



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

<b>Ano</b>	2024	
<b>Tp. Período</b>	Anual	
<b>Curso</b>	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
<b>Disciplina</b>	5147 - ESTUDOS DO CONSUMO E COMPORTAMENTO DE PUBLICOS	<b>Carga Horária:</b> 102
<b>Turma</b>	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 digital a partir dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

### 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 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: avaliações escritas e orais, seminários e produções multimidiáticas, todas com base nos temas do programa. Será também considerada a participação dos acadêmicos nas aulas. Será realizada uma recuperação de rendimento por semestre através dos instrumentos acima mencionado.

### V. Bibliografia

#### Básica

BARBOSA, Livia. Sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Jorge 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.

#### Complementar

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  
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.  
KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2000.  
MORIN, Edgar. As estrelas de cinema. Lisboa: Livros Horizonte, 1980.  
RONCHI, Luciana. Comportamento do consumidor. Indaial: UNIASSELVI, 2018

### APROVAÇÃO

**Inspetoria:** DECS/G  
**Tp. Documento:** Ata Departamental  
**Documento:** 06/2024  
**Data:** 03/04/2024