



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS
DEPARTAMENTO DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO

PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

☒
☐
☐

Disciplina
Atividade complementar
Monografia

☐
☐
☐

Estágio
Prática de ensino
Módulo

STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)

☐

OBRIGATÓRIO

☒

ELETIVO

☐

OPTATIVO

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	Carga Horária Semanal		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
CO 325	Técnica de Programação	1	2	2	45	

Pré-requisitos		Co-Requisitos		Requisitos C.H.	
----------------	--	---------------	--	-----------------	--

EMENTA

Estruturação de programação. Adequação público/emissora. Organização de grade de programação. Marketing e Comunicação. Princípios e Técnicas de Mídia.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. ESTRUTURAÇÃO DE PROGRAMAÇÃO

- . Introdução e conceito de emissora de televisão e rádio
- . Organograma e setores de emissora de rádio e tv
- . Fluxograma de atividades de uma emissora de rádio e tv
- . O Departamento de Programação
- . Organograma e fluxograma
- . Estudo de Casos
- . Exemplos de emissoras de rádio e tv
 - a. Emissora local
 - b. Rede nacional
 - c. Sinal aberto
 - d. Circuito fechado
 - e. Tv por assinatura (satélite, cabo e internet)

2. O DEPARTAMENTO DE PROGRAMAÇÃO

2.1 Conceito e funções do Departamento de Programação

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE A DISCIPLINA

Departamento de Comunicação Social

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA

<p>2.2 - Relações com os diversos departamentos da emissora</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Programação e produção b. Programação e jornalismo c. Programação e Comercial d. Programação e Marketing e. Programação e Engenharia <p>2.3. - Relações com outras empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Agências de Propaganda – Setor de Mídia b. Institutos de Pesquisa c. TV Fiscal <p>2.4.– Estudo de casos e exemplos de relacionamentos intersetoriais</p> <p>3. PLANEJAMENTO E ESTRUTURAÇÃO DE PROGRAMAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> . Objetivos e filosofia da programação . Público alvo e consumidor padrão . Gêneros e Formatos– Sistemas de controle da programação internos e externo <p>4. GRADE DE PROGRAMAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.1 Programação Local – emissoras afiliadas 4.2 Programação Net – Nacional – Cabeça de Rede 4.3 Roteiro de programação 4.4 Afinação de Programação 4.5 Intervalos locais e nacionais (net) Brakes, calhaus, comerciais de produto e comerciais institucionais 4.6 Chamadas, vinhetas, créditos, selos etc. 4.7 Documentação comprobatória de programação – comerciais programados e exibidos – planos de mídia, comprovantes de exibição 	
--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

<p>BARRETO, Soraya et al. - Prêmio Mídia – 7ª. Edição – São Paulo – Ed. O Estado de São Paulo – 2004</p> <p>Obs. – Ver artigo de Soraya Barreto – “ABC” do Mídia – pg. 238 (existe o livro, excelente)</p> <p>FILHO, André Barbosa – Gêneros Radiofônicos – Os formatos e os programas em áudio – São Paulo; Paulinas – 2003</p> <p>PEDREBON, José (Coordenador)– Curso de Propaganda: do anúncio à comunicação integrada – São Paulo: Atlas – 2004</p> <p>Obs – ver capítulo 4 – Mídia – pg. 153</p> <p>SOUZA, José Carlos Aronchi – Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira São Paulo : Summus – 2004</p>	
---	--

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE A DISCIPLINA

Departamento de Comunicação Social

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA