UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2022**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)**
Disciplina	**1963 - SOCIEDADE, CULTURA E COMUNICAÇÃO/PP**
Turma	**PPM**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **68**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Discussões acerca das relações entre sociedade, cultura e meios de comunicação em suas formas impressa, audiovisual e on line. Reflexões sobre a maneira como a Publicidade e a Propaganda interferem, interagem e transformam as relações sociais e culturais.

I. Objetivos

Dar subsídios teóricos e conceituais para que o acadêmico de Publicidade & Propaganda possa compreender os aspectos comunicacionais da sociedade e da cultura atual.

II. Programa

Estudo das teorias, conceitos e temas ligados à Sociologia e à Antropologia. A Publicidade e Propaganda como locus atual e privilegiado para o estudo e a problematização de fatos sociais, antropológicos e culturais.

III. Metodologia de Ensino

As aulas serão expositivas e dialogadas, as quais pressupõem a leitura prévia dos textos da bibliografia para acompanhar cada discussão. Serão utilizados materiais visuais, sonoros e audiovisuais para dar suporte às aulas. Os acadêmicos serão incentivados a participarem de debates propostos pelo docente com base nos temas do programa. O curso prevê também a formação de grupos de estudos e trabalhos para a realização das atividades práticas, que terão sempre o acompanhamento do docente

IV. Formas de Avaliação

As avaliações serão individual e coletiva, diagnóstica, continuada e processual. O curso prevê as seguintes modalidades: provas escritas e orais, seminários, produções multimidiáticas, todas com base nos temas do programa. Será também considerada a participação dos acadêmicos nas aulas. A recuperação de rendimento será feita através dos instrumentos acima mencionado.

V. Bibliografia

Básica

ALVES, Ricardo Pedrosa; MOREIRA, Rosemeri; BRAUN, Ana Beatriz Matte (Org.). Diálogos com o pensamento social brasileiro.Guarapuava: Edunicentro, 2020.
BROWN, Nicholas; SZEMAN, Imre. O que é multidão. Novos Estudos, 75, julho, 2006, p. 93 - 108
CASTRO, Celso. Textos Básicos de Antropologia. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.
_____. Textos Básicos de Sociologia. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.
CHAUÍ, Marilena. O que é Ideologia. São Paulo: Brasiliense, 1986
GIDDENS, Anthony. Conceitos essenciais da Sociologia. São Paulo: Editora Unesp, 2017.
TSU, Victor Aiello. A nova soberania Entrevista com Negri e Hardt. Folha de S. Paulo, Mais, 24 set. 2000.

Complementar

BAUMAN, Zygmunt. Comunidade: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
COHN, Gabriel. Sociologia da Comunicação: Teoria e ideologia. São Paulo: Pioneira, 1973.
DURKHEIM, Émile. A divisão do trabalho social. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
FORACCHI, Marialice Mencarini; MARTINS, José de Souza. Sociologia e sociedade: leituras de introdução à sociologia. São Paulo: LTC, 1977.
LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. 24 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009
MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a Dádiva. Lisboa: Edição 70, 1980.
WEBER, Max. A ética protestante e o espírito do capitalismo. São Paulo: Editora Pioneira, 1999.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 03/2022
Data: 10/06/2022