



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

| | |
|--------------------|-----------------------------------------------------|
| Ano | 2022 |
| Tp. Período | Anual |
| Curso | COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410) |
| Disciplina | 1072 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO GRÁFICA |
| Turma | PPM-B |

Carga Horária: 136

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Processo de criação e produção de peças publicitárias para os meios impressos.

I. Objetivos

Desenvolver no aluno a capacidade de compreensão da importância da linguagem gráfica nos processos de criação e de produção de peças publicitárias. Promover a leitura analítica de objetos comunicacionais, concernentes ao campo da Publicidade e Propaganda, em especial, voltados aos meios impressos. Utilizar a linguagem gráfica para criar peças impressas.

II. Programa

1. Comunicação visual gráfica: a linguagem do design gráfico e da produção gráfica
2. O designer gráfico e a prática profissional
3. O produtor gráfico e as divisões do trabalho
4. Equipamentos e materiais utilizados na produção gráfica
5. Pré-impressão, impressão e acabamento
6. Custos e orçamentos de produtos gráficos
7. Concepções gerais sobre a linguagem visual
8. Expressão visual como recurso compositivo: ilustração e fotografia
9. Tipografia: o tipo a partir da forma e do conteúdo
10. Alfabetismo visual/gramática visual
11. Elementos básicos e técnicas visuais compositivas
12. Produtos visuais gráficos: peças editoriais e de difusão (revistas, livros, cartazes, folders e outros); logotipia e manual de marca; peças de identidade visual (fachadas, embalagem, rotulagem, papelaria institucional, etc)
13. Identidade Visual e Branding: naming, mascote e aplicações
14. Design Ambiental: sinalização, ambientação
15. Visual Merchandising – materiais gráficos utilizados na exposição de produtos

III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas e dialogadas. Exercícios e atividades práticas voltados à aplicação de conteúdos trabalhados de forma conceitual. Trabalhos individuais e/ou em grupos. Estudos de caso e análises de materiais gráficos. Colóquios com profissionais da área de modo presencial ou por meio de lives.

IV. Formas de Avaliação

Trabalhos teóricos de pesquisa bibliográfica e trabalhos práticos, individuais e em grupo, apresentados na forma de seminários. As atividades avaliativas ocorrerão de modo contínuo e processual, a fim de que ao final do período letivo, o aluno tenha condições de obter nota suficiente para ser aprovado na disciplina. Além disso, será atribuído um conceito de participação nas aulas, a ser contabilizado em conjunto com as notas das atividades, ao final dos semestres. Serão realizadas no decorrer dos semestres processos avaliativos e atividades pedagógicas para possível recuperação de desempenho discente, por meio de mecanismos planejados para tal finalidade, com vistas a identificar e sanar possíveis problemas/defasagens de aprendizagem.

V. Bibliografia

Básica

- AUMONT, Jacques. A imagem. Campinas: Papyrus, 2000.
BLESSA, Regina. Merchandising no ponto-de-venda. São Paulo: Atlas 2006.
DONDIS, Donis. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 2015.
GOMES FILHO, João. Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.
JOLY, Martine. Introdução à análise da imagem. Campinas: Papyrus, 2010.
WONG, Wucius. Fundamentos del diseño. Barcelona: Editorial: Gustavo Gili, 1995.

Complementar

- AMBROSE, Gavin. Fundamentos do design criativo. Porto Alegre: Bookman, 2012.
BANN, David. Novo Manual de Produção gráfica. Porto Alegre: Bookman, 2010.
CAMEIRA, Sandra Ribeiro. Branding + design: a estratégia na criação de identidades de marca. São Paulo: Senac, 2016.
D'AGOSTINI, Douglas. Design de Sinalização. São Paulo: Editora Blucher, 2017.
DUPLAN, Pierre. A linguagem da tipografia. São Paulo: Rosari, 2013.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

| | | |
|--------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------|
| Ano | 2022 | |
| Tp. Período | Anual | |
| Curso | COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410) | |
| Disciplina | 1072 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO GRÁFICA | Carga Horária: 136 |
| Turma | PPM-B | |

PLANO DE ENSINO

EBSTER, Claus. Design de loja e merchandising visual: Criando um ambiente que convida a comprar. São Paulo: Saraiva, 2013.
GRUSZYNSKI, Ana Claudia. A imagem da palavra: retórica tipográfica na pós-modernidade. Rio de Janeiro: Novas Idéias, 2007.
HALLAWELL, Philip Charles. A mão livre: A linguagem visual. São Paulo: Senac, 2017.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 03/2022
Data: 10/06/2022