**PROGRAMA DE ENSINO[[1]](#footnote-1)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Código**  | **Disciplina**  |
|  EGR7170 | Produção Publicitária |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **H/A**  | **Créditos** | **Créditos Teóricos** | **Créditos Práticos** |
| 72 | 04 | 01 | 03 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pré-requisito**  | **Equivalência** | **Ofertada ao(s) Curso(s)**  |
| Módulo Introdutório | --- | Design |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ementa** | Produção publicitária: criação, produção, pós-produção e finalização. Criatividade e viabilidade técnica da produção publicitária nas diversas mídias. Planejamento financeiro. Fornecedores, parceiros e prestadores de serviços. |
| **Objetivos da disciplina** | Capacitar o aluno para desenvolver peças publicitárias para diversas mídias, impressas e digitais, com criatividade, qualidade de acabamento, viabilidade técnica e financeira. |
| **Conteúdo Programático** | Processos de impressão e acabamento;Formatos e recomendações para mídia impressa;Formatos e recomendações para produção de mídia externa;Fechamento de arquivos;Elaboração de roteiros para audiovisual;Relacionamento com fornecedores.Decupagem de Roteiro e Storyboard;Visitas Técnicas. |
| **Bibliografia**  | AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Impressão e Acabamento. Porto Alegre: Bookman, 2009.CAMPOS, Flávio de. Roteiro de cinema e televisão: a arte e a técnica de imaginar, perceber e narrar uma estória. Rio de Janeiro, Zahar, 2011.COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro : o mais completo guia da arte e técnica de escrever para televisão e cinema - 5. ed. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 2000.VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A a Z: conceitos, critérios e fórmulas dos 60 principais termos de mídia. SãoPaulo: Pearson Prentice Hall, 2009.VILLAS-BOAS, André. Produção Gráfica para Designers. Rio de Janeiro: 2AB, 2010. |

1. Programa de ensino elaborado conforme recomendações da Resolução Nº 03/CEPE/84 [↑](#footnote-ref-1)