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**
Turma	**PPM-A**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **136**

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

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**
Turma	**PPM-A**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **136**

PLANO DE ENSINO

- "The Photographer's Eye: Composition and Design for Better Digital Photos" - Michael Freeman
- "The Art of Photography" - Bruce Barnbaum

APROVAÇÃO

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