

DISCIPLINAS OPTATIVAS/ELETIVAS - CAMPUS I

São aquelas de escolha do aluno, dentro de um elenco oferecido pela Faculdade. Algumas foram programadas para coincidirem com o horário de sua turma, o que facilita a composição de seu plano de estudos. Independente destas, entretanto, você poderá escolher como optativa/eletiva as disciplinas optativas/eletivas ou obrigatórias de outro Curso de Habilitação. As turmas serão constituídas com o mínimo de 20 alunos.

Procure escolher disciplinas eletivas que efetivamente contribuirão para sua formação intelectual, evitando inscrever-se naquelas que apenas “preenchem o tempo vago” ou que você saiba antecipadamente não ter condições de cursar com aproveitamento.

CINEMA BRASILEIRO E REALIDADE SOCIAL

JOSÉ EUDES

Código: **E002E – 2 créditos**
Horário: 4ª feira – 19h às 20h20min

EMENTA:

Momentos decisivos da história brasileira mais recente sob a ótica de cineastas como Humberto Mauro, Nelson Pereira dos Santos, Glauber Rocha, Sergio Machado, Silvio Tendler, Eduardo Escorel, João Moreira Salles, João Batista de Andrade, entre outros.

1. Mario Peixoto, Limite e o Brasil dos anos 20 e 30
2. A Era Vargas por Eduardo Escorel
3. Rio 40° Graus; Rio Zona Norte – Nelson Pereira e o Neorealismo à Brasileira
4. Os anos JK; Jango – Silvio Tendler – Cinema e História
5. Um cabra marcado para filmar – O cinema de Eduardo Coutinho
6. Deus e o Diabo na Terra em transe – Glauber e a Utopia do Santo Guerreiro
7. A Ditadura Revelada – Hércules 56 – O Seqüestro do Embaixador
8. Wlado – 30 anos depois – O assassinato de Wladimir Herzog – O começo do fim do regime militar
9. Brasil no labirinto do Brasil – Glauber Rocha por Silvio Tendler
10. Entreatos e Peões – Lula e a Senzala chegam ao Planalto Central

COMUNICAÇÃO MULTIMÍDIA

CARLOS FERNANDES

Código: **E028E – 2 créditos**
Horário: 4ª feira – 20h40min às 22h

EMENTA:

O processo criativo e a adaptação para os diferentes veículos. A convergência do mundo digital. A multiplicidade de veículos e suas conseqüências. O consumidor como mídia e agente criativo. O compartilhamento de idéias na internet.

EVENTO COMO FERRAMENTA DE MARKETING

RICARDO TORREGROSA

Código: **E044E - 2 créditos**
Horário: 2ª feira – 19h às 20h20mim

EMENTA:

O segmento de evento tem crescido cada vez no Brasil. Movimenta milhões de reais e emprega bastante. Reunindo a experiência profissional e acadêmica do Prof. Ricardo Torregrosa (de mais de 20 anos na área, com realização de eventos como “Expoarte” e “Expofoto” do Sistema BNDES, e de ter ministrado disciplinas de organização de eventos nos cursos de Publicidade e Propaganda e de Turismo), a disciplina *Evento como ferramenta de marketing* foi criada para atender essa demanda de mercado. Possui os seguintes objetivos: entender os aspectos dos eventos na atividade de marketing; adequar a teoria e técnica dos eventos (classificação, planejamento e organização) ao planejamento de marketing; desenvolver habilidades na criação e promoção de eventos; e elaborar um projeto de evento ao final do curso.

GESTÃO DE CRISE

MARIA HELENA CARMO DOS SANTOS

Código: **E016E – 2 créditos**
Horário: 2ª feira - 20h40min às 22h

EMENTA:

Conceitos, objetivos e técnicas do gerenciamento de crises, formas de negociação, os indicadores de risco e a importância do planejamento para a solução de situações de conflito.

GEPOLÍTICA

MARCELLO FREITAS

Código: **E004C – 2 créditos**
Horário: 4ª feira – 11h15min às 12h55min

Código: **E004E – 2 créditos**
Horário: 4ª feira – 19h às 20h20min

EMENTA:

A Geopolítica enquanto campo das transformações físicas, econômicas, políticas, etc.; do mundo contemporâneo. Geopolítica, imperialismo internacional e disputas territoriais. Formação dos Estados-nação modernos. Estados-nação e Globalização. Geopolítica, regionalização disputas territoriais. Os conflitos do mundo, questões e visões atuais. Os atuais conflitos internacionais e o papel da ONU.

HISTÓRIA DO JORNALISMO IMPRESSO NO BRASIL

ROBERTO ASSAF

Código: **E021E – 2 créditos**
Horário: 2ª feira – 20h40min às 22h

EMENTA:

O objetivo do curso é mostrar a evolução do jornalismo impresso no Brasil, e a sua influência nos destinos do país e no cotidiano da população, desde que os primeiros diários começaram a circular, em 1808. A idéia é fazer, em quatro módulos distintos, uma exposição cronológica de todos os fatos importantes da história, como o surgimento de jornais e revistas, tendo sempre a preocupação de situá-los no contexto de cada época.

Haverá espaço para explicar as mudanças verificadas no impresso após a introdução no Brasil das três principais mídias eletrônicas, o rádio em 1922, a televisão em 1950 e a internet em 1995. O curso também pretende promover debates e incentivar os alunos a expressarem periodicamente em texto as suas opiniões.

Trata-se de estudo fundamental para os que pretendem ser profissionais de Comunicação, pois quem tem o conhecimento do passado, distante ou recente, terá mais facilidade para explicar o presente.

INTRODUÇÃO AO JORNALISMO

JOSÉ EUDES

Código: **E005C – 2 créditos**
Horário: 2ª feira – 11h15min às 12h55min

EMENTA:

A função social do Jornalismo. A caracterização, a captação e a redação de notícias. A estrutura da notícia nos diversos meios impressos e audiovisuais. A organização e o funcionamento dos jornais e dos departamentos de jornalismo de emissoras de rádio e de televisão. As assessorias de imprensa. As agências de notícias. História do jornalismo no Brasil.

JORNALISMO ESPORTIVO

ROBERTO ASSAF

Código: **E037E – 4 créditos**
Horário: 2ª feira – 19h às 20h20min
3ª feira – 19h às 20h20min

EMENTA:

A matéria pretende abordar o surgimento do jornalismo esportivo, a sua popularidade na virada do século, as agências de notícias, a apuração, o processo de fechamento e a edição dos noticiários. A disciplina tratará, também dá cobertura em rádio e TV não apenas em futebol, mas também no esporte amador e outras modalidades. A disciplina pretende contemplar, ainda, a ética, a linha editorial e a censura na coberta esportiva, além de focar os colunistas, os artigos assinados e comentários. A chegada da informática às redações também merecerá uma atenção na matéria. As aulas serão teóricas e práticas.

MONTAGEM, MIXAGEM E FINALIZAÇÃO

JACKSON SABOYA

Código: **E042C - 4 créditos**
Horário: 4ª feira – 11h15min às 12h55min
5ª feira – 11h15min às 12h55min

EMENTA:

De um conhecimento introdutório, que permitiria o aluno a configurar sua câmera (camcorder) digital (doméstica e profissional), capturar imagens, editar sons e montar, para realizar vídeos, documentos, programas curtos, em suas plataformas pessoais: PC (Microsoft), iMac (Apple), com os softwares *Sound Forge*, *iMovie*, *Windows Movie Maker*, *Nero*, *Vegas Movie (Sony)*, e *Adobe Premiere*, o aluno, em um segundo momento do conteúdo programático mais avançado, passaria a trabalhar com os programas *AvidXpress DVD* e *Final Cut Express HD*. Desta forma atenderíamos dois segmentos de formação (amadores e profissionais) para atender a expansão dos mercados de TV Aberta, TV Paga, TV Regional e Teles, e de produção cinematográfica independente.

MÚSICA NA PUBLICIDADE

CARLOS FERNANDES

Código: **E011C – 2 créditos**
Horário: 5ª feira – 11h15min às 12h55min

EMENTA:

Produção e edição de trilhas sonoras para a publicidade e propaganda na mídia eletrônica. O processo criativo e a adaptação para os diferentes veículos.

OFICINA DE CRIAÇÃO

PEDRO CARVALHO MURAD

Código: **E020E – 2 créditos**
Horário: 5ª feira – 20h40min às 22h

EMENTA:

Oficina para o desenvolvimento sistemático de trabalhos de criação por parte dos alunos, abrangendo três escopos essenciais: texto, imagem e som, pela atuação em multi-plataformas, fomentando a travessia por diferentes poéticas.

OFICINA DE REDAÇÃO

PAULO ROBERTO F. DE CASTRO

Código: **E001D – 2 créditos**
Horário: 5ª feira - 17h15min às 18h55min

EMENTA:

Na Oficina, o aluno vai desenvolver sua capacidade de argumentação através da linguagem escrita, praticando, constantemente, um dos principais tipos de redação: a dissertação.

ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

FREDEICO TAVARES

Código: **E029C – 2 créditos**
Horário: 4ª feira - 11h15 às 12h55

EMENTA:

Introdução ao estudo de eventos - classificação, planejamento e organização. Locais para eventos. Tipos de eventos. Estratégias para a criação de eventos. Evento e a mídia. Promoção de eventos. Como elaborar projetos de eventos. Marketing de Eventos.

PRÁTICAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS I – FERRAMENTAS ELETRÔNICAS

MARIA HELENA CARMO DOS SANTOS

Código: **E006E – 2 créditos**
Horário: 4ª feira – 19h às 20h20min

EMENTA:

Conceitos, objetivos e técnicas de Relações Públicas merecem abordagem que premie a visão dos conceitos na realidade do exercício diário. Atualmente, com as novas tecnologias, a inclusão das ferramentas eletrônicas é fundamental no planejamento de Relações Públicas a fim de propiciar ambientes institucionais *on-line* que ofereçam informações atualizadas e que possam criar espaços de interatividade com os públicos-alvos.

PROJETOS ESPECIAIS EM CRIAÇÃO

LUIZ CARLOS ROTBERG

Código: **E023C – 2 créditos**
Horário: 3ª feira – 11h15min às 12h55min

Código: **E023E – 2 créditos**
Horário: 2ª feira – 19h às 20h20min

EMENTA:

Análise básica de anúncios. Os porquês da criação em Publicidade. Sensibilidade, vivência, informação e cultura – o processo de criação: exercícios. Elementos da narrativa nas diferentes mídias: exercícios.

PUBLICIDADE E PROPAGANDA: UMA INTRODUÇÃO

PEDRO CARVALHO MURAD

Código: **E013C – 2 créditos**
Horário: 4ª feira - 11h15min às 12h55min

EMENTA:

Introdução à Publicidade e Propaganda. Breve histórico da publicidade no Brasil e perspectivas do mercado publicitário atual. Apresentação dos horizontes profissionais abertos e do processo de produção como um todo, mostrando o funcionamento e o modo como se estruturam as principais agências de propaganda, detalhando cada uma de suas principais áreas de atuação: atendimento, criação e mídia.