



Unidade Universitária: Centro de Comunicação e Letras		
Disciplina: UNIVERSIDADE, SOCIEDADE E MERCADO (LFE em Marketing e Criação)		Código da Disciplina: ENEX00853
Curso: Publicidade e Propaganda	Eixo Temático: Planejamento e Marketing	
Carga horária: 25,5h	(x) Teórica () Prática	Etapa: 7ª
Ementa: Reflexão sobre a relação entre a Universidade, a Sociedade e o Mercado e sobre as oportunidades e desafios de atuação pessoal no desenvolvimento econômico-social sustentável. Estudo de questões como planejamento do processo pessoal de educação continuada; possibilidades de atuação no mercado e no meio acadêmico. O papel dos estágios das atividades extracurriculares e da prática profissional na formação holística pessoal.		
Objetivos:		
Fatos e Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes, Normas e Valores
Compreender a relação do ambiente formado pela academia, pela sociedade e pelo mercado de trabalho com o papel de indivíduo, de cidadão, de profissional e de acadêmico.	Relacionar o conhecimento teórico adquirido através da reflexão da vivência acadêmica à obtida pela prática profissional. Estimular a auto-aprendizagem contínua do aluno para o desenvolvimento pessoal como indivíduo, cidadão, acadêmico e profissional	Conscientizar-se do processo de interação e transformação social e desenvolvimento pessoal, tanto no âmbito da academia, como do mercado e da sociedade como um todo.
Conteúdo Programático 1. Os grandes atores sociais no palco global: O Estado, o Mercado e a Sociedade Civil 2. O indivíduo no palco global: atuação através do mercado e da sociedade civil 3. O indivíduo e seus projetos pessoais: plano de carreira, projeto de vida: academia, mercado 4. A atuação do indivíduo no mercado: perspectivas para o mercado hoje 5. A atuação do indivíduo e a academia: capacitação contínua – pós-graduação, mestrado 6. Planejamento e perspectivas profissionais: carreira no mercado, empreendedorismo, academia 7. Sociedade Civil: Terceiro Setor e ONGs 8. Desafios para os cidadãos e profissionais no contexto global: direitos fundamentais, democracia, sustentabilidade, desenvolvimento e consumo		
Metodologia Aulas expositivas com debates e palestrantes do mercado e da sociedade civil. Acompanhamento da trajetória acadêmica do aluno, com conferências e retorno sobre desenvolvimento de atividades acadêmicas e atividades complementares, além de percurso de estágio e experiência de trabalho na área. Apresentação de oportunidades de educação continuada e inserção no mercado profissional. Reflexões sobre perspectivas de aprimoramento pessoal e profissional, gerenciamento de carreira e projeto de vida.		



Critérios de avaliação

- Avaliação intermediária 1 + Avaliação intermediária 2 – somar e dividir por 10.
- Avaliação Substitutiva – valor de 0 a 10 – toda a matéria.
- Prova Final.

Bibliografia básica

CHIAVENATO, Idalberto. *Carreira: você é aquilo que faz*. São Paulo: Saraiva, 2006.

DOWNEY, Myles. *Coaching eficaz*. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

LANGE ALBECHE, Daysi. *Universidade e Sociedade - Visões de Um Brasil Em Construção*. Santa Catarina: Educus, 2012.

Bibliografia complementar

CLARK, Tim; OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. *Business model you: o modelo de negócios pessoal: o método de uma página para reinventar sua carreira*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2013.

RAMAL, Silvina. *Como transformar seu talento em um negócio de sucesso: gestão de negócios para pequenos empreendimentos*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006

RAMALHO, Rogério Jussier. *Você é sua melhor marca: como o marketing pessoal pode ser utilizado para fazer a diferença em sua carreira*. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2008.

RIBEIRO, Julio. *Fazer Acontecer*. 5ª ed. São Paulo: Cultura, 1998.

SÁNCHEZ VÁSQUEZ, Adolfo. *Ética*. 30ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008