

PROGRAMA DE DISCIPLINA

Disciplina: Teorias e técnicas de Comunicação

Código da Disciplina: DGN 719

Curso: Design de Interiores

Semestre de oferta da disciplina: 3º

Faculdade responsável: Design de Interiores

Programa em vigência a partir de: 2016/1

Número de créditos: 02

Carga Horária total: 30

Horas aula: 36

EMENTA:

Definição e conceitos de comunicação. Estudo das principais teorias de comunicação de massa. Sociedade e Cultura de massa e indústria cultural. Comunicação como processo de interlocução das organizações com indivíduos e sociedade. A comunicação organizacional e suas vertentes institucional, mercadológica, interna e administrativa. O planejamento de comunicação.

OBJETIVO GERAL:

Proporcionar aos discentes um conjunto de habilidades baseadas na atividade básica de comunicação, que despertem suas faculdades cognitivas de percepção, crítica e análise dos fenômenos comunicacionais e da complexidade dos mesmos na contemporaneidade.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Compreender o conceito de comunicação e suas variadas vertentes históricas;
- Estudar e compreender as principais teorias da comunicação;
- Estimular os discentes para o exercício de uma argumentação sólida, que vá ao encontro dos pressupostos epistemológicos da comunicação e sua relação com o design, a cultura e a estética.

CONTEÚDO:

I – O CAMPO DA COMUNICAÇÃO

1.1 Delimitação do conceito de comunicação

1.2 O contexto sócio histórico e científico dos primeiros estudos de comunicação

1.2 O processo de comunicação

II – OS ESTUDOS NORTE-AMERICANOS – *Mass Communication Research* (1910-1960)

2.1 A sociedade massas e a Teoria Hipodérmica

2.2 Teoria da persuasão

2.3 Teoria dos efeitos limitados

2.4 A Teoria Funcionalista

III - OS ESTUDOS EUROPEUS: A Escola de Frankfurt (1920-1950)

3.1 A Indústria Cultural

3.2 A obra de arte em tempos de reprodutibilidade técnica.

IV - COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

4.1 Os conceitos de comunicação organizacional, institucional, mercadológica, interna e administrativa

4.2 O planejamento de comunicação

V - A TEORIA SEMIÓTICA APLICADA AO DESIGN E À COMUNICAÇÃO

5.1 Semiótica, design e comunicação

ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM:

Os conteúdos serão trabalhados, privilegiando:

- levantamento do conhecimento prévio dos estudantes
- motivação com leituras, charges, situações problemas ou peques nos vídeos
- Exposição oral / dialogada
- Discussões, debates e questionamentos
- Leituras e estudos dirigidos
- Atividades escritas individuais e em grupos
- Apresentações por parte dos alunos de: plenárias, painéis, mini aulas etc.

FORMAS DE AVALIAÇÃO:

O processo de avaliação da construção de conhecimentos a partir da observação e análise de:

- Frequência e pontualidade por parte do aluno
- Participação construtiva e compromisso com a dinâmica e o processo educativo proposto pela

disciplina

- Discussão fundamentada individual e em equipe
- Trabalhos sistematizados – produções individuais, coletivas e apresentações em sala de aula: fichamentos, resenhas e painéis sobre leituras complementares realizadas.

REFERÊNCIAS BÁSICAS:

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial no Brasil**: uma leitura crítica. São Paulo: All Print Editora, 2005.

GOMES, Pedro Gilberto. **Tópicos de Teoria da Comunicação**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 1997.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. & FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

KUNSCH, Margarida K. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada**. SP, Summus, 2003.

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES:

ADORNO, T. **Indústria cultural e sociedade**. Trad. Juba Elisabeth Levy [et al.]. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CAVALCANTE, M. et al. Signos do design de interiores: interfaces entre uso, consumo e arte. 2010. **Revista Signos do Consumo**, vol. 2, n. 1, 2010, p. 108-127.

MORAES, D. de (org.). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.

NIEMEYER, L. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. São Paulo: 2AB, 2010.

Aprovado pelo Conselho da Faculdade em: ____/____/____.

Assinatura e carimbo da Direção da Faculdade



UniRV
Universidade de Rio Verde

Universidade de Rio Verde

Credenciada pelo Decreto nº 5.971 de 02 de Julho de 2004

Fazenda Fontes do saber
Campus Universitário
Rio Verde - Goiás

Cx. Postal 104 - CEP 75901-970
CNPJ 01.815.216/0001-78
I.E. 10.210.819-6

Fone: (64) 3611-2200
www.unirv.edu.br