



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO: _____	COMPONENTE CURRICULAR: Dimensão Antropológica das Organizações	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS		SIGLA: FAGEN
CH TOTAL TEÓRICA: _____30_____	CH TOTAL PRÁTICA: _____	CH TOTAL: _____30_____

OBJETIVOS

Compreender e interpretar as organizações e suas relações internas e externas em uma perspectiva antropológica dos aspectos econômicos e simbólicos dos processos da vida material

EMENTA

1. Introdução ao estudo de Antropologia. 2. Cultura na perspectiva antropológica. 3. Cultura, Identidade e Representações Sociais. 4. Antropologia e Administração.

DESCRIÇÃO DO PROGRAMA

- 1 – Introdução ao estudo de Antropologia**
 - 1.1 Principais pensadores da Antropologia
 - 1.2 Pesquisa antropológica
- 2 - Cultura na perspectiva antropológica**
 - 2.1 A genese das noções de cultura
 - 2.2 A cultura como visão de mundo
 - 2.3 Etnocentrismo e relativismo cultural
 - 2.4 Identidade cultural na atualidade: multiculturalismo, diversidade e tribalismo urbano
 - 2.5 Cultura e Administração
- 3. Cultura, identidade e representações sociais**
 - 3.1 Representações Sociais
 - 3.2 Cultura Brasileira
 - 3.3 Identidade, religião, política e ideologia
 - 3.4 Rituais e símbolos
 - 3.5 Redes sociais e Cibercultura



3.6 A cultura da cidade e seus espaços intermediários

4: Antropologia e Administração

4.1 Cultura organizacional

4.2 ETNOMARKETING: antropologia, cultura e consumo

4.3 Cultura, produção e consumo

4.4 As contribuições da antropologia visual

BIBLIOGRAFIA

Básica:

CAVEDON, Neusa Rolita. **Antropologia para Administradores**. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2003.

DA MATTA, R. O que faz o Brasil, Brasil?, Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

Complementar:

BARBOSA, L. **O jeitinho brasileiro: a arte de ser mais igual que os outros**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BASTIDE, Roger. **Antropologia Aplicada**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1979.

BOAS, F. **Antropologia Cultural**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2005.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

HOFSTEDE, G. **Culture's consequent international differences in work-related values**. London, Sage Publications, 1984

LAPLATINE, Francois. **Aprender Antropologia**. São Paulo, Editora Brasiliense, 2005.

LEMOES, Luiz Henrique. **Posicionamento das marcas ...** In: MIGUELES, Carmem (org). **Antropologia do consumo: casos brasileiros**. Rio de Janeiro, FGV, 2007.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

MALINOWSKI, B. K. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. In. Os pensadores. São Paulo. Abril cultural. 1978.

ROCHA, Everardo P. Guimarães. **O que é Etnocentrismo?** São Paulo: Brasiliense, 1988.

APROVAÇÃO

23, 09, 11
Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Dr. João Bento de Oliveira Filho
Coordenador do Curso de Administração
Carimbo da Unidade Acadêmica e Professor titular do curso
Portaria R. n.º 638/2009

03, 10, 2011
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Prof. Wlton Gomes da Costa
Diretor "pro-tempore" da Faculdade de Gestão e Negócios - FAGEN
Unidade Acadêmica
Portaria R. n.º 1135/11