



Unidade Universitária: Centro de Comunicação e Letras		
Disciplina: QUESTÕES SOCIAIS E FILOSÓFICAS CONTEMPORÂNEAS (LFE em Marketing e Criação)		Código da Disciplina: ENEX00789
Curso: Publicidade e Propaganda	Eixo Temático: Planejamento e Marketing	
Carga horária: 25,5h	(x) Teórica () Prática	Etapas: 2ª
Ementa: Correntes, tendências sociais e políticas contemporâneas. A relação entre o indivíduo, sociedade (instituições) e o Estado. Principais abordagens do pensamento filosófico contemporâneo - Círculo de Viena e filosofia contemporânea.		
Objetivos: Apresentar os fundamentos do pensamento filosófico contemporâneo e problematizar os desdobramentos das correntes filosóficas a partir da modernidade - positivismo / neopositivismo, funcionalismo, fenomenologia e estruturalismo / pós-estruturalismo. Possibilitar ao aluno a compreensão da relação homem-mundo e subjetividades como tema fundamental do conhecimento. Identificar principais questões de filosofia política, instituições e Estado num mundo globalizado.		
Fatos e Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes, Normas e Valores
Desenvolvimento das capacidades de reflexão, argumentação e crítica, que subsidiam a compreensão das questões sociais e filosóficas. Identificação das demandas sociais contemporâneas, visando a formulação de respostas profissionais para o enfrentamento das mesmas. Compreensão geral do pensamento filosófico e de sua relação com a Publicidade e Propaganda. Domínio básico das teorias, conceitos e métodos que constituem as matrizes epistemológicas dos estudos para a Publicidade e a Propaganda.	Reconhecer e aplicar conceitos e argumento críticos e reflexivos na sociedade, em particular, no campo das demandas sociais. Reconhecer as demandas sociais e filosóficas contemporâneas. Realizar estudos e pesquisas acerca do pensamento filosófico contemporâneo e de suas principais questões, com ênfase em seus aspectos sociais. Compreender de modo geral, os referenciais teóricos que orientam os estudos da área. Compreender as relações interdisciplinares entre as ciências humanas, de modo a construir uma visão global do fenômeno humano e das práticas de trabalho	Formular propostas de ação crítica e reflexiva para o enfrentamento dessas questões no campo da Publicidade e Propaganda

**Conteúdo Programático:**

- Correntes do pensamento filosófico contemporâneo
- Positivismo e Neo Positivismo
- Marxismo e Teoria crítica da Sociedade
- Fenomenologia e Existencialismo
- Estruturalismo e Pós Estruturalismo
- Círculo de Viena
- Subjetividade e Liberdade
- Subjetividade e Responsabilidade
- Questões de Filosofia Política - Instituições, Estado, Trabalho e Ideologias
- Biopoder e Capitalismo Rizomático

Metodologia:

Aulas teóricas
Trechos de filmes
Leituras complementares
Exercícios em classe sobre os pontos nucleares do tema

Metodologia:

P1 – avaliação individual ou em grupo (trabalho) com objetivo de avaliar a assimilação do conteúdo dado em sala de aula.
P2 – avaliação individual ou em grupo (prova escrita) compondo o restante da nota, com objetivo de avaliar a assimilação do conteúdo dado em sala.

Bibliografia básica

CAREL, Havi e GAMES, David. *Filosofia Contemporânea em ação*. São Paulo: ARTMED EDITORA, 2004
JOHNSON, Stevem. *De onde vêm as boas ideias*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
LECHTE, John. *50 Pensadores contemporâneos essenciais do estruturalismo à pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DIFEL, 2003

Bibliografia complementar

CHAUÍ, Marilena. *Convite à Filosofia*. São Paulo: Ed. Ática, 1995.
DRUCKER, Peter F. *O melhor de Peter Drucker: o homem*. São Paulo: Nobel, 2002
HELLER, Agnes. *A crise dos paradigmas em ciências sociais e os desafios para o séc. XXI*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1999
KUHN, Thomas. *A estrutura das Revoluções Científicas*. São Paulo: Perspectiva, 2001.
PEARS, David. *As idéias de Wittgenstein*. São Paulo: Cultrix, 1994