

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE – UNICENTRO

Campus universitário de Guarapuava

Setor de Ciências da Saúde

Departamento de Nutrição

Curso: Nutrição

Série:1º

Ano: 2010

Disciplina: Comunicação Aplicada ao Estudo da Nutrição

Turno: Integral

Código: 1576

C/H Semanal: 2 aulas

C/H Total: 68 h/a

EMENTA

Fundamentos e processo da comunicação. Eficiência e a comunicação no contexto pessoal. O desenvolvimento da comunicação. Aspectos sociais da propaganda. A linguagem dos meios de comunicação. Os efeitos da comunicação de massa. Pesquisas. Planejamento de campanhas publicitárias na área de nutrição.

I. OBJETIVOS

- 1.Desenvolver a capacidade de comunicação interpessoal.
2. Ampliar as capacidades de comunicação no aspecto social.
- 3.Oportunizar informações sobre os meios de comunicação de massa e seus efeitos, através da prática da leitura de textos e observações.
- 4.Desenvolver habilidades para o planejamento de uma campanha publicitária

II. PROGRAMA

1.Linguagem e comunicação

- 2.1A concepção de linguagem como interação
- 2.2A Teoria Nova da Comunicação
- 2.3Processos de comunicação, socialização, argumentatividade e persuasão.

2.Expressão e Comunicação oral

- 3.1 As competências comunicativas da interação face a face
- 3.2 A comunicação das emoções
- 3.3 A Teoria das Faces e a Teoria da Polidez
- 3.A interação paciente-nutricionista

3. Meios de comunicação de massa:

- 4.1. Características, funções e efeitos dos MCM
- 4.2Responsabilidade social da propaganda.
- 4.3 Propaganda e publicidade: aspectos sociais e análise de conteúdo.
- 4.4 Conhecimentos elementares sobre o planejamento de uma campanha publicitária.

III. METODOLOGIA DE ENSINO

Exposição oral, dinâmicas de grupo, interlocução sistemática, pesquisa bibliográfica.

IV. FORMAS DE AVALIAÇÃO

Assiduidade e pontualidade

Participação nas aulas

Trabalhos individuais

Trabalhos em grupo

Produção de textos

Provas escritas

V BIBLIOGRAFIA

1. Básica

BARROS, D.L. A comunicação humana. IN: FIORIN, J.L. **Introdução à lingüística**. São Paulo: Contexto, 2002.

BITT, P.R.; ZANI, B. **La comunicazione come processo sociale**. Bologna: editorial Estampa, 1993.

CABRAL, P. **Propaganda- técnica da comunicação industrial e comercial**. São Paulo: Atlas, 1991.

CARVALHO, Nelly de. **Publicidade: a linguagem da sedução**. 3.ed. São Paulo: Ática, 2001.

KOCH, Ingedore G. V. **A inter-ação pela linguagem**. São Paulo: Contexto, 1995.

_____ **Desvendando os segredos do texto**. São Paulo, Cortez, 2005.

MARCUSCHI, L.A. **Da fala para a escrita-atividades de retextualização**, São Paulo, 2001.

PINHO, J. B. **Propaganda institucional - usos e junções da propaganda em Relações Públicas**. São Paulo: Summus Editorial, 1990.

SAMPAIO, I.S.V. **Televisão, publicidade e infância**. São Paulo: Annablume Editora, 2002.

THOMPSON, J.B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social e crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

2. Complementar

SANDMANN, Antônio José. **A linguagem da propaganda**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2001

VESTERGAARD, Torben e SCHRODER, Kim. **A linguagem da propaganda**. Trad. de João Alves dos Santos. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

Aprovado em: 26/02/2010

Ata nº: 02/10

Vice-Chefe de Departamento: _____

Paula Chuproski

Professor da Disciplina: _____

Cláudia Lopes Nascimento Saito