

	<p>Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana</p> <p><i>Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.</i></p> <p><i>Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 – Ponto Central CEP 44.032-620</i></p> <p><i>Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia</i></p> <p><i>Site: www.fat.edu.br E-mail: fat@fat.edu.br</i></p> <p>CGC: 01.149.432/0001-21</p>
--	---

PROGRAMA DE DISCIPLINA

CURSO	ANO LETIVO
Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	2015.2
CÓDIGO	DISCIPLINA
PUB002	SOCIOLOGIA GERAL E DA COMUNICAÇÃO
CARGA HORÁRIA	SEMESTRE DE OFERTA
72	1º

EMENTA

Introdução às teorias sociológicas. Elementos para análise científica da sociedade, suas estruturas, classes, instituições e processos de mudança. Paradigmas. Crises paradigmáticas, modernidade e contemporaneidade. A era da sociedade de massas. Comunicação e linguagem social.

OBJETIVOS

Apresentar aos discentes as origens do conhecimento científico, e das Ciências Sociais, com ênfase na sociologia, seus primórdios, desenvolvimentos, e sua relevância como ciência da ação humana, extremamente importante como subsídio à atuação em outras áreas do conhecimento, sobretudo na Comunicação social. Estimular e orientar uma reflexão sobre o papel da mídia na modernidade, através da análise das teorias sociais da mídia.

PERFIL DO EGRESSO

O curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FAT, objetiva formar profissionais com capacidade de gestão, empreendedores, preparados para exercer funções de assessoramento, chefia, gerenciamento, direção de pesquisa e planejamento no âmbito da Publicidade e Propaganda. Esses profissionais devem ter conhecimento científico, técnico, artístico e estético necessários para a compreensão dos fenômenos da comunicação no sentido de propor soluções a partir do domínio desses conhecimentos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

I Unidade

Indivíduo e Sociedade

Relações Sociais

Status Social e Papel Social

Estrutura Social e Processos Sociais

Sociologia como ciência

Consolidação do capitalismo e sociedade industrial

Teoria sociológica clássica

Emile Durkheim: Fatos Sociais, Divisão Social do Trabalho e Coerção Social

Max Weber: Ação Social, Poder, Burocracia e Dominação

Karl Marx: Relações entre Capital e Trabalho

II Unidade

A Sociologia da comunicação, abordagens, objeto e perspectivas;

Construção social da realidade, indivíduo e representações sociais;

Identidade e alteridade, vida cotidiana, realidade objetiva e subjetiva, socialização, interação social;

Escola de Frankfurt e a Teoria Crítica.

Introdução à teoria do ator-rede

Sociedade de massas e a Indústria Cultural.

Comunicação e linguagem social.

METODOLOGIA

- a) Aulas expositivas;
- b) Estudo de casos;
- c) Leitura, discussão e resenhas de textos;
- d) Seminários e trabalhos individuais e/ou em grupo.

AVALIAÇÃO

I Unidade: Prova Escrita – Individual e Trabalhos (resenhas/artigo/apresentação/fichamento)

II Unidade: Prova Escrita – Individual e Trabalhos (resenhas/artigo/apresentação/fichamento)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BRETON, Philippe. Sociologia da Comunicação. São Paulo: Loyola, 2002.
- GIDDENS, Anthony. Sociologia. Trad. Sandra Regina Netz. 4 ed. São Paulo: Artmed, 2005.
- LAKATOS, Eva Maria. Sociologia Geral. 6 ed. São Paulo. Atlas.1999

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARON, Raymond. As Etapas do Pensamento Sociológico. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BACCEGA, Maria Aparecida (org.). Comunicação e Culturas do Consumo. São Paulo: Atlas, 2008.

COSTA, Cristina. Sociologia: Introdução à ciência da Sociedade. Moderna 1997.

DUARTE JR, João Francisco. O que é Realidade? São Paulo: Brasiliense, 1986.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. Raízes do Brasil. 26 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

LATOUR, Bruno. Reagregando o Social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede. EDUFBA, 2012.

MAIGRET, Eric. Sociologia da comunicação e das mídias. São Paulo: SENAC São Paulo, 2010.

MARTINS, C. B. O que é Sociologia? São Paulo: Brasiliense, 1986.

MATTELART, Armand & NEVEU, Érik. Introdução aos Estudos Culturais. São Paulo: Parábola, 2004.

MATTELART, Armand. Diversidade Cultural e Mundialização. São Paulo: Parábola, 2005.

NEIVA Jr., Eduardo. Comunicação: teoria e prática social. São Paulo: Brasiliense, 1991.

RAMOS, José Mário Ortiz. Televisão, Publicidade e Cultura de Massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

RIBEIRO, Darcy. Povo brasileiro: formação e o sentido do Brasil. 2. Ed São Paulo: Companhia das Letras, 2002

SELL, Carlos Eduardo. Sociologia clássica. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010

THOMPSON, J. Mídia e Modernidade. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

TURNER, Jonathan H. Sociologia: conceitos e aplicações. São Paulo: Makron Books, 2005.

VILA NOVA, Sebastião. Introdução à Sociologia. São Paulo. Atlas. 2006

Professor responsável pela disciplina:	Coordenador (a) do Colegiado do Curso
Prof. Me. Ricardo P. Aragão	Profa. Ma. Marly dos Santos Caldas

Direção Acadêmica	Direção Geral
Prof. Dr. José Maria Dias Filho	Prof. Antonio Walter Moraes Lima