



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

**Ano** 2023

**Tp. Período** Anual

**Curso** COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)

**Disciplina** 2073 - FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA

**Carga Horária:** 136

**Turma** PPM-A

## PLANO DE ENSINO

### EMENTA

Investigação das técnicas de processamento fotográfico. Produção e análise da imagem na publicidade.

### I. Objetivos

1. Objetivo:

- Capacitar os estudantes a compreenderem os princípios e técnicas da fotografia publicitária, a fim de criar imagens impactantes e persuasivas para fins comerciais. Além disso, busca-se desenvolver o pensamento crítico e a criatividade dos alunos no contexto da publicidade.

### II. Programa

2. Programa:

a) Introdução à Fotografia Publicitária:

- Conceitos básicos de publicidade e sua relação com a fotografia.
- Análise de exemplos de fotografias publicitárias bem-sucedidas.

b) Equipamentos e Técnicas:

- Conhecimento e uso de câmeras, lentes e acessórios relevantes.
- Iluminação adequada para a fotografia publicitária.
- Composição e enquadramento para transmitir mensagens publicitárias.

c) Direção de Arte e Estilo:

- Planejamento de cenários e produção de imagens.
- Escolha de modelos, figurinos, maquiagem e adereços.
- Estudo de estilos fotográficos utilizados na publicidade.

d) Pós-produção:

- Edição de imagens: ajuste de cores, retoques e manipulações específicas para a fotografia publicitária.

- Utilização de software de edição e tratamento de imagens, como Adobe Photoshop ou Lightroom, para aprimorar a qualidade visual das fotografias publicitárias.

e) Ética e Legislação:

- Discussão sobre aspectos éticos e legais da fotografia publicitária, como direitos autorais, uso de imagens de terceiros e manipulações digitais excessivas.

### III. Metodologia de Ensino

3. Metodologia de Ensino:

- Aulas expositivas com apresentação de conceitos teóricos e exemplos práticos.
- Demonstração prática de técnicas fotográficas e uso de equipamentos.
- Atividades práticas individuais e em grupo, incluindo produção de fotos publicitárias e análise crítica de trabalhos de colegas.
- Discussões em sala de aula sobre tendências e desafios da fotografia publicitária.

### IV. Formas de Avaliação

4. Formas de Avaliação:

- Participação ativa em aulas e atividades práticas.
- Entrega de portfólio com fotografias publicitárias produzidas ao longo do curso.
- Avaliação da qualidade técnica, criativa e conceitual das fotografias.
- Avaliação do entendimento dos conceitos teóricos e da capacidade de aplicá-los em trabalhos práticos.
- Provas escritas para verificar o conhecimento teórico.

### V. Bibliografia

#### Básica

- "Fotografia Publicitária" - Mario Cohen
- "Advertising Photography" - Paul Hartnett
- "The Advertising Concept Book" - Pete Barry

#### Complementar

- "Photography: A Cultural History" - Mary Warner Marien
- "The Photographer's Eye: Composition and Design for Better Digital Photos" - Michael Freeman



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

<b>Ano</b>	2023	
<b>Tp. Período</b>	Anual	
<b>Curso</b>	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
<b>Disciplina</b>	2073 - FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA	<b>Carga Horária:</b> 136
<b>Turma</b>	PPM-A	

## PLANO DE ENSINO

- "The Art of Photography" - Bruce Barnbaum

---

### APROVAÇÃO

**Inspetoria:** DECS/G  
**Tp. Documento:** Ata Departamental  
**Documento:** 02/2023  
**Data:** 10/05/2023