

<p>Disciplina: Redação Publicitária 2 Código: HT/OC282 Curso: Comunicação Social – Publicidade e Propaganda Pré-requisito: OC281- Redação Publicitária I Natureza: semestral</p>
<p>Carga Horária: 60 horas Créditos: 04</p>
<p>Ementa: Fundamentos psicológicos da criação publicitária. A sonorização no rádio. Estudo de linguagem e natureza no rádio. A linguagem televisiva. A estruturação do comercial de TV. Processos criativos para redação de comerciais televisivos. Definição das táticas de criação com base no posicionamento do produto no mercado. Criação e redação de campanhas promocionais e institucionais.</p>
<p>Objetivos da disciplina: Proporcionar a percepção da linguagem radiofônica e televisiva aplicada aos fundamentos persuasivos da publicidade. Incentivar a criação de formatos e significações alternativas para a criação publicitária para rádio e TV.</p>
<p>Conteúdo Programático:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Fundamentos psicológicos da criação publicitária<ol style="list-style-type: none">1.1. Publicidade e motivação.1.2. Publicidade e hedonismo.1.3. Publicidade e narcisismo.2. Linguagem publicitária em mídia eletrônica: TV<ol style="list-style-type: none">2.1. A linguagem televisiva.2.2. Tipos de comerciais de TV.2.3. A dinâmica do comercial.2.4. Redação publicitária em TV: sinopse, roteiro e story-board.3. Linguagem publicitária em mídia eletrônica: rádio<ol style="list-style-type: none">3.1. Características funcionais.3.2. O som na publicidade.3.3. Formas da mensagem publicitária radiofônica.3.4. Técnicas de redação para rádio.4. Linguagem publicitária em mídia eletrônica: internet.<ol style="list-style-type: none">4.1. Características funcionais.4.2. Redação publicitária nas redes sociais.5. Criação e redação de campanhas publicitária integradas.
<p>Bibliografia CARRASCOZA, João A. Redação Publicitária. SP, Futura, 2003. SCHRODER/ VASTERGAARD. A linguagem da Propaganda. SP, Martins Fontes. MARTINS, Z. Redação publicitária: a prática na prática. São Paulo: Atlas, 2009. BARRETO, T. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para o filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.</p>