


**Ficha 1 (permanente)**

<b>Disciplina: PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA AUDIOVISUAL</b>							<b>Código: OC189</b>
Natureza: ( ) Obrigatória ( X ) Optativa		( X ) Semestral ( ) Anual ( ) Modular					
Pré-requisito: <b>FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL</b>		Co-requisito: <b>NÃO TEM</b>	Modalidade: ( X ) Presencial ( ) Totalmente EaD ( )..... % EaD*				
<b>CH Total: 60</b>	<b>CH semanal: 04</b>	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
<b>EMENTA (Unidade Didática)</b> Características da televisão, do cinema e da Internet como mídia publicitária. Gêneros audiovisuais em publicidade. Processo de produção em TV e cinema. Produção e edição de filmes publicitários.							
<b>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente:</b> <u>Mário Messagi Junior.</u>							
<b>Assinatura:</b>  							

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

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

APRILE, La publicidad audiovisual. Del blanco y negro a la Web. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos. Manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.

BERTOMEU, João Vicente Cegato. Criação para filmes publicitários. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ECO, Umberto. ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados. São Paulo: Perspectiva, 1993.

FIELD, Syd. Manual do roteiro. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

WATTS, Harris. Direção de câmera. Um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999.