



# 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>	5154 - TEORIA E PRÁTICA EXTENSIONISTA EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
<b>Turma</b>	PPM-B

**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

Capacitar e estimular os/as discentes para a prática extensionista, visando a integração com a sociedade e a produção de conhecimento a partir de atividades comunicacionais.

Específicos

Apresentar os conceitos de extensão

Buscar discutir a autonomia dos discentes em construções cotidianas

Possibilitar o desenvolvimento de projetos e práticas publicitárias em atividades extensionistas

Ampliar o conhecimento e o pensamento crítico acerca da profissão

### II. Programa

Métodos e técnicas de comunicação comunitária.

1.1 O que é a extensão universitária?

1.2 Como pensar a comunicação comunitária?

1.3 Métodos e técnicas de comunicação comunitária 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.

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

As aulas serão expositivas e dialogadas, complementadas por leituras complementares disponibilizadas pela docente em plataforma específica online para os discentes, via Google Classroom. Haverá leituras compartilhadas e obrigatórias antes e depois das aulas, a fim de estimular os discentes ao pensamento crítico das teorias estudadas. Apresentação de seminários.

### IV. Formas de Avaliação

1. Exercícios e discussões em sala de aula

2. Apresentação de cases de comunicação.

3. Produção de atividade publicitária na comunidade

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.

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,



# 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>	5154 - TEORIA E PRÁTICA EXTENSIONISTA EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	<b>Carga Horária:</b> 170
<b>Turma</b>	PPM-B	

## PLANO DE ENSINO

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.  
LEMONS, 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