


Ficha 1 (permanente)

Disciplina: FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA					Código: OC109	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: OC003	Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () __% EaD				
CH Total: 60	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 04						
EMENTA (Unidade Didática)						
Mercado da fotografia publicitária. Técnicas de fotografia publicitária. Iluminação artificial e seu controle. Formatos de câmara e suas especificidades. Processo digital, produção e pós-produção. Relação fotógrafo e agência. Banco de imagens. Diferentes estilos e aplicações da fotografia publicitária.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>						
Assinatura: 						

**OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.*

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LANGFORD, Michael John. Tratado de Fotografia. São Paulo: Ômega Espanha, 1994.
LIMA, Ivan. A Fotografia é a sua linguagem. São Paulo: Espaço e Tempo, 1988.
MUSA e PEREIRA, João Luiz e Raul Garcez. Interpretação da luz – controle de tons na fotografia preto e branco. São Paulo: Olhar Impresso, 1994.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KOSSOY, Boris. Fotografia e história. São Paulo: Ática, 1998.
COSTA e RODRIGUES, Helouise e Renato. A fotografia moderna no Brasil. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.
VASQUEZ, Pedro. Fotografia: reflexo e reflexões. São Paulo: L&PM, 1986.