



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2023	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	5147 - ESTUDOS DO CONSUMO E COMPORTAMENTO DE PUBLICOS	Carga Horária: 102
Turma	PPM	

PLANO DE ENSINO

EMENTA

O comportamento do consumidor. Estudo das teorias e dos aspectos sociais e psicológicos no processo de consumo. Consumo, consumismo e consumerismo. Consumo e desperdício. Educação ambiental e educação para o consumo.

I. Objetivos

Abordar os fatores sociais, antropológicos e psicológicos que determinam o consumo. Capacitar os acadêmicos para a realização de pesquisas de demanda e consumo. Estudar formas de mitigação dos impactos sociais e ambientais ligados ao consumo.

II. Programa

O curso é dividido em dois blocos: no primeiro abordaremos o surgimento da sociedade do consumo a partir de uma perspectiva social e psicológica destacando o papel da publicidade e propaganda. No segundo bloco os acadêmicos serão incentivados a realizarem pesquisas sobre demanda e consumo nos meios de comunicação de massa e na comunicação digital.

III. Metodologia de Ensino

As aulas serão expositivas e dialogadas. 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: produção de mapas mentais, 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

BARBOSA, Livia. Sociedade de consumo: Rio de Janeiro: Zahar, 2004
EMPOLI, Giuliano da. Os engenheiros do caos. trad. Arnaldo Bloch. São Paulo: Vestígio, 2019.
GIGLIO, Ernesto. O comportamento do consumidor. 2. ed. São Paulo: Thomson, 2003.
HELAL, Ronaldo. Cultura e Idolatria: ilusão, consumo e fantasia. In: Everardo Rocha. (Org.). Cultura e Imaginário. Rio de Janeiro: Mauad, 1998, v. 1, p. 135-150
KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2000.
MORIN, Edgar. As estrelas de cinema. Lisboa: Livros Horizonte, 1980.

Complementar

HELAL, Ronaldo. Mídia e Esporte: a construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. In: XXVI Congresso da INTERCOM - Mídia e Esporte: a construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro, 2003. XXVI Congresso da INTERCOM. Belo Horizonte: PUC-Minas e INTERCOM, 2003.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 02/2023
Data: 10/05/2023