualquer uma das situações, a constituição do corpo docente de cada um dos cursos, segue, em tudo, aquilo que está determinado no Art. 4º, da Resolução nº 1, de 08 de junho de 2007, da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação.

16.3. Os professores desenvolvem suas atividades acadêmicas a partir de plano da disciplina apresentado, com metodologias e processos de avaliatórios próprios.

16.4. Toda a programação acadêmica é aprovada pelo Conselho Coordenador da Escola e acompanhada pelo coordenador da pós-graduação, inclusive naquilo que trata da seleção de professores e trabalho de conclusão de curso.

## **17 – APROVEITAMENTO DE ESTUDOS**

Na pós-graduação da Esurp, após parecer acadêmico, podem ser aproveitados estudos equivalentes desde que realizados na mesma modalidade (pós-graduação Lato Sensu) e em instituições de ensino superior reconhecidas.

## **18 – INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES**

Quaisquer outras informações pertinentes ao programa, 2009/2010, da pós-graduação Esurp devem ser solicitadas na coordenação dos cursos, Av. Rosa e Silva, 839 – Aflitos, Recife/PE. Fones: 3427-8600, 3427-8635 e 3427-8631, no horário das 16 às 21 horas. [posgraduacao@esurp.edu.br](mailto:posgraduacao@esurp.edu.br)

OBS – SAIBA MAIS SOBRE A PÓS-GRADUAÇÃO ESURP. ACESSE [www.esurp.edu.br](http://www.esurp.edu.br) E CLIQUE NOTÍCIAS DA PÓS. O INFORMATIVO É ATUALIZADO A CADA SEMANA, SEMPRE AS SEXTAS-FEIRAS.

## **19 – INÍCIO DAS AULAS**

19.1 – Para os cursos com aulas as segundas e quartas-feiras: 26 de outubro de 2009

19.2 – Para os cursos com aulas as terças e quintas-feiras: 27 de outubro de 2009

**19.3 – QUANDO DA FORMAÇÃO DE TURMA ÚNICA PARA O DESENVOLVIMENTO DO EIXO TEMÁTICO BÁSICO (TRÊS PRIMEIRAS DISCIPLINAS), AS AULAS VÃO SER MINISTRADAS AS TERÇAS E QUARTAS –FEIRAS, INICIADAS EM 27 DE OUTUBRO DE 2009.**

## **20. ESTRUTURA DOS CURSOS**

Todos os cursos são desenvolvidos em dois EIXOS TEMÁTICOS:

- a) Eixo Temático Básico (132 horas-aula e comum para todos os cursos)
- b) Eixo Temático Profissionalizante (228 horas-aula e específico para cada um dos cursos).

### **a) EIXO TEMÁTICO BÁSICO**

Integrado das três primeiras disciplinas (módulos) e comuns a todos os cursos.

MÓDULOS	DISCIPLINAS	CH
I	Prática no Ensino Superior	60
II	Planejamento Estratégico	36
III	Metodologia da Pesquisa Científica	36
CARGA HORÁRIA DO EIXO TEMÁTICO BÁSICO		132

#### **Ementas das disciplinas do EIXO TEMÁTICO BÁSICO**

##### **I - PRÁTICA NO ENSINO SUPERIOR**

Sistema Educacional Brasileiro. Educação e Tecnologia. Comunicação professor-aluno. Concepção de ensino e aprendizagem. Motivação. Competência e habilidade para ensinar. Métodos e técnicas de ensino. Métodos e técnicas de avaliação

##### **II - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

Planejamento da Ação Empresarial. Conceito de Planejamento e de Sistema. Planejamento Estratégico. Determinação dos Objetivos Empresariais. Análise das Condições. Ambientais. Análise Organizacional. Formulação de Alternativas Estratégicas. Clima Organizacional e Motivação. Criatividade. Elaboração do Planejamento Estratégico. Visão de Futuro, Missão, Objetivos. Implementação do Planejamento Estratégico.

##### **III - METODOLOGIA DA PESQUISA CIENTÍFICA**

Introdução à metodologia da pesquisa científica. Tipos de pesquisa. Trabalhos de Conclusão de Curso – TCC. Apresentação gráfica e normas da ABNT.

## **b) EIXO TEMÁTICO PROFISSIONALIZANTE**

Integrado de sete módulos (disciplinas), ministrado em 228 horas-aula e constituído do elenco específico de cada um dos cursos oferecidos neste programa 2009/20010.

### **I - Curso de ACESSORIA DE COMUNICAÇÃO**

**OBJETIVO DO CURSO** –Oferecer um ambiente propício para o desenvolvimento pessoal e profissional observando a interação entre o que é oferecido e as demandas do mercado, desenvolvendo práticas de assessoria de comunicação e otimizando o uso das ferramentas para fortalecimento e proteção da imagem corporativa.

Módulos	Disciplinas/Ementas	CH
IV	<b>PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO</b> - Marketing e Propaganda. Planejamento de Comunicação e Marketing. Comunicação e Pesquisa. Planejamento Global da Assessoria. Tipos de Campanhas da Mídia. Relações com a mídia.	32
V	<b>FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL</b> - Cultura Digital. Internet. Assessoria mediada por ferramentas digitais: blogs, correio eletrônico, site, redes de relacionamentos e textos digitais colaborativos. Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Comunicação digital institucional.	40
VI	<b>ASSESSORIA DE IMPRENSA</b> - Clientes, chefes e empregados. Procedimentos de trabalho. Formas de relacionamento com a mídia, técnicas de redação. Erros mais comuns. Situações de crise e empreendedorismo. Controle e avaliação dos resultados.	32
VII	<b>ASSESSORIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA</b> - Clientes, chefes e empregados. Desenvolvimento do trabalho. Formas de relacionamento com os diversos públicos. Publicidade, Propaganda e Marketing. Eficácia da comunicação publicitária. Relacionamento com as diversas mídias. Controle e avaliação de resultados de campanhas.	32
VIII	<b>ASSESSORIA DE RELAÇÕES PÚBLICAS</b> - Clientes, chefes e empregados. Relações Públicas nas organizações e na comunicação integrada. Planejamento estratégico para a comunicação organizacional. Programas de Relações Públicas. Relacionamento com as mídias. Controle e avaliação de resultados.	32
IX	<b>ASSESSORIA DE RÁDIO E TELEVISÃO</b> - Clientes, chefes e empregados. Desenvolvimento do trabalho. Formas usuais de relacionamento com as mídias. Técnicas de redação. Erros mais comuns. Controle e avaliação de resultados.	32
X	<b>ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO PARA O 3º SETOR</b> - Desenvolvimento do Trabalho. As ONGs. Formas de relacionamento. Utilização das diversas mídias. Eficácia da comunicação. Técnicas de Redação. Administração de crises organizacionais.	28
<b>Carga horária do Eixo Temático Profissionalizante do curso</b>		<b>228</b>

## II - Curso de CERIMONIAL E EVENTOS

OBJETIVO DO CURSO – Através de projetos específicos, oferecer as condições para o desenvolvimento das teorias e das técnicas próprias do cerimonial e da execução de eventos, nas mais variadas definições evitando a ocorrência de deslizes sempre embaraçosos.

Módulos	Disciplinas/Ementas	CH
IV	<b>CERIMONIAL E PROTOCOLO OFICIAL</b> - Fundamentação histórica do cerimonial e do protocolo: ritos e importância na formação cultural das civilizações. Ordem geral de precedência e as particularidades nos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, níveis federal, estadual e municipal. Símbolos Nacionais – forma e apresentação. Normas e comportamentos. Ética no cerimonial e no protocolo oficial.	32
V	<b>ETIQUETA SOCIAL E PROFISSIONAL</b> - Fundamentação histórica. Usos e costumes pelo mundo. Comportamento respeitadas as diferenças entre pessoas. Limites nos relacionamentos pessoais e profissionais. Entrar e sair nos ambientes sociais e profissionais. Convivência em espaços públicos (cinemas, teatros e bancos). Elegância e modos nos diversos ambientes. Linguagem corporal. A arte do vestir.	24
VI	<b>FUNDAMENTOS DA ATIVIDADE DE EVENTOS</b> - Histórico na evolução de eventos. O evento como alavancador da economia nos âmbitos internacional, nacional, regional e local. O evento integrado ao mix da comunicação e da cadeia produtiva.	32
VII	<b>PLANEJAMENTO GERAL DE EVENTOS</b> - O planejamento de eventos e sua finalidade. Tipos, objetivo, etapas, princípios e características do planejamento. Técnicas na organização de eventos. Planejamento global. Fases da realização de eventos. Marketing e mídia no planejamento de eventos. Legislação e políticas de incentivos.	36
VIII	<b>PLANEJAMENTO ORÇAMENTÁRIO E FINANCEIRO</b> - A gestão financeira e os controles orçamentários. Orçamento de receitas e despesas. Apuração de resultados. Lucros: operacional e líquido. Custo de oportunidade e formação de taxas de juros pelo mercado. Controle financeiro pelo fluxo de caixa. Formação de preço de venda. Logística.	32
IX	<b>PLANEJAMENTO DE ALIMENTOS E BEBIDAS</b> - Histórico da alimentação. Alimentação e higiene. Conhecimento e ordem de serviços para elaboração de refeições. Cartas de bebidas. Gastronomia em eventos.	32
X	<b>LABORATÓRIO DE EVENTOS</b> - Fundamentos de avaliação para eventos. Avaliação mercadológica do evento. Análises quantitativa e qualitativa de Eventos. Execução prática de eventos.	40
<b>Carga horária do Eixo Temático Profissionalizante do curso</b>		<b>228</b>

### III - Curso de COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA E ESTUDOS DO CONSUMO

OBJETIVO DO CURSO – Especializar profissionais com competências atuais sobre os estudos mercadológicos, formando gestores capacitados a conduzir processos de negociação empregando técnicas de comunicação e de consumo numa visão sistêmica de Marketing.

Módulos	Disciplinas/Ementas	CH
IV	COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA NO CONSUMO CONTEMPORÂNEO - Macro e microambiente de mercado. O composto de Marketing. Gerenciamento do composto de comunicação mercadológica. Propaganda e Publicidade. Relações Públicas e Assessoria de Imprensa. Venda pessoal e marketing direto. Marketing digital e cultural. Promoção de vendas e merchandising.	36
V	GESTÃO ESTRATÉGICA DE MARCAS - O ambiente da comunicação e da mídia. Identidade de marcas. Liderança de marcas. Arquitetura de marcas. Modelo de gestão estratégica de marcas.	32
VI	POLÍTICAS DE RELACIONAMENTO E GERENCIAMENTO DE CLIENTES - Imagem corporativa. Terceiro Setor. Gestão de pessoas e cultura organizacional. Marketing de relacionamento, Endomarketing. Atendimento e pós-venda.	32
VII	ESTUDOS E ESTRATÉGIAS DE MARKETING E CONSUMO - Era da comercialização. Conceituação e classificação de mercados. Composto mercadológico. Composto de produtos. Processo de decisão de compra e segmentação do consumidor. Consumo consciente e responsabilidade social. Estratégias de marketing. Gestão de consumo em mídia e eventos. Marketing do luxo.	32
VIII	COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO - O comportamento do consumidor e o mercado. Grupos sociais e formação de status. Processos perceptivos e motivacionais. Teorias da personalidade. Atitudes e estilos de vida. O processo decisório.	32
IX	PLANEJAMENTO DE PESQUISA DE MERCADO - Planejamento de pesquisa. Problema de pesquisa. Procedimentos de amostragem. Coleta de dados. Contagem e tabulação. Classificação das pesquisas. Análise e tomada de decisão em pesquisa de mercado.	36
X	TÓPICOS AVANÇADOS EM ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA - Segmentação de mercado. Administração de vendas. Marketing de serviços. Gestão de custos aplicada ao marketing. Logística e transportes.	28
<b>Carga horária do Eixo Temático Profissionalizante do curso</b>		<b>228</b>

#### IV - Curso de GESTÃO AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE

OBJETIVO DO CURSO – Contribuir com o desenvolvimento sustentável, com a melhoria do meio ambiente numa perspectiva de construção de novas práticas de relação entre o homem e a natureza. Capacitar o profissional com uma visão multidisciplinar enfatizando a gestão ambiental e permitindo o desenvolvimento de conhecimento para atuação nos segmentos da área ambiental.

Módulos	Disciplinas/Ementas	CH
IV	<b>MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL</b> - Ecologia aplicada aos ecossistemas. Condição da existência dos seres vivos e interação com os meios físico e químico. Capacidade de suporte. Biodiversidade. Biomas brasileiros. Sustentabilidade. A Agenda 21. Responsabilidade social, ambiental, do desenvolvimento sustentável e das sociedades sustentáveis. Energias renováveis, agroecologia e cidades sustentáveis.	36
V	<b>EDUCAÇÃO AMBIENTAL</b> - A educação ambiental como eixo do desenvolvimento sustentável. Educação ambiental formal e não formal. Ética, valores ambientais e práticas sociais. Elaboração de projetos e atividades em educação ambiental. Legislação em Educação Ambiental. Métodos e técnicas do ensino de educação ambiental.	32
VI	<b>POLÍTICAS PÚBLICAS, SAÚDE PÚBLICA E MEIO AMBIENTE</b> - Saúde individual e coletiva. Saneamento básico. Acidentes catástrofes e seus reflexos na saúde pública. As políticas públicas: relações com o desenvolvimento social e econômico. Visão crítica interdisciplinar e transversal sobre as questões socioambientais. Expectativas nos três níveis de governo.	28
VII	<b>SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL</b> - Órgãos públicos de gestão ambiental. Estrutura e planejamento de unidades de conservação. Planos de gestão, inventários e zoneamento. Instrumentos de gestão ambiental. Auditoria ambiental (AA). Ecoprodutos. Qualidades: total e ambiental.	32
VIII	<b>GESTÃO DE RECURSOS HÍDRICOS E POLUIÇÃO DAS ÁGUAS, DE RESÍDUOS SÓLIDOS E POLUIÇÃO DO SOLO</b> - Recursos hídricos. Análise dos modelos, instrumentos e sistemas de gestão aplicados. Planejamentos local e regional. Bacias hidrográficas e instrumentos de gestão. Aspectos ambientais/socioeconômicos da política e da gestão de resíduos sólidos. Conflitos e soluções para destinação e tratamento de resíduos urbanos. Competências para instância de gestão. Concessão e controle de serviços. Agências ambientais.	36
IX	<b>AVALIAÇÃO E ESTUDOS DE IMPACTOS AMBIENTAIS</b> - Licenciamento e controle. Avaliação de impacto ambiental (AIA). Instrumentos de identificação e análise. Estudos de impacto ambiental (EIA). Relatório de impacto sobre o meio ambiente (RIMA). Métodos de avaliação de impactos. Anuência Prévia Ambiental.	36
X	<b>DIREITO AMBIENTAL</b> - Direito internacional do meio ambiente. Direito ambiental brasileiro. Constituição Federal 1988. Sistema Nacional do Meio Ambiente. Dano ambiental.	28
<b>Carga horária do Eixo Temático Profissionalizante do curso</b>		<b>228</b>

## V - Curso de GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS

OBJETIVO DO CURSO – Formar especialistas com conhecimentos em gestão de pessoas, capazes de desenvolver políticas e projetos na formação de equipes e desenvolvimento de lideranças, administração de cargos e salários, das relações trabalhistas e das competências organizacionais.

Módulos	Disciplinas/Ementas	CH
IV	PSICOLOGIA DO TRABALHO - Comportamento humano. Percepção interpessoal. Fatores pessoais ligados ao trabalho. Problemas psicológicos relacionados ao desempenho. Diferenças culturais no comportamento humano. Psicologia empresarial.	32
V	A GESTÃO DE PESSOAS E AS RELAÇÕES DE TRABALHO - Mudanças e transformações na função de RH. Conceitos, objetivos e aspectos da gestão de pessoas. Principais desafios e macrotendências de gestão de pessoas. Relações de trabalho. Código de ética empresarial. Relações trabalhistas e sindical. Negociação coletiva.	36
VI	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE RECURSOS HUMANOS - Objetivos e estratégias organizacionais: como a área de gestão de pessoas pode contribuir. Cultura organizacional. Planejamento estratégico de RH. Modelos de planejamento de RH. Principais indicadores de gestão de pessoas.	32
VII	RECRUTAMENTO, SELEÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL - Definições e conceitos. Técnicas de recrutamento. Habilidades para entrevistas de seleção. Provas de conhecimento ou de capacidade. Avaliação de resultados da seleção. Orientação ao novo emprego. Processos de admissão e desligamento de pessoal.	36
VIII	ESTRUTURAÇÃO DE CARGOS E SALÁRIOS - Definições e conceitos. Evolução do conceito de desenho de cargos. Recompensas organizacionais. Análise de descrição de cargos. Estratégias e táticas de remuneração. Benefícios sociais.	32
IX	DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS - Treinamento e desenvolvimento. Finalidades. Diagnóstico da necessidade de treinamento e desenvolvimento. Vantagens e limitações. Planejamento das atividades de treinamento. Avaliação de desempenho. Finalidades. Métodos de avaliação de desempenho. Formas de implementação. Novas práticas de avaliação de desempenho e sistemas de informações para RH. Plano de carreira.	36
X	SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO - Saúde e segurança: definições e conceitos. Considerações legais. Saúde ocupacional. Prevenção de acidentes e doenças ocupacionais. Qualidade de vida no trabalho.	24
<b>Carga horária do Eixo Temático Profissionalizante do curso</b>		<b>228</b>

## VI - Curso de GESTÃO DE OUVIDORIA

OBJETIVO DO CURSO – Preparar profissionais especializados na gestão de Ouvidoria com competências e habilidades técnicas, políticas e humanas para ser um agente do desenvolvimento da qualidade dos serviços e produtos públicos, principalmente no tocante ao estabelecimento de uma relação de respeito com o cliente.

Módulos	Disciplinas/Ementas	CH
IV	<b>OUVIDORIA</b> - Histórico. Diferença entre ouvidor e ombudsman. Papel e significado atual. Ouvidoria pública e privada. Cidadania e participação social. Ouvidoria privada x atendimento ao cliente. Governança.	24
V	<b>ÉTICA E REGULAMENTAÇÃO</b> - Conceito de ética. Sigilo profissional. Órgão de classe. Direito do consumidor. Responsabilidade social. Regulamentação da ouvidoria.	32
VI	<b>GESTÃO DE PESSOAS</b> - Princípios. Clima e cultura organizacional. Psicologia do trabalho. Planejamento estratégico de recursos humanos. Recrutamento, seleção e desenvolvimento de pessoal. Avaliação por desempenho. Relações trabalhistas.	32
VII	<b>PERFIL DO OUVIDOR E RELAÇÕES PÚBLICAS</b> - Processos de comunicação. Relacionamento com os stakeholders. Estratégias e instrumentos de comunicação interna e externa. Técnicas de relações públicas. Conflitos e negociação. Processo decisório. Perfil do ouvidor.	32
VIII	<b>PESQUISA DE SATISFAÇÃO EM OUVIDORIA</b> - Planejamento de pesquisa. Definição do problema da pesquisa. Procedimentos da amostragem. Coleta de dados, análise, relatório de pesquisa e tomada de decisão.	28
IX	<b>IMPLANTAÇÃO DE OUVIDORIA</b> - Planejamento de implantação. Preparação da infraestrutura. Processos e fluxos. Elaboração do projeto de implantação de Ouvidoria.	40
X	<b>GESTÃO DE OUVIDORIA</b> - Gerenciamento e dinâmica de ouvidoria. Gestão de qualidade. Relatórios gerenciais. Indicadores. Sistemas de informação em ouvidoria (seminários).	40
<b>Carga horária do Eixo Temático Profissionalizante do curso</b>		<b>228</b>

## VII - Curso de MARKETING E ASSESSORIA POLÍTICA

OBJETIVO DO CURSO – Especializar profissionais apresentando os instrumentos básicos na produção de campanhas eleitorais e os seus elementos do marketing político, vivenciando as atribuições das assessorias de propaganda, de política, do perfil do candidato ou político, além de mostrar os momentos da pesquisa de opinião pública e da manutenção do desempenho parlamentar.

Módulos	Disciplinas/Ementas	CH
IV	<p>COMUNICAÇÃO POLÍTICA</p> <p>- As bases da comunicação política e suas fontes. Assessoria de comunicação política. Comunicação pré e pós eleitoral. A utilização permanente da comunicação política. Comunicação política comparada (base jornais do Recife). Característica dos veículos de comunicação na difusão dos fatos políticos.</p>	32
V	<p>MARKETING POLÍTICO</p> <p>- Conceito e composto mercadológico do marketing político. O político e o profissional de marketing. As pesquisas de opinião pública. Críticas e desafios atuais do marketing político.</p>	32
VI	<p>PLANEJAMENTO DE MARKETING POLÍTICO</p> <p>- Comportamento dos públicos diante da política e do processo eleitoral. A mídia e suas influências. Os partidos e os políticos. A realidade brasileira nas cidades de pequeno, médio e grande portes.</p>	36
VII	<p>PLANOS DE MARKETING PARA UMA CAMPANHA ELEITORAL</p> <p>- As campanhas eleitorais. Valores como princípio de uma campanha. Elementos estruturais. Estrutura organizacional e a equipe de campanha. Guia eleitoral. Utilização dos meios de comunicação dirigida e de massa. Comunicação eletrônica.</p>	32
VIII	<p>PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA</p> <p>-O projeto de pesquisa. A pré-pesquisa. A pesquisa quantitativa como método. Pesquisa de dados secundários: conceituação e construção do questionário. Trabalho de campo. Processamento de dados. Análise de dados e relatórios obtidos da pesquisa.</p>	32
IX	<p>MARKETING PÓS-ELEITORAL</p> <p>- As pesquisas e o marketing político permanente. O departamento de comunicação, a comunicação política e o telemarketing. O trabalho específico dos profissionais responsáveis pela manutenção da imagem.</p>	32
X	<p>ASSESSORIA POLÍTICA E DE COMUNICAÇÃO</p> <p>- Elementos e ações para o dia-a-dia do assessor político-parlamentar. Erros que devem ser evitados. Como assegurar o sucesso e a renovação de um mandato. Especialidades da assessoria. O trato com a mídia. As relações públicas nas ações parlamentares.</p>	32
<b>Carga horária do Eixo Temático Profissionalizante do curso</b>		<b>228</b>

## VIII - Curso de **RELAÇÕES PÚBLICAS NA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL**

**OBJETIVO DO CURSO** – Desenvolver os princípios que possam suscitar discussões sobre o tema Relações Públicas, aproximando-o da nova realidade da comunicação empresarial, assim como capacitar para a análise de programas de comunicação. Discussões e debates abordando temas pertinentes ao curso.

Módulos	Disciplinas/Ementas	CH
IV	<b>COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL</b> - Princípios organizacionais. Comunicação como elemento de compreensão e poder. Comunicação e cultura nas organizações. Planejamento estratégico da comunicação empresarial. Identidade corporativa e imagem institucional.	32
V	<b>RELAÇÕES PÚBLICAS E A COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL</b> - Abrangência das Relações Públicas. Gerenciamento da comunicação. Gerenciamento de Relações Públicas. Relações Públicas e Marketing nas organizações de pequeno, médio e grande portes. Relações Públicas no universo empresarial. Teoria de sistemas.	32
VI	<b>RELAÇÕES PÚBLICAS NA IMAGEM INSTITUCIONAL</b> - Competitividade: gerar e gerir negócios. Importância da compreensão e do relacionamento com os públicos estratégicos (stakeholders). Responsabilidade social como diferencial mercadológico. Ouvidoria. Gerenciando diferencial mercadológico. Gerenciamento de crise.	32
VII	<b>RELAÇÕES PÚBLICAS NA COMUNICAÇÃO INTEGRADA</b> - Comunicação organizacional e integrada. Elementos da comunicação organizacional integrada. Instrumentos de comunicação integrada. Relações Públicas e comunicação integrada.	32
VIII	<b>PLANEJAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS NAS ORGANIZAÇÕES</b> - Função básica das relações públicas. Papel e finalidades. Filosofia do planejamento. Processo do planejamento. Instrumentos e operacionalização do planejamento.	36
IX	<b>RELAÇÕES PÚBLICAS E A MÍDIA</b> - Novas funções do profissional de relações públicas nas organizações. Apuração das informações. Segmentação da informação. Diversificação das informações. Estratégias de relacionamento com a mídia.	28
X	<b>RELAÇÕES PÚBLICAS E AS NOVAS TECNOLOGIAS DE ACESSO VIRTUAL</b> - A cultura digital. Redes digitais e a utilização pelos profissionais de relações públicas. Redes voltadas para colaboradores. Comunicação integrada virtual. O E-posicionamento da imagem organizacional.	36
<b>Carga horária do Eixo Temático Profissionalizante do curso</b>		<b>228</b>

## IX - Curso de SECRETARIADO EXECUTIVO NA GESTÃO EMPRESARIAL

OBJETIVO DO CURSO – Qualificar profissionais desenvolvendo conhecimentos que habilitem a exploração dos diversos aspectos técnico-secretariais e os gerenciais – SICs, atendendo as quatro competências fundamentais exigidas pelo mundo do trabalho.

Módulos	Disciplinas/Ementas	CH
IV	PSICOLOGIA DO TRABALHO - Comportamento humano. Percepção interpessoal. Fatores pessoais ligados ao trabalho. Problemas psicológicos ligados ao desempenho. Diferenças culturais no comportamento humano. Psicologia Empresarial.	32
V	ORGANIZAÇÃO, SISTEMAS E MÉTODOS - Estruturas organizacionais. Representações gráficas da estrutura. Estruturas tradicionais e modernas. Departamentalização. Manual da organização. Normatização. Arranjo físico.	32
VI	ASSESSORIA GERENCIAL - O profissional de secretariado na organização e sua postura frente às novas realidades. Relação entre o executivo e o secretário. Relacionamento com os diversos públicos. Ética nas organizações.	40
VII	MARKETING E COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL - O marketing nas organizações. Marketing direto e o e-marketing. Marketing de relacionamento. Comunicação organizacional. Estratégias de comunicação nas empresas de portes. Comunicação corporativa x comunicação interna x endomarketing. A comunicação na empresa.	28
VIII	SISTEMAS DE INFORMAÇÕES E AS NOVAS TECNOLOGIAS - A informação empresarial e o processo decisório. Sistemas de informações. Evolução das tecnologias da informação e suas aplicações. Sistemas de informações transacionais (SIT), gerenciais (SAD). Implicações estruturais, políticas e comportamentais decorrentes da implantação de um sistema de informações. Informação gerencial como instrumento de evolução empresarial e vantagem competitiva. Os sistemas de informações e o profissional de secretariado.	40
IX	FINANÇAS EMPRESARIAIS - Tipos de sociedade. Elaboração e acompanhamento orçamentário. Fluxo de caixa. Entendendo investimentos e aplicações financeiras. Conhecendo o balanço patrimonial da empresa.	28
X	GESTÃO ORGANIZACIONAL - Modernas ferramentas da gestão: benchmarking, empowerment, gestão pela qualidade total. Reengenharia. Controle de processos-deming. Cultura organizacional. Terceirização. Governança Corporativa.	28
<b>Carga horária do Eixo Temático Profissionalizante do curso</b>		<b>228</b>