

Concurso da UERJ

Curso on-line Concurso de Comunicação Social

<https://iscom.com.br/cursonline/>

Correlação entre as partes e os módulos do curso com o conteúdo programático do edital do concurso da Universidade do Estado do Rio de Janeiro

CONHECIMENTO ESPECÍFICO – JORNALISTA

Partes e módulos do curso	Conteúdo programático do concurso
1ª parte 1 Comunicação organizacional	Comunicação pública: conceito, objetivos e aplicações. Comunicação administrativa. Opinião pública e suas implicações institucionais e políticas. Comunicação institucional: propósitos e ferramentas. Comunicação e ciência: produção de conhecimento e a divulgação científica.
1ª parte 2 Comunicação interna	Comunicação interna: conceito, objetivos, planejamento e ferramentas. Métricas de avaliação em comunicação interna.
1ª parte 3 Assessoria de imprensa	Assessoria de imprensa: atividade, planejamento, ferramentas e avaliação. Métricas de avaliação em assessoria de imprensa.
1ª parte 4 Relações com a mídia	Mídia training.
2ª parte 5 Comunicação digital	Comunicação digital e os desafios da informação na contemporaneidade. Métricas de avaliação em mídias sociais.
2ª parte 6 Publicações	
2ª parte 7 Editoração e produção gráfica	
2ª parte 8 Gestão de crises	
3ª parte 9 Relações públicas	Opinião pública e suas implicações institucionais e políticas.
3ª parte 10 Marketing	
3ª parte 11 Publicidade	
4ª parte 12 Jornalismo	O fenômeno das <i>fake news</i> . Técnicas de redação jornalística. Técnicas de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística. Conceitos de notícia, pauta e apuração. Gêneros jornalísticos.
4ª parte 13 Mídia impressa	Técnicas de produção e edição para produtos jornalísticos impressos.
4ª parte	Técnicas de produção e edição para produtos jornalísticos

Partes e módulos do curso	Conteúdo programático do concurso
14 Telejornalismo	audiovisuais.
4ª parte 15 Radiojornalismo	Técnicas de produção e edição para produtos jornalísticos radiofônicos.
5ª parte 16 Mídias digitais	Jornalismo em plataformas digitais: planejamento, produção, instrumentos e estratégias de divulgação.
5ª parte 17 Redação jornalística	
5ª parte 18 Fotojornalismo	Domínio instrumental voltado à fotografia e edição de imagem.
5ª parte 19 Ética	Ética na comunicação.
6ª parte 20 História da mídia	
6ª parte 21 Teorias da comunicação	Teorias da comunicação: escolas, paradigmas e modelos. Comunicação e cultura de massa. Os Estudos Culturais na Comunicação.
6ª parte 22 Teorias do jornalismo	
7ª parte 23 Legislação da comunicação	Legislação da comunicação.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS – RELAÇÕES PÚBLICAS

Partes e módulos do curso	Conteúdo programático do concurso
1ª parte 1 Comunicação organizacional	Comunicação pública: conceito, objetivos e aplicações. Comunicação administrativa. Opinião pública e suas implicações institucionais e políticas. Comunicação institucional: propósitos e ferramentas. Comunicação e ciência: produção de conhecimento e a divulgação científica. Comunicação institucional: conceito e aplicações. Conceito de comunicação integrada. Identidade organizacional, imagem e reputação. Políticas de comunicação nas organizações.
1ª parte 2 Comunicação interna	Comunicação interna: conceito, objetivos, planejamento e ferramentas. Métricas de avaliação em comunicação interna.
1ª parte 3 Assessoria de imprensa	Assessoria de Imprensa: atividade, planejamento, ferramentas e avaliação. Métricas de avaliação em assessoria de imprensa.
1ª parte 4 Relações com a mídia	
2ª parte 5 Comunicação digital	Comunicação digital e os desafios da informação na contemporaneidade.

Partes e módulos do curso	Conteúdo programático do concurso
	Gestão de conteúdo em mídias sociais. Métricas de avaliação em mídias sociais.
2ª parte 6 Publicações	
2ª parte 7 Editoração e produção gráfica	
2ª parte 8 Gestão de crises	Gerenciamento de crises: técnicas e ferramentas.
3ª parte 9 Relações públicas	Públicos: estudo e segmentação. Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada. Pesquisa de opinião pública: métodos, ferramentas e aplicações. Clima organizacional. Cultura organizacional: estudo e aplicações. Organização de eventos: planejamento e avaliação. Cerimonial e protocolo. Opinião pública e suas implicações institucionais e políticas.
3ª parte 10 Marketing	
3ª parte 11 Publicidade	
4ª parte 12 Jornalismo	O fenômeno das <i>fake news</i> .
4ª parte 13 Mídia impressa	
4ª parte 14 Telejornalismo	
4ª parte 15 Radiojornalismo	
5ª parte 16 Mídias digitais	
5ª parte 17 Redação jornalística	
5ª parte 18 Fotojornalismo	
5ª parte 19 Ética	Ética na comunicação.
6ª parte 20 História da mídia	
6ª parte 21 Teorias da comunicação	Teorias da comunicação: escolas, paradigmas e modelos. Comunicação e cultura de massa. Os Estudos Culturais na Comunicação.
6ª parte 22 Teorias do jornalismo	

Partes e módulos do curso	Conteúdo programático do concurso
7ª parte 23 Legislação da comunicação	Legislação da comunicação.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS - PUBLICIDADE

Partes e módulos do curso	Conteúdo programático do concurso
1ª parte 1 Comunicação organizacional	Comunicação pública: conceito, objetivos e aplicações. Comunicação administrativa. Opinião pública e suas implicações institucionais e políticas. Comunicação institucional: propósitos e ferramentas. Comunicação e ciência: produção de conhecimento e a divulgação científica.
1ª parte 2 Comunicação interna	
1ª parte 3 Assessoria de imprensa	
1ª parte 4 Relações com a mídia	
2ª parte 5 Comunicação digital	Comunicação digital e os desafios da informação na contemporaneidade. Estratégias de divulgação na comunicação digital. Métricas de avaliação na publicidade digital.
2ª parte 6 Publicações	
2ª parte 7 Editoração e produção gráfica	Comunicação visual para criação publicitária: domínio instrumental.
2ª parte 8 Gestão de crises	
3ª parte 9 Relações públicas	Opinião pública e suas implicações institucionais e políticas. Organização de eventos: planejamento e avaliação.
3ª parte 10 Marketing	Planejamento de Marketing. Conceito de marca. Gerenciamento de marca.
3ª parte 11 Publicidade	Planejamento de mídia. Conceito de criação. Processo criativo. Posicionamento na propaganda. Técnicas de produção de campanhas de propaganda e peças publicitárias. Técnicas de redação publicitária. Teoria e técnicas na direção de arte. Linguagens artísticas aplicadas à criação.
4ª parte 12 Jornalismo	O fenômeno das <i>fake news</i> .

Partes e módulos do curso	Conteúdo programático do concurso
4ª parte 13 Mídia impressa	
4ª parte 14 Telejornalismo	
4ª parte 15 Radiojornalismo	
5ª parte 16 Mídias digitais	
5ª parte 17 Redação jornalística	
5ª parte 18 Fotojornalismo	
5ª parte 19 Ética	Ética na comunicação.
6ª parte 20 História da mídia	
6ª parte 21 Teorias da comunicação	Teorias da comunicação: escolas, paradigmas e modelos. Comunicação e cultura de massa. Os Estudos Culturais na Comunicação. Teorias da Publicidade.
6ª parte 22 Teorias do jornalismo	
7ª parte 23 Legislação da comunicação	Legislação da comunicação.

LÍNGUA PORTUGUESA: JORNALISMO, RELAÇÕES PÚBLICA E PUBLICIDADE

7ª parte 24 Língua portuguesa	<p>Tipologias: descrição; narração; argumentação; injunção.</p> <p>Gêneros: composição típica; suportes; função social.</p> <p>Unidade e diversidade da língua portuguesa: registros de uso na oralidade e na escrita; graus de formalidade; norma-padrão.</p> <p>Polifonia e intertextualidade: reformulação, paráfrase, paródia, alusão, citação; diálogo, discurso relatado; estratégias de neutralidade; marcas de opinião; inferência, pressuposição e subentendido; metalinguagem.</p> <p>Métodos de argumentação: indução e dedução; dialética.</p> <p>Formas de articulação de ideias: fato, opinião; causalidade; conclusão; comparação; exemplificação; enumeração; generalização, particularização; gradação, ênfase; contra-argumentação.</p> <p>Sintaxe do período: processos de coordenação e de subordinação.</p> <p>Coesão textual: anáfora, catáfora; retificação; substituição; elipse; repetição; redundância; uso de conectores.</p> <p>Coerência textual: progressão temática; informação dada e informação nova; informação principal e informação secundária.</p>
----------------------------------	--

	<p>O significado lexical e suas relações: sinonímia, antonímia, ambigüidade, polissemia; hiperonímia, hiponímia; denotação, conotação; metáfora, metonímia, personificação, hipérbole, antítese, eufemismo, ironia.</p> <p>Formação de palavras: estrutura, derivação e composição.</p> <p>Usos do verbo: tempo, modo, aspecto, voz; formas afirmativa, interrogativa e negativa.</p> <p>Elementos não verbais: relação entre o verbal e o não verbal; imagens; recursos gráficos e tipográficos; sentidos da pontuação.</p>
7ª parte 25 Informática	
7ª parte 26 Raciocínio lógico	

REDAÇÃO

O foco da redação é a apresentação de gênero típico da especialidade escolhida – Jornalismo, Publicidade ou Relações Públicas –, seguido de análise e defesa do material apresentado, levando em conta o tema proposto. Para tal, o candidato deve redigir uma dissertação, de tipo expositivo-argumentativo. Na Redação, serão avaliados os seguintes aspectos: a habilidade de selecionar gênero da especialidade que atenda ao tema; a capacidade de descrever, de forma sintética e precisa, o material selecionado; o domínio do gênero dissertação de configuração expositiva argumentativa; a análise empreendida; a construção da argumentação; e o emprego de formas e estruturas linguísticas de acordo com a norma-padrão. A prova de Redação dá prioridade à capacidade de argumentação do candidato, entendendo-a como um importante requisito de sua vida profissional e pessoal, quer pela articulação de informações e ideias, quer pelo desempenho no emprego de recursos expositivos e persuasivos da linguagem.

Edital: <https://iscom.com.br/wp-content/uploads/2021/10/uerj.pdf>