

Ano	2011
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
Disciplina	1961 - ECONOMIA APLICADA À PUBLICIDADE
Turma	PPM
Local	GUARAPUAVA

Carga Horária: 68

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Introdução a Economia. Estudo da publicidade como vetor do desenvolvimento econômico e social.

I. Objetivos

1.1 - Objetivo Geral
1.1.1 - Estabelecer os conceitos e elementos básicos da ciência econômica, sua evolução e relações com outras ciências; 1.1.2 - Interpretar o funcionamento dos sistemas econômicos, sob o enfoque da produção e do consumo e a influência da comunicação nesses processos.
1.2 - Objetivos específicos
1.2.1 - Interpretar a ação da economia no processo histórico; 1.2.2 - a evolução do pensamento econômico; 1.2.3 - os conceitos fundamentais da ciência econômica e seus problemas fundamentais; 1.2.4 - a ação do indivíduo no processo econômico; 1.2.5 - a inter-relação da ciência econômica com as teorias da comunicação; 1.2.6 - os impactos e influências dos meios de comunicação de massa no comportamento do consumidor e dos sistemas econômicos; 1.2.7 - a influência da publicidade e da propaganda no processo de crescimento e desenvolvimento econômico.

II. Programa

2.1. Conceitos Básicos de Economia
2.1.1. Definição de Economia
2.1.2. Inter-relação com as demais ciências
2.1.3. A escassez de recursos e as necessidades ilimitadas
2.1.4. A alternativa de produção e pleno emprego dos recursos
2.1.5. Economia Positiva e Economia Normativa
2.1.6. Sistema Econômico
2.2. Problemas Econômicos Básicos
2.2.1. Curva de transformação
2.2.2. Custo de oportunidade
2.2.3. Custos Crescentes
2.2.4. A organização econômica: Economia Centralizada e Capitalista
2.3. A Evolução da Ciência Econômica
2.3.1. A sociedade grega
2.3.2. O Mercantilismo
2.3.3. A Escola Fisiocrata
2.3.4. A Escola Clássica
2.3.5. A Escola Marxista
2.3.6. A Escola Keynesiana
2.4. O Funcionamento do Mercado
2.4.1. Teoria elementar da demanda
2.4.2. Teoria elementar da oferta
2.4.3. O equilíbrio de mercado
2.4.4. A influência da propaganda no funcionamento do mercado
2.5. A Teoria do Consumidor
2.5.1. Teoria da utilidade
2.5.2. Teoria da escolha
2.5.3. A influência da propaganda nas decisões dos consumidores
2.6. A Teoria da Produção
2.6.1. A produção
2.6.2. Custos de produção e rendimentos decrescentes
2.6.3. O papel da propaganda no processo de produção
2.7. Estruturas de Mercado
2.7.1. Concorrência pura ou perfeita
2.7.2. Monopólio
2.7.3. Oligopólio
2.7.4. Concorrência monopolística
2.8. Aspectos Macroeconômicos
2.8.1. Objetivos da macroeconomia
2.8.2. Estrutura de análise macroeconômica
2.8.3. Medidas agregadas
2.9. As Relações Econômicas Internacionais
2.9.1. Fatores determinantes das relações internacionais
2.9.2. Protecionismo e políticas comerciais
2.9.3. O balanço de pagamentos



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2011
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
Disciplina	1961 - ECONOMIA APLICADA À PUBLICIDADE
Turma	PPM
Local	GUARAPUAVA

Carga Horária: 68

PLANO DE ENSINO

2.9.4. O Brasil e o comércio internacional
2.10. Crescimento e Desenvolvimento Econômico
2.10.1. Crescimento Econômico
2.10.2. Desenvolvimento Econômico
2.10.3. Países desenvolvidos e países subdesenvolvidos
2.10.4. Causas do subdesenvolvimento
2.10.5. Indicadores sócio-econômicos
2.10.6. Os condicionantes do desenvolvimento do Brasil

III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas, trabalhos práticos, exercícios, leituras e apresentação de seminários.

IV. Formas de Avaliação

Provas escritas, seminários e trabalhos orientados.

V. Bibliografia

Básica

CASTRO, A. & LESSA, C. Introdução à Economia, uma abordagem estruturalista. Forense, 1988. Equipe de Professores da USP. Manual de Economia. Saraiva, 1998.
MANKIW, N.G. Introdução à Economia. Campus, 1999.
MONCHON, F. & TROSTER, R.L. Introdução à Economia, Makron Books, 1994.
OLIVEIRA, P.S. Introdução à Economia, Ática, 1993.
ROSSETTI, J. Paschoal. Introdução à Economia. Atlas, 1997. SAMUELSON, Paul. Introdução à Análise Econômica. Agir, 1986. VASCONCELOS, Marco A. & GARCIA M. Fundamentos de Economia. Saraiva, 1998. WANNACOTT, P. & WANNACOTT, R. Economia. Mc Graw Hill, 1982.

Complementar

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECON/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 005/2011
Data: 01/03/2011