



Unidade Universitária: Centro de Comunicação e Letras		
Disciplina: SOCIOLOGIA (LFE em Marketing e em Criação)		Código da Disciplina: ENEC00262
Curso: Publicidade e Propaganda		Eixo Temático: Comunicação e Cultura
Carga horária: 51h	(x) Teórica () Prática	Etapa: 1ª
Ementa: Estudo sobre os principais debates sociológicos do século XX e suas reverberações no pensamento brasileiro. Análise das transformações sociais na globalização. As novas relações capital/trabalho. Sociabilidade em rede e as novas faces da exclusão. Discussão sobre a questão das minorias, da pobreza e da violência. Elementos para a análise científica da sociedade. Compreensão da Sociologia como ciência da sociedade moderna e limites das teorias clássicas.		
Objetivos: Possibilitar ao aluno a compreensão sobre os principais debates do século XX, sociedades locais e globais, apresentando subsídios e ferramental para o entendimento sobre tempo ou sociedade hipermoderna. Entender as mudanças nas relações sociais e do trabalho na contemporaneidade. Conhecer as novas forças que estão definindo o marketing e problemas relativos as desigualdades sociais e questões da vida cotidiana.		
Fatos e Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes, Normas e Valores
Proporcionar o conhecimento teórico das principais correntes da sociologia do século XX, para compreensão das transformações das relações sociais, novas sociabilidades, trabalho e consumo.	Possibilitar o exercício de raciocínio e sensibilidades para a aplicação dos conceitos, teorias e fundamentos da sociologia do século XX na publicidade e propaganda. Conceber práticas de marketing conectadas com as novas mudanças socioculturais comprometidas com novos valores sociais. Entender as permanências e mudanças de valores e relações sociais na sociedade hipermoderna. Trabalhar problematizando questões sobre pobreza, preconceitos étnico/raciais e desigualdades sociais e de gênero em tempos hipermodernos	Desenvolvimento de pensamento estratégico na publicidade e propaganda comprometido com questões sociais. Caminhar rumo à desconstrução de qualquer tipo de preconceito. Propiciar visão sobre os efeitos da globalização e o impacto das marcas. Atentar-se às questões como mudanças das relações sociais, classes sociais, pobreza e trabalho nas sociedades hipermodernas. Promoção de valores colaborativos.



Conteúdo Programático

- Principais teorias da sociologia no século XX.
- A sociedade contemporânea – passagem do mundo industrial, ou modernidade, para a pós-modernidade.
- A organização da sociedade na Modernidade – a verticalidade das relações – família, empresa, política.
- Definições de pós-modernidade e a organização da sociedade horizontalizada – novas sociabilidades – a sociedade hipermoderna.
- Pulverização de ideais, novas relações sociais.
- Conflitos multiculturais e os preconceitos de classe, gênero e raça/etnia - ontem e hoje.
- Desigualdades social, exclusão e pobreza na globalização.

Metodologia

As aulas expositivas e interativas, com o objetivo de permitir a participação do aluno ativamente, expondo suas ideias, formulando questões, tecendo comentários e concluindo a argumentação. Promover reflexão e estimular o debate das questões propostas, relacionando a teoria a questões contemporâneas. Eventual utilização de filmes e peças gráficas com o objetivo de contextualizar os conceitos em discussão.

Critérios de avaliação

Avaliação Intermediária 1 (valor 0 a 10 peso 1) + avaliação intermediária 2(valor 0 a 10 peso 1) somar e dividir por 10.

Substitutiva.- valor 0 a 10

Prova Final – valor 0 a 10

Bibliografia básica

BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 2007.

DURKHEIM, Émile. *As regras do método sociológico*. São Paulo: Ed. Martin Claret, 2002.

Bibliografia complementar

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Lisboa: Edições 70, 2007.

CASTELLS, Manuel; MAJER, Roneide Venancio. *A sociedade em rede*. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2007.

DURKHEIM, Émile. *A divisão do trabalho social*. Lisboa: Presença Ltda. 1989.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2004.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. 10. ed. São Paulo: Loyola, 2001.

HOBSBAWM, E. J. *A era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.