

PLANO DE ENSINO

PROGRAMA (Ficha Nº 2 – parte variável)

Disciplina: CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA I	Pré-requisito:
Código : OC261	Anual: ()
Natureza: Semestral (X)	

Carga horária: Aulas teóricas: 48h Aulas práticas: 12h	Total: 60 horas Créditos: 4 aulas
--	--------------------------------------

OBJETIVOS:

- Introduzir o aluno ao universo da criatividade em publicidade e propaganda;
- Apresentar as ciências, linguagens e artes que compõem a criação publicitária;
- Desenvolver técnicas de criação publicitária;
- Estudar a manipulação dos códigos visuais, sonoros, semânticos;
- Conhecer as técnicas de mobilização de informações para a criação estratégica;

PROGRAMA:

1. Apresentação da disciplina e introdução à criação publicitária
2. A criação publicitária como processo aglutinador de múltiplos conhecimentos: ciências, artes, discursos e linguagens.
3. Semiótica na criação publicitária
4. Conceitos de imagem, imaginação e imaginário: relações com a publicidade
5. A publicidade como narrativa do consumo
6. Análise do Discurso e criação publicitária
7. Linguagem, Texto e Intertexto na criação publicitária
8. Criação Publicitária: Gênero, Hibridismo e Intergêneros
9. Técnicas de pesquisa para a criação publicitária: música, cultura de massa, imprensa.
10. AVALIAÇÃO 1
11. Arte na criação publicitária: literatura
12. Arte na criação publicitária: pintura e movimentos artísticos
13. Arte na criação publicitária: música e cinema
14. Arte na criação publicitária: teatro, performance e intervenções
15. Oficina de Criação – Briefing e job 1
16. Oficina de Criação – Produção e apresentação do job 1
17. Oficina de Criação – Briefing e job 2
18. Oficina de Criação – Produção e apresentação do job 2

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS:

- Aulas expositivas;
- Leituras dirigidas e debates sobre textos relacionados à disciplina;
- Uso de quadro, datashow, vídeos e mostras de peças de publicitárias para análise crítica;
- Atividades de participação em sala de aula;
- Acompanhamento e orientação de trabalhos.

FORMAS DE AVALIAÇÃO:

- Prova escrita/teórica, individual – peso 6
- Job 1 – Exercício de criação e defesa, em grupo – peso 2
- Job 2 – Exercício de criação e defesa, em grupo – peso 2

BIBLIOGRAFIA MÍNIMA:**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

PREDEBON, José (org.). *Curso de Propaganda: do anúncio à comunicação integrada*. São Paulo: Atlas, 2004.

PREDEBON, José. *Criatividade Hoje: Como se pratica, aprende e ensina*. São Paulo: Atlas, 2003.

SANT'ANNA, Armando. *Propaganda: teoria, técnica e prática*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LUPETTI, Marcélia. *Planejamento de comunicação*. São Paulo: Futura, 2004.

BARRETO, Roberto Menna. *Criatividade em Propaganda (13.ª ed.)*. São Paulo: Summus, 2004.

Validade: de fevereiro a junho

Ano: 2017

Professor: Hertz Wendel de Camargo

Assinatura:

Chefe do Departamento:

Assinatura: