



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2024
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
Disciplina	1072 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO GRÁFICA
Turma	PPM-A
Local	GUARAPUAVA

Carga Horária: 136

PLANO DE ENSINO

EMENTA

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

I. Objetivos

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

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: elementos básicos e técnicas visuais compositivas
11. 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 e papelaria institucional)
12. Design Ambiental: sinalização, ambientação
13. Visual Merchandising – materiais gráficos utilizados na exposição de produtos em PDVs e estandes

III. Metodologia de Ensino

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

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 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

Bibliografia

- AUMONT, Jacques. A imagem. Campinas: Papyrus, 2009.
BLESSA, Regina. Merchandising no ponto-de-venda. São Paulo: Atlas 2015.
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.
- Básica



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2024	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	1072 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO GRÁFICA	Carga Horária: 136
Turma	PPM-A	
Local	GUARAPUAVA	

PLANO DE ENSINO

Complementar

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.

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. À mão livre: A linguagem visual. São Paulo: Senac, 2017.

HEALEY, Matthew. Design de Logotipos. São Paulo: Rosari, 2012.

HELLER, Eva. A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

MUNHOZ, Daniela Michelen. Manual de Identidade Visual: guia para construção de manuais. Rio de Janeiro: 2AB, 2013.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 06/2024

Data: 03/04/2024