



DADOS DE IDENTIFICAÇÃO E ATRIBUTOS

CÓDIGO	NOME	DEPARTAMENTO OU EQUIVALENTE											
COM341	Temas Especiais em Publicidade e Propaganda	DeptCom											
CARGA HORÁRIA (estudante)													
T	T/P	P	PP	Ext	E	TOTAL	MODALIDADE/ SUBMODALIDADE			PRÉ-REQUISITO (POR CURSO)			
68						68	Optativa						
CARGA HORÁRIA (docente/turma)							MÓDULO						SEMESTRE DE INÍCIO DA VIGÊNCIA
T	T/P	P	PP	Ext	E	TOTAL	T	T/ P	P	PP	Ext t	E	
68						68							

EMENTA

A questão da cultura de consumo na sociedade contemporânea. O consumo na perspectiva dos aspectos sociológicos, antropológicos, econômicos, sociais e históricos. A psicologia social e o consumo. A interface com a mídia e a tecnologia da informação. As práticas da publicidade, da propaganda e do marketing, como atividades voltadas para o estímulo dos processos de decisão de compra e de aquisição de bens.

OBJETIVOS

- Apresentar os estudos sobre a sociedade de consumo, especialmente os relativos as interfaces entre os campos da publicidade, da propaganda e do marketing;
- Divulgar as principais teorias, correntes e autores no âmbito da Sociologia do Consumo;
- Habilitar o estudante para construir e aprofundar as relações entre o consumo e as questões culturais, econômicas, tecnológicas, sociais, históricas, políticas, ideológicas, etc.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Estudos sobre comportamento do consumidor. Teorias e modelos explicativos do comportamento do consumidor. Sociologia do Consumo. O consumo como produto social. A sociologia da estratificação social e sociologia do consumo. Meios de comunicação e consumo dos objetos simbólicos.

METODOLOGIA DE ENSINO-APRENDIZAGEM

A disciplina será ministrada através de atividades assíncronas (leituras de textos disponibilizados digitalmente e apreciação de filmes disponibilizados em plataformas como Netflix e Youtube) e síncronas, mediante aulas dialogadas (ao vivo) pelo docente em interatividade com os estudantes, nas quais serão debatidos os textos e os filmes apreciados, todos relacionados à temática do consumo (*Clube da Luta*, *Lixo Extraordinário*, *Os Delírios de Consumo de Becky Bloom*, *Réquiem para um Sonho*, *Supersize me*, *Os Sem Floresta*, *Adeus Lenin* etc.).

O cronograma e demais materiais de suporte ao desenvolvimento das atividades da disciplina serão encaminhados pelo docente aos alunos matriculados, imediatamente após a confirmação da matrícula, através de mensagem eletrônica nos endereços de e-mail cadastrados no sistema da UFBA, com verificação de confirmação.

OBS: É necessário que o aluno tenha acesso a serviços de streaming de vídeo como Netflix e YouTube, nos quais estão disponibilizados os títulos elencados para apreciação e debate.

AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A avaliação da aprendizagem se dará através de dois instrumentos, ambos com peso 5:

- Participação nas atividades síncronas, observando-se a assiduidade, interesse, presença e envolvimento nos debates;
 - Elaboração de trabalho de caráter dissertativo sobre tema definido pelo docente, dentro das questões abordadas pela disciplina.
-

REFERÊNCIAS

Bibliografia básica

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**, São Paulo: Rocco, 1990.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 6.ed. São Paulo: Perspectiva, 2009.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**, São Paulo: Contraponto, 1997.

Bibliografia complementar:

BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. São Paulo, Jorge Zahar Editor, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **A Vida de Consumo**. São Paulo, Jorge Zahar Editor, 2007.

LIPOVETSKI, Giles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas soc. modernas**. São Paulo, Cia das Letras, 1989

SANTOS, Andreia Mendes dos. **Sociedade de Consumo, criança e propaganda**. Porto Alegre, Ed.PUCRS, 2009.

Docente(s) Responsável(is) à época da aprovação do Plano de ensino-aprendizagem:

Nome: SERGIO SOBREIRA ARAUJO Assinatura: _____

Aprovado em reunião de Departamento (ou equivalente): _____ em ___/___/___ _____

Assinatura do Chefe
