Disciplina: **Introdução à Pesquisa em Comunicação - Publicidade (GCO 00258)**

2as e 4as, de 18 às 20 horas (Salas: 2as - A401; 4as – A306)

**Ementa**

O projeto de pesquisa e seus itens constitutivos. A escolha do tema e sua delimitação. Revisão de literatura e problematização da pesquisa. Definição de objetivos, hipóteses e metodologia de trabalho. O objetivo de um trabalho de conclusão de curso.

**Objetivos**

Possibilitar aos alunos os elementos necessários para a adequada confecção de um projeto de pesquisa, capaz de proporcionar a realização de monografias e/ou projetos práticos dentro de padrões de qualidade e das normas técnicas da ABNT.

**Conteúdo Programático**

|  |  |
| --- | --- |
| 30/11 e 02/12 | Apresentação / avaliação / bibliografia Projeto de pesquisa: trabalho de final de curso; como definir tema? |
| 07 e 09/12 | Elaboração de Tema (1 linha) + Delimitação (5 linhas) + palavras-chave = categorias de análise para bibliografia. |
| 14 e 16/12 | Levantamento e **envio de referências (email – E1):**10 livros ..., 10 artigos científicos ... e 10 artigos técnicos / reportagens. |
| 04 e 06/01 | Fontes de pesquisa: periódicos, editoras, livrarias, bibliotecas.Normas ABNT p/ referências bibliográficas. |
| 11 e 13/01 | Fichamento e modelos para revisão de literatura.(São Sebastião) |
| 18/01 | Elaboração da revisão de literatura |
| 25 e 27/01 | **Entrega da revisão de literatura** **(email – E2)** e comentários gerais. |
| 01 e 03/02 | Delimitação / contextualização: Como surge tema? Qual importância? Qual problema de pesquisa? Desdobramento das 5 linhas iniciais. |
| 15 e 17/02 | **Apresentações parciais**: título + tema + delimitação (com problema de pesquisa) + revisão de literatura + referências bibliográficas |
| 22 e 24/02 | Objetivos: geral / específicos - o que fazer?Hipóteses: relação de coerência com objetivos |
| 29/02 e 02/03 | Metodologia: como / quais técnicas / coerência com objetivosCronograma de atividades + itens específicos de projeto práticoSumário dos itens do projeto**Entrega por email** **(email – E3)** |
| 07 e 09/03 | Justificativa: relevância / pertinência – para que? |
| 14 e 16/03 | **Apresentações finais** |
| 21 e 23/03 | **Apresentações finais** |
| 28 e 30/03 | Entrega das notas / VS |

**Bibliografia**

Principal

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**: formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 1990.

Complementar

BAUER, Martin W; GASKELL, George (Org.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.

BRANDÃO, Carlos R. (org.) **Repensando a pesquisa participante**. São Paulo, Brasiliense, 1987.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica das ciências sociais**. São Paulo: Ed. Atlas, 1989.

DENCKER, Ada de Freitas & VIÁ, Sarah Chucid da. Pesquisa empírica em ciências humanas (com ênfase em comunicação). São Paulo: Futura, 2001.

FRAGOSO, Suely, RECUERO, Raquel, AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

LUNA, Sérgio V. de. **Planejamento de pesquisa**: uma introdução. SP: EDUC, 1998.

MELO, José Marques de (org.). **Pesquisa em Comunicação no Brasil**: tendências e perspectivas. São Paulo: Cortez, 1983.

SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer:** como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da Capes. Porto Alegre: Sulina, 2010.

**Avaliação**

Entregas por email (3) – 2,0 cada

Apresentação parcial – até 4,0

Apresentação final – 10,0

Nota final = (3emails + AP) + AF / 2 = 10,0