

<p><b>Disciplina:</b> Redação Publicitária 2 <b>Código:</b> HT/OC282 <b>Curso:</b> Comunicação Social – Publicidade e Propaganda <b>Pré-requisito:</b> OC281- Redação Publicitária I <b>Natureza:</b> semestral</p>
<p><b>Carga Horária:</b> 60 horas <b>Créditos:</b> 04</p>
<p><b>Ementa:</b> 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><b>Objetivos da disciplina:</b> 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><b>Conteúdo Programático:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Fundamentos psicológicos da criação publicitária<ol style="list-style-type: none"><li>1.1. Publicidade e motivação.</li><li>1.2. Publicidade e hedonismo.</li><li>1.3. Publicidade e narcisismo.</li></ol></li><li>2. Linguagem publicitária em mídia eletrônica: TV<ol style="list-style-type: none"><li>2.1. A linguagem televisiva.</li><li>2.2. Tipos de comerciais de TV.</li><li>2.3. A dinâmica do comercial.</li><li>2.4. Redação publicitária em TV: sinopse, roteiro e story-board.</li></ol></li><li>3. Linguagem publicitária em mídia eletrônica: rádio<ol style="list-style-type: none"><li>3.1. Características funcionais.</li><li>3.2. O som na publicidade.</li><li>3.3. Formas da mensagem publicitária radiofônica.</li><li>3.4. Técnicas de redação para rádio.</li></ol></li><li>4. Linguagem publicitária em mídia eletrônica: internet.<ol style="list-style-type: none"><li>4.1. Características funcionais.</li><li>4.2. Redação publicitária nas redes sociais.</li></ol></li><li>5. Criação e redação de campanhas publicitária integradas.</li></ol>
<p><b>Bibliografia</b> 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>