



<b>Unidade Universitária:</b> Centro de Comunicação e Letras		
<b>Disciplina:</b> CONSUMO E SUSTENTABILIDADE (LFE em Marketing e Criação)		<b>Código da Disciplina:</b> ENEX00578
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda	<b>Eixo Temático:</b> Planejamento e Marketing	
<b>Carga horária:</b> 25,5h	( x ) Teórica ( ) Prática	<b>Etapa</b> 7 <sup>a</sup>
<b>Ementa:</b> Estudo sobre a proposta de consumo inserida na prática de desenvolvimento do marketing e o conceito de desenvolvimento sustentável. Reflexão sobre a sociedade de consumo e a consequente degradação ambiental. Discussão sobre consumo consciente, desenvolvimento social, comércio justo, tecnologia e preservação do meio ambiente. Análise das propostas do Marketing Verde e seu real impacto na sociedade de consumo.		
<b>Objetivos:</b> Apresentar conceitos e problemáticas que envolvem a questão do consumo, do desenvolvimento sustentável, da obsolescência programada e consumo responsável. Habilitar o aluno a compreender o contexto e o papel da comunicação no processo de conscientização e mobilização efetiva da sociedade em busca de alternativas para o desafio do desenvolvimento social sustentável.		
Fatos e Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes, Normas e Valores
Conhecer termos e conceitos relacionados ao consumo e ao desenvolvimento sustentável. Compreender o papel da comunicação na gestão de públicos da empresa que têm demandas socioambientais. Ter ciência os principais desafios impostos ao meio ambiente pelo crescimento do mercado consumidor.	Habilitar o aluno para analisar e discutir o planejamento de comunicação institucional de uma empresa no contexto estratégico de construção de construção e manutenção de uma imagem de uma marca “socioambientalmente responsável”	Sensibilizar o aluno para assumir uma atitude crítica, mas proativa face os desafios impostos pelo consumo exacerbado que ocasiona a degradação ambiental, tornando-o um profissional consciente de sua responsável no processo de conscientização da sociedade.
<b>Conteúdo Programático</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• O conceito de ecossistema e de equilíbrio ecológico</li><li>• Conceitos de Sustentabilidade e de Desenvolvimento Sustentável</li><li>• Indústria, comércio, consumo e produtos culturais: demandas por matéria-prima e energia</li><li>• Crise de energia, matéria-prima, alimentos, água e biodiversidade: os limites da natureza</li><li>• O consumo x desenvolvimento sustentável: equação complexa</li><li>• Pegada ecológica, obsolescência programada, reciclagem, resíduos, reutilização</li><li>• Responsabilidade social e socioambiental das empresas</li><li>• A cultura da Sustentabilidade e a demanda por imagens “sociambientalmente responsáveis”</li><li>• Greenwashing e propaganda enganosa</li><li>• Aquecimento global, poluição, neutralização de carbono</li><li>• Consumo responsável, consumidor verde</li><li>• Construção de marcas verdes</li><li>• Construção de imagem de marcas sociambientalmente responsáveis.</li></ul>		



### Metodologia

- Aulas teórico-expositivas dialogadas e exemplificadas para a troca de experiências entre o professor e os alunos sobre os temas vigentes no mercado da comunicação e do marketing.
- Estudo de casos relacionados à sustentabilidade e imagem de marca
- Exercícios de aplicação dos conceitos apreendidos.
- Avaliações individuais para compreender os conceitos e fundamentos apresentados.
- Elaboração de trabalho prático, com aplicação dos instrumentos e metodologias aprendidos.

### Critérios de avaliação

Avaliações intermediárias parciais (apresentação de trabalho e exercícios em sala de aula) = P1  
Avaliação intermediária final individual (teoria) = P2  
Média final é = P1+P2

### Bibliografia básica

ALMEIDA, Fernando. *Os desafios da sustentabilidade: Uma ruptura inteligente*. São Paulo: Global, 2001.  
ELKINGTON, John. *Canibais com garfo e faca: sustentabilidade*. São Paulo: M. Books, 2012.  
SCHAUN, Angela; UTSUNOMIYA, Fred (Org.). *Comunicação e sustentabilidade: conceitos, contextos e experiências*. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

### Bibliografia complementar

Consumo Sustentável: Manual de Educação. Brasília: Consumers International /MMA /MEC/IDEC, 2005.  
(arquivo em PDF, disponível em <http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/publicacao8.pdf>)  
DIAS, Reinaldo. *Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade*. 2ª ed., rev. atual. São Paulo:Atlas, 2011.  
Empreendimentos Sociais sustentáveis: como elaborar planos de negócio para organizações sociais. Ashoka  
Empreendedores sociais e McKinsey & Company. Inc. São Paulo: Peirópolis, 2001.  
PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2005.