



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

EDITAL Nº 01/2015

1 - INFORMAÇÕES GERAIS

A Coordenação do Curso de Especialização em Assessoria de Comunicação e Marketing da Faculdade de Informação e Comunicação, com sede no Campus II da UFG na Cidade de Goiânia, Estado de Goiás, torna público que estarão abertas as inscrições para o referido curso. Demais informações poderão ser obtidas pelo site www.fic.ufg.br ou pelo telefone (62) 3521-1514

O Curso será realizado no período de 01 de março de 2016 a 31 de agosto de 2017, totalizando a carga horária de 360 horas, e será ministrado às sextas-feiras, das 17 às 18h30 e das 19 às 21 horas, e aos sábados das 8 às 12 e das 13 às 18 horas, nas dependências da FIC – UFG, preferencialmente em finais de semana alternados.

O Curso de Especialização em Assessoria de Comunicação e Marketing destina-se a profissionais graduados na área de Comunicação Social (Jornalismo, Radialismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, cinema, mídias digitais, etc), Biblioteconomia, Administração e/ou em áreas afins, em cursos reconhecidos pelo MEC, tendo como objetivos principais:

- Proporcionar uma compreensão mais aprofundada dos processos e mecanismos de comunicação/informação exigidos pela contemporaneidade, bem como a dimensão cultural das organizações e mercados;
- Desenvolver uma compreensão crítica do processo de planejamento, criação e implementação de estratégias de comunicação destinadas a atingir públicos e específicos e que harmonizem interesses institucionais e sociais;
- Despertar o aluno pós-graduando para o impacto cultural e mercadológico das novas tecnologias e para a possibilidade aberta pela internet como mídia e meio de transmissão e contato com outras mídias;
- Trabalhar os novos conceitos de assessoria de comunicação para profissionais liberais, além das atuações em organizações;
- Instrumentalizar os alunos no conhecimento do marketing, fazendo a co-relação entre o marketing e as ações de assessoria de comunicação.

2 - DA INSCRIÇÃO

2.1. As inscrições serão realizadas no período de 25/01/2016 a 15/02/2016, de 2ª feira a 6ª feira, exceto feriados, no horário das 8 às 12 horas e das 14 às 16 horas, na Secretaria do Programa, situada no Campus Samambaia, Campus II da UFG, Prédio da FIC - Faculdade de Informação e Comunicação - Sala do PPGCOM em Comunicação, CEP: 74690-900, Goiânia, GO, ou via correios (SEDEX ou carta registrada), desde que seja postada até o último dia do período de inscrição, para o endereço supra citado.

No ato da inscrição o candidato deverá entregar os seguintes documentos:

- Ficha de inscrição (modelo padronizado) devidamente preenchida e assinada.
- Cópia da Carteira de identidade e do CPF ;
- Cópia do Visto RNE para estrangeiros residentes no País ;
- duas fotos 3x4, recentes;
- Cópia da certidão de casamento, caso haja alteração no nome da candidata;
- Cópia do diploma (frente e verso) de graduação em curso reconhecido pelo MEC, ou documento que comprove que o candidato colará grau no curso de graduação antes do início deste curso de Especialização;
- Cópia do histórico escolar do curso de graduação;
- comprovante de pagamento de taxa de inscrição, no valor de R\$ 100,00 (cem reais) por meio de depósito para a conta única da UFG, através de guia de recolhimento disponível na Coordenação/Secretaria do Curso;
- cópia do último contra-cheque, se servidor da UFG;
- Currículo vitae devidamente comprovado;

2.3. Os portadores de títulos de curso superior e/ou graduação obtidos no exterior deverão apresentar o documento de reconhecimento dos mesmos, termo de acordo ou tratado internacional.

2.4. As informações prestadas serão de inteira responsabilidade do candidato, dispondo a instituição do direito de excluir do processo seletivo aquele que não preencher o formulário de forma completa e legível e/ou que fornecer dados comprovadamente inverídicos.

3. DAS VAGAS

3.1. O número de vagas é cinquenta e cinco (55) conforme plano de trabalho aprovado para esta turma, incluídos os dez por cento (10%) destinados a servidores da UFG.

3.2. Para todos os candidatos os critérios e procedimentos de seleção serão os constantes deste Edital.

4. DO PROCESSO DE SELEÇÃO

4.1. O processo de seleção ao Curso de Especialização em Assessoria de Comunicação e Marketing será desenvolvido por uma Comissão de Seleção, designada pelo Conselho Diretor da Faculdade de Informação e Comunicação, de acordo com o regulamento do curso e com os procedimentos definidos neste Edital.

4.2. O processo de seleção será desenvolvido na FIC – Faculdade de Informação e Comunicação, em local a ser definido e divulgado pela Comissão de Seleção.

4.3. A seleção constará de:

a) Avaliação escrita nas áreas de Comunicação Social e Marketing

b) Em caso de necessidade de desempate serão analisados os Currículos dos Candidatos, preferencialmente no **sistema Lattes – CNPQ**.

c) Na análise do *Curriculum Vitae*, serão observadas a produção científica e as atividades profissionais e acadêmicas, sendo pontuado seu conteúdo segundo critérios constantes no modelo do *Curriculum Vitae*, conforme Anexo II, deste Edital. O número de pontos obtidos será convertido em nota de zero (0,0) a dez (10,0). Ao candidato que obtiver maior pontuação será atribuída a nota dez (10,0). A conversão dos pontos dos demais currículos será calculada por meio de regra de três simples.

4.4. O conteúdo programático e bibliografia serão entregues no ato da inscrição.

4.5. Todas as avaliações receberão um valor entre zero (0,0) e dez (10,0).

4.6. O candidato que não atingir, no mínimo, nota 7,0 (sete) nas avaliações constantes na alínea 4.3 será eliminado.

4.7. O processo seletivo ocorrerá no período compreendido entre 22 a 26 de fevereiro de 2016, obedecendo o seguinte cronograma:

22 de fevereiro, das 19 às 22 horas – Prova escrita

23 de fevereiro – Análise de Currículo

26 de fevereiro, a partir das 18 horas – Divulgação dos Resultados

4.8. Não haverá segunda chamada ou repetição de nenhuma das avaliações.

4.9. O não comparecimento do candidato a um exame caracterizará desistência do mesmo e resultará na sua eliminação do processo seletivo.

4.10. A classificação do candidato dependerá de sua Nota na Prova escrita.

4.11. Em caso de empate, a classificação ordinal será feita de acordo com a maior nota na seguinte ordem: prova escrita, *Curriculum Vitae* e histórico escolar.

4.12. O resultado final do processo seletivo será homologado pelo Conselho Diretor da Faculdade de Informação e Comunicação – FIC e fixado no quadro de aviso da secretaria e divulgado por meio eletrônico na página www.fic.ufg.br, em 26/02/2016.

4.13. Da divulgação final do resultado do processo seletivo constará o nome dos candidatos aprovados.

4.14. Os candidatos não selecionados deverão providenciar a retirada de seus documentos na Secretaria do curso, até 30 (trinta) dias após a divulgação dos resultados e, findo este prazo, os documentos serão enviados à reciclagem.

5. DA MATRÍCULA

5.1. As matrículas serão realizadas no período de 01 a 04 de março de 2016, na Secretaria do Curso, das 8 às 12 e das 14 às 16 horas.

5.2. No ato da matrícula serão exigidos os seguintes documentos do candidato selecionado:

- O requerimento em formulário próprio da Secretaria do Curso;
- O comprovante do recolhimento da taxa de matrícula, no valor de **R\$ 350,00** (Trezentos e cinquenta Reais) cujo boleto bancário estará disponível na Coordenação/Secretaria do Curso, com exceção do (s) servidor (es) da UFG.
- Cópia do contra-cheque se servidor (es) da UFG.
- Somente será matriculado no curso o candidato selecionado que efetivamente comprove ter concluído curso superior devidamente reconhecido pelo MEC.
- O calendário de atividades do curso, inclusive o período de matrículas, será divulgado na Secretaria do Curso e no site <https://www.fic.ufg.br/>

- Será permitida a matrícula por procuração, destinada especificamente a este fim, mediante a entrega do respectivo documento, em uma das seguintes modalidades:

- a) procuração registrada em cartório competente ou
- b) procuração particular, com firma reconhecida.

- No ato da matrícula será necessária a apresentação do documento original de identidade do procurador.
- Em hipótese alguma será permitida a matrícula condicional ou extemporânea.
- O candidato classificado que não concretizar a sua matrícula por falta da documentação exigida ou deixar de comparecer ao local no período fixado para a matrícula perderá o direito à vaga.
- Não será permitido o trancamento de matrícula.

5.3 . Serão cobradas 15 parcelas mensais iguais no valor de Trezentos e Cinquenta Reais (R\$ 350,00)

6. DO INVESTIMENTO

6.1 O valor total do investimento será de R\$ 5.350,00 (Cinco Mil, Trezentos e Cinquenta Reais), sendo R\$ 100,00 no ato da Inscrição, R\$ 350,00 (Trezentos e Cinquenta Reais) no ato da matrícula, adicionados a 14 (quatorze) outras parcelas iguais de R\$ 350,00 (Trezentos e Cinquenta Reais)

6.2 No início do curso os alunos receberão o calendário com as datas de pagamentos das 14 mensalidades que deverão ser pagas em dia;

6.3 O não pagamento da mensalidade em dia acarretará em juros e correções do valor a ser pago pelo aluno do curso.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

7.1 A inscrição do candidato implicará na aceitação das normas para este processo seletivo contidas nos comunicados e neste edital;

7.2. Acarretará a eliminação do candidato do processo seletivo, sem prejuízo das sanções penais cabíveis, a burla ou a tentativa de burla de quaisquer das normas definidas neste edital ou nos comunicados, bem como o tratamento incorreto e/ou descortês a qualquer pessoa envolvida neste processo seletivo;

7.3. O candidato deverá manter atualizado o seu endereço, na Secretaria do curso, enquanto estiver participando do processo de seleção;

7.4. O prazo de recurso ao processo de seleção do Curso de Especialização em Assessoria de Comunicação e Marketing será de 48 (quarenta e oito) horas úteis, a partir do horário de divulgação do resultado final.

7.5. Os casos omissos neste Edital serão resolvidos pela Conselho Diretor da FIC em primeira instância.

Goiânia, 04 de novembro de 2015.

Profa. Dra. Simone Antoniaci Tuzzo
Coordenador do Curso de Especialização em Assessoria de Comunicação e Marketing

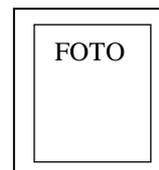
Prof. Dr. Magno Luiz Medeiros da Silva
Diretor da Faculdade de Informação e Comunicação – FIC

Prof. Dr. José Alexandre F. Diniz Filho
Pró-Reitor de Pós-Graduação da UFG



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM ACESSORIA DE COMUNICAÇÃO E
MARKETING

ANEXO I



FICHA DE INSCRIÇÃO

INSCRIÇÃO N.º:
(Número a ser colocado pela secretaria do curso)

INFORMAÇÕES PESSOAIS

Nome (legível) _____

Endereço:

Rua/Avenida: _____ Quadra _____ Lote: _____ Bairro: _____

CEP: _____ Cidade: _____ Estado: _____ Telefone(s):

(____) _____:(____) _____

Celular: _____ e-mail: _____;

Filiação:

Pai: _____

Mãe: _____

Nascimento : ____/____/____ Sexo: F () M ()

Cidade: _____ Estado: _____ País _____ Nacionalidade: _____

Estado Civil: () solteiro () casado () divorciado () viúvo () outros

RG: _____ UF: _____ Data de Emissão : ____/____/____

CPF: _____

Título Eleitoral: _____ UF: _____ Zona _____ Seção _____ Emissão: ____/____/____

FORMAÇÃO - CURSO SUPERIOR

Nome da Instituição de Conclusão da Graduação: _____

Título: _____ Especialidade/Graduação: _____

Início: ____/____/____ Término: ____/____/____

DECLARAÇÃO

Declaro que estou de acordo com as normas de seleção adotadas pelo Curso de Especialização em Assessoria de Comunicação e Marketing da FIC da UFG.

Em, ____ de _____ de 2015.

Assinatura do Candidato



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS – UFG
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO – FIC
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING**

Programa da prova de seleção

O processo da comunicação e suas correntes teóricas. Comunicação, globalização e novas tecnologias. A estetização do cotidiano e a construção dos fatos pela mídia O real versus virtual na sociedade tecnológica. Organizações sociais, mídia e opinião pública. Aspectos de formação de desenvolvimento das Assessorias de Comunicação de Organizações de pequeno, médio e grande porte, ligadas ao primeiro, segundo ou terceiro setor, suas tendências e funções. O papel e as ações do lobby e do lobista e a ética na atuação do profissional que desempenha a função. O trabalho de construção da opinião pública como ação das assessorias de comunicação e o trabalho de criação da identidade e da imagem. Comunicação Integrada.

Bibliografia Básica

BORDENAVE, J.D. **Além dos meios e mensagens**. Petrópolis: Vozes, 2009.

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing**. S. Paulo: Atlas, 1990.

KOPPLIN, E. e FERRARRETO, Artur. **Assessoria de Imprensa: Teoria e prática**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

KUNSCH, M.M.K. (Org.). **Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

KUNSCH, M.M.K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 1986

MAFEI, M. **Assessoria de Imprensa: Como se relacionar com a mídia**. São Paulo: Contexto, 2004.

Manual da Assessoria de Imprensa. Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais (Fenaj). São Paulo: 1986.

SAMARA, Beatriz S. e BARROS. João Carlos de. **Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia**. São Paulo. Makron Books. 1997.

SODRÉ, Muniz. **A máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil**. São Paulo: Cortez, 1990.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa & NERY, Vanda Cunha. **Para entender as Teorias da Comunicação**. Uberlândia: Edufu, 2009.

TUZZO, Simone Antoniaci. **Deslumbramento Coletivo: Opinião Pública, Mídia e Universidade**. São Paulo: Annablume, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação: Editorial Presença**, 1998.