



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2024
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
Disciplina	5154 - TEORIA E PRÁTICA EXTENSIONISTA EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
Turma	PPM-A

Carga Horária: 170

PLANO DE ENSINO

EMENTA

A relação entre a extensão e a Universidade. Cidadania, Publicidade e Propaganda. Educação ambiental e em direitos humanos. Estudo de práticas extensionistas. Elaboração de projetos de extensão.

I. Objetivos

Geral

Conforme aprovado em Projeto de Extensão 2579/2024, a disciplina tem como objetivo Geral:

Promover a disseminação de conhecimentos a partir de práticas extensionistas.

Objetivos específicos

Integrar conceitos teórico-práticos da área da comunicação, especialmente na Publicidade e Propaganda;

Fomentar ações que garantam valores democráticos de igualdade de direitos, respeito às pessoas, atividades de sustentabilidade e/ou práticas sociais a partir da Comunicação Social;

II. Programa

Métodos e técnicas de comunicação comunitária.

1.1 O que é a extensão universitária?

1.2 Como pensar a extensão universitária em publicidade e propaganda?

1.3 Métodos e técnicas de comunicação extensionista no dia a dia

1.4 A comunicação e as pessoas como agentes de transformação

Comunicação e mobilização social.

2.1 Qual o papel da comunicação na mobilização social?

2.2 Comunicação como forma de atuação política e social

2.3 Movimentos sociais, causas sociais e a atuação da comunicação

2.4 Discussão de temas e afinidades buscando encontrar as possibilidades de aplicabilidade da extensão no cotidiano da turma.

2.5 A comunicação como um direito humano e universal.

Realização de atividade publicitária comunitária

3.1 Atividade publicitária e possibilidades de atuação em diferentes plataformas e formatos.

3.2 Seleção de entidades que serão atendidas pela turma

3.3 Realização de diagnóstico para entidade

3.4 Mapeamento de atividades para entidade

3.5 Realização da atividade

III. Metodologia de Ensino

Como aprovado no projeto de extensão, a disciplina será dividida em duas partes. A primeira delas é com atividades teóricas em sala de aula.

As turmas, divididas entre A e B, terão contato e aprenderão sobre as possibilidades de extensão, o que é cidadania e a importância de atividades sociais para o desenvolvimento social e humano. Depois, em uma segunda etapa, a partir de abertura de edital específico, atenderão entidades sem fins lucrativos, que participarem da seleção, realizando projetos voluntários na área da Comunicação Social.

IV. Formas de Avaliação

Os participantes serão avaliados das seguintes maneiras:

1. Comprometimento com as atividades extensionistas;

2. Participação em suas atividades e colaboração com os demais participantes;

3. Proposição e proatividade no desempenho das atividades;

4. Atendimento aos clientes e realização das atividades.

5. Avaliação dos clientes/organizações atendidas.

Conforme Resolução nº1-COU/UNICENTRO de 10 de março de 2022, Art. 48, é prevista a oferta de oportunidade, ao acadêmico, de recuperação de rendimentos. Acadêmicos (as) terão oportunidade de recuperação de rendimento ao longo do processo avaliativo e também ao final do semestre, com atividade relativa a todo o conteúdo trabalhado no semestre.

V. Bibliografia

Básica

COGO, Denise.; MAIA, João. (orgs.). Comunicação para a cidadania. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2006.

CORRADO, Frank K.M. A força da Comunicação. São Paulo: Makron, 1994.

GIACOMINI FILHO, Gino. Ecopropaganda. São Paulo: Senac, 2004.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2024	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	5154 - TEORIA E PRÁTICA EXTENSIONISTA EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	Carga Horária: 170
Turma	PPM-A	

PLANO DE ENSINO

JENKINS, H. Cultura da Convergência. São Paulo: 2009.

LUPETTI, M. Planejamento de Comunicação. São Paulo: Futura, 2005.

MANZINI-COVRE, Maria de Lourdes. O que é cidadania. São Paulo: Brasiliense, 3 ed., 1995.

PERUZZO, C.M. K. Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

Complementar

CARVALHO, J. M. de. Cidadania no Brasil: o longo caminho. Rio de Janeiro: = Civilização Brasileira, 2001.

KUNSCH, M. M. K. (Org.). Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania. São Paulo: Difusão, 2011.

LEMOS, A. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). Revista Comunicação Mídia e Consumo. São Paulo. ESPM. v.4. n10. 2007, p.23-40.

PAIVA, R.; BARBALHO, A. (orgs.). Comunicação e cultura das minorias. São Paulo: Paulus, 2005.

PINSKY, J.; PINSKY, C. História da cidadania. São Paulo: Contexto, 2003.

SATO, S. K. ; JANIENE SILVA ; MARQUES FILHO, B. P. . Smartphones e Tablets: signos de mobilidade e tecnologia na publicidade das marcas contemporâneas. In: II Pró-Pesq - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 2011. II Pró-Pesq Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 2011.

VIEIRA, L. Os argonautas da cidadania – a sociedade civil na globalização. Rio de Janeiro - São Paulo: Record, 2001.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 06/2024

Data: 03/04/2024