

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	DOCENTE
COM 341	Temas Especiais em Publicidade e Propaganda	Sérgio Sobreira

CARGA HORÁRIA				MÓDULO			SEMESTRE VIGENTE
T	P	E	TOTAL	T	P	E	
			68	X			2018.1 e 2018.2

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.

METODOLOGIA

Aulas expositivas. Leitura orientada de textos sucedida de discussão. Exibição e debate sobre filmes relacionados à temática do consumo (Clube da Luta, Lixo Extraordinário, Mr. Selfridge, Os Delírios de Consumo de Becky Bloom, Réquiem para um Sonho, Supersize me, Os Sem Floresta, Shame, etc.)

AValiação

Elaboração de trabalho de caráter dissertativo sobre tema definido pelo docente.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Estudos do 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.

BIBLIOGRAFIA

**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.

Assinatura e Carimbo do Chefe do Departamento  
Programa aprovado em reunião plenária do dia \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Assinatura e Carimbo do Coordenador do Curso  
Programa aprovado em reunião plenária do dia \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_