



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO:	COMPONENTE CURRICULAR: Organizações e Sociedade	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS	SIGLA: FAGEN	
CH TOTAL TEÓRICA: 60	CH TOTAL PRÁTICA:	CH TOTAL: 60

OBJETIVOS

Refletir criticamente sobre o contexto social, ético e político em que as organizações atuam e as suas interdependências, para saber agir e tomar decisões de forma ética e responsável.

EMENTA

1. Perspectivas Sociológicas. 3 Globalização, pobreza e desigualdades sociais. 3. Mudança social, participação política e cidadania. 4. Vida, trabalho e desemprego nos espaços urbanos 5. Meios de comunicação de massa e ideologia. 4 As organizações e a ecologia.

DESCRIÇÃO DO PROGRAMA

1. Perspectivas sociológicas
 - 1.1 Imaginação sociológica
 - 1.2 Principais perspectivas sociológicas e a análise das organizações
 - 1.3 A contribuição dos clássicos: Marx, Weber e Durkeihm
 - 1.4 Sociólogos contemporâneos: Bourdieu, Giddens e Norbert Elias
2. Mudança social e Globalização
 - 2.1 Os impactos da globalização na sociedade
 - 2.2 Globalização e desigualdade
 - 2.3 As organizações como agentes do processo de globalização
3. Movimentos Sociais, Participação política e cidadania
 - 3.1 Liberalismo, Democracia e socialismo
 - 3.2 Democracia e cidadania nas organizações



- 3.4 Movimentos sociais
- 4 Trabalho e vida econômica
- 4.1 Tendências do sistema ocupacional e a transformação do trabalho
- 4.2 Desemprego e insegurança no trabalho
- 4.3 Medo, violência e lazer nas grandes metrópoles
- 5 Meios de comunicações de massa e ideologia
- 5.1 Meios de comunicação de massa: conceitos, tipos e características
- 5.2 Ideologia: definições e abordagens
- 5.3 Ideologia e organizações
- 5.4 Internet e o ciberespaço
- 6 A lógica social do consumo material e simbólico: a construção das diferenciações de classe e status.
- 6.1 Cultura midiática e consumo material (produtos e lugares) e simbólico (idéias, informações e sentidos).
- 6.2 O consumismo e o “fetichismo da mercadoria”.
- 6.3 A formação dos consumidores, clientes, leitores e espectadores em relação aos produtos e serviços
- 7 As organizações e o meio ambiente
- 7.1 Visão geral dos problemas e desafios ambientais
- 7.2 O papel das organizações na produção e solução dos problemas ambientais

Bibliografia Básica:

- GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. São Paulo: Artmed, 2005.
- SCHAEFER, R.T. **Sociologia**. São Paulo: McGrawHill, 2006.
- QUINTANEIRO, T; BARBOSA, M. L. O.; DE OLIVEIRA, M. G. M. **Um Toque de Clássicos**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

Bibliografia complementar:

- ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao Trabalho**. São Paulo: Cortez, 2002.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. São Paulo: Jorge Zahar, 2001.
- BERGER, Peter & LUCKMAN. **A construção social da realidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.
- BRAVERMANN, Harry. **Trabalho e Capital Monopolista**. São Paulo: Zahar, 1987
- BOURDIEU, P. **Questões de Sociologia**, Lisboa: Fim de Século, 2003
- _____. **Sobre a Televisão**, Oeiras: Celta Editora, 1997
- BURREL, G. MORGAN, G. **Sociological paradigms and organizations analysis**. London: Sage, 1979.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e terra. 1999.
- DURKHEIM, E. **Da Divisão do Trabalho Social**, Col. Os pensadores, São Paulo: Abril,

ELIAS, Norbert. (1939) A sociedade dos indivíduos. Rio de Janeiro, Zahar, 1994. Pp. 13-60.

FOCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, 2008.

GOFFMAN, E. A representação do Eu na vida Cotidiana.

GIDDENS, Anthony. A constituição da sociedade. São Paulo: WMF Martins fontes, 2009.

GOHN, Maria da Glória (org.). **Movimentos sociais no início do século XXI: antigos e novos atores**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

IANNI, Octavio. **A Sociedade global**. São Paulo: Civilização brasileira. 1996.

MARTINS, José de Souza. **Exclusão social e a nova desigualdade**. São Paulo: Paulus, 1997.

MARX, K.; ENGELS, F. **Manifesto do Partido Comunista**. São Paulo: Martin Claret, 2002.

ROCHA, Everardo Rocha. **A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad Ed., 1995.

SENNETT, Ricard. **O artífice**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2000.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade**. Brasília: UNB, 1991.

APROVAÇÃO

23, 09, 11
Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Dr. João Bento de Oliveira Filho
Carimbo e assinatura do Coordenador do curso
Coordenador de Curso de Administração
Faculdade de Gestão e Negócios
Portaria R nº. 636/2009

03, 10, 2011
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Prof. Walter Gomes da Cunha
Carimbo e assinatura do Diretor da
Diretor pro-tempore da Faculdade de Gestão e Negócios
Unidade Acadêmica
Portaria R Nº 1135/11