



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA)
Departamento de Comunicação

Concurso Público Docente

ÁREA: Publicidade e Propaganda.

TITULAÇÃO/REQUISITOS: Graduação em Comunicação (Publicidade e Propaganda) ou Psicologia, ou Doutorado em Comunicação Social, Artes, Design, Estudos da Linguagem, Educação, Psicologia ou em áreas correlatas.

PERFIL DOCENTE: Atuação com ênfase na Graduação (Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda), preferencialmente nas disciplinas de Psicologia da Comunicação; Comportamento do Consumidor; Ética e Legislação Publicitária; dentre outras. O docente deverá estar habilitado, também, a contribuir com a Pesquisa Científica em nível de Pós-Graduação, no desenvolvimento de ações de extensão que tenham articulação com o Projeto Integrador em Publicidade e Propaganda (TCC).

PROGRAMA DO CONCURSO

Psicologia da Comunicação. Ética e Legislação Publicitária. Comportamento do Consumidor. Mídia, Consumo e Sociedade. Publicidade no processo de decisão de compra. Variáveis de influência no comportamento do consumidor. Comunicação, publicidade e consumo na sociedade contemporânea.

RELAÇÃO DE TEMAS PARA PROVA DIDÁTICA

1. Sistema psíquico, comunicação e comportamento do consumidor.
2. Fases do processo de decisão de compra e estratégias de comunicação publicitária.
3. Variáveis de influência no comportamento do consumidor: socioculturais; psicológicas e situacionais.
4. Consumo, representações midiáticas e trocas simbólicas.
5. A cultura de massa e a construção do imaginário do consumo.
6. Publicidade, consumo e sociedade na era da convergência midiática.
7. Consumo, interação social e produção de sentido.
8. Ética e Legislação publicitária: diretrizes, regulamentação e práticas.

Bibliografia:

ANDRÉ, Alberto. *Ética e Códigos da Comunicação Social*. Porto Alegre: Sagra, 1994.

BARBOSA, Livia. *Sociedade de Consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BARROS FILHO, Clóvis de. (org.). *Ética e Comunicação Organizacional*. São Paulo: Paulus, 2007.

CAMPBELL, Colin. *A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e Cidadãos*. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CAMARGO, Luiz Octavio De Lima; BUENO, Maria Lucia. *Cultura e Consumo: estilos de vida na contemporaneidade*. São Paulo: SENAC, 2008.

DOUGLAS, Mary & Isherwood, Baron. *O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

ENGEL, J. F. BLACKWELL, R. D. MINIARD, P. W. *Comportamento do consumidor*. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pos-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FRIEDMAN, Jonathan. *Ser no Mundo: globalização e localização*. In: FEATHERSTONE, Mike (Org.). *Cultura Global*. Petrópolis: Vozes, 1994.

GADE, Christiane. *Psicologia do consumidor e da propaganda*. Ed. rev. e ampl. São Paulo: EPU, 1998.

GIACOMINI FILHO, Gino. *Consumidor versus propaganda*. São Paulo: Summus, 1991.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

KARSAKLIAN E. *Comportamento do Consumidor*. São Paulo: Atlas, 2000.

McCRACKEN, Grant. *Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MOWEN, John C e MINOR, Michael S. *Comportamento do Consumidor*. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

NOVAES, Adauto. *Ética*. São Paulo: Cia. das Letras, 1992.

LOPES, A. Paraguassú. *Ética na propaganda*. São Paulo: Atlas, 2003.

PINHEIRO, R. M. *Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

ROCHA, Everardo. *Magia e capitalismo um estudo antropológico da publicidade*; São Paulo: Brasiliense, 1995.

SAMARA, Beatriz Santos. *Comportamento do consumidor: conceitos e casos*. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SHETH et al. *Comportamento do cliente*. São Paulo: Atlas, 2001.

SCHIFFMAN, Leon G. KANUK, Leslie Lazar. *Comportamento do consumidor*. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SOLOMON, Michael. *O comportamento do consumidor*. Porto Alegre: Bookman, 2002.

UNDERHILL, Paco. *Vamos às compras: a ciência do consumo*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.