



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

<b>Ano</b>	2022	
<b>Tp. Período</b>	Anual	
<b>Curso</b>	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
<b>Disciplina</b>	2078 - INFORMÁTICA APLICADA À PUBLICIDADE E PROPAGANDA	<b>Carga Horária:</b> 102
<b>Turma</b>	PPM-B	
<b>Local</b>	GUARAPUAVA	

## PLANO DE ENSINO

### EMENTA

Discussão e aplicação dos recursos e sistemas tecnológicos utilizados na publicidade e propaganda.

### I. Objetivos

Orientar e desenvolver no aluno o uso de recursos de software para publicidade e propaganda.

### II. Programa

Prática em Softwares de edição vetorial e de pixel.  
Edição e tratamento de imagens em Photoshop.  
Vetorização em Illustrator.  
Características e interações das ferramentas Adobe.

### III. Metodologia de Ensino

Atividades orientadas;  
Pesquisas, exercícios e trabalhos práticos;

### IV. Formas de Avaliação

Participação em aula, especialmente nas práticas simuladas;  
Realização de atividades de natureza prática;  
Serão realizadas, ainda, no decorrer dos semestres e processos avaliativos, 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

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Fundamentos do Design Criativo. 2ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2010.  
COLLARO, Antonio Celso. Projeto Gráfico: teoria e prática da diagramação. 4. Ed. Ver e amp. São Paulo: Summus, 2000.  
MURANI, Bruno. Design e comunicação visual. Lisboa: Edições 70, 2002.

#### Complementar

WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual. 2ª edição revista da e ampliada. São Paulo: Callis. 1995

### APROVAÇÃO

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