



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2011
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
Disciplina	1072 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO GRÁFICA
Turma	PPM-B
Local	GUARAPUAVA

Carga Horária: 136

PLANO DE ENSINO

EMENTA

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

I. Objetivos

- 1.1 Desenvolver no aluno a capacidade de compreensão da importância da linguagem gráfica nos processos de criação e de produção de peças publicitárias.
- 1.2 Repassar ao aluno noções da linguagem gráfica;
- 1.3 Habilitar o aluno a analisar, criar e produzir peças gráficas para mídia impressa;

II. Programa

- 2.1 Processos de criação e planejamento gráfico - definições e conceitos
 - 2.1.1 O designer gráfico e os campos de trabalho
 - 2.1.2 O produtor gráfico e as divisões do trabalho
 - 2.1.3 A Linguagem do design gráfico e da produção gráfica
- 2.2 Fluxograma de uma peça gráfica e suas etapas de produção
 - 2.2.1 Briefing, rough, layout, arte final e produção
- 2.3 Princípios do design
 - 2.3.1 Proximidade, Alinhamento, Repetição e Contraste
- 2.4 Desenvolvimento de uma peça impressa
 - 2.4.1 Ilustração, fotografia e texto
 - 2.4.2 Projetos all type e no type
 - 2.4.3 Modelo de apresentação de peças impressas
- 2.5 Tipologia/Tipografia
 - 2.5.1 Famílias de tipo
 - 2.5.2 Adequação dos tipos às mensagens
 - 2.5.3 Espaçamento, entrelinhamento e alinhamento do texto
- 2.6 Cores
 - 2.6.1 Classificação e aplicação.
- 2.7 Campanha de Propaganda Impressa
 - 2.7.1 Nomes, Logomarcas, Logotipos e símbolos
 - 2.7.2 Cartazes e anúncios
 - 2.7.3 Grandes Formatos
 - 2.7.4 Embalagem
 - 2.7.5 Ponto-de-Venda
 - 2.7.6 Papelaria
 - 2.7.7 Marketing Direto
- 2.8 Design Editorial - revistas e livros
 - 2.8.1 Acabamento editorial - corte e dobra
- 2.9 O fluxo produtivo
 - 2.9.1 Pré-impressão, impressão e acabamento
 - 2.9.2 Tintas e suportes gráficos
 - 2.9.3 Custos na produção gráfica, especificações técnicas para orçamentos (mencionado aula 3)

III. Metodologia de Ensino

- 3.1 Aulas expositivas e dialogadas
- 3.2 Atividades orientadas em sala de aula
- 3.3 Exercícios e leituras programadas
- 3.4 Organização de seminários e mobilização prática em classe e extra-classe
- 3.5 Palestras; visitas técnicas; debates

IV. Formas de Avaliação

Provas teóricas escritas ou orais, provas práticas, trabalhos de pesquisa bibliográfica, apresentação de trabalhos e seminários, participação em sala de aula.

V. Bibliografia

Básica



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2011	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	1072 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO GRÁFICA	Carga Horária: 136
Turma	PPM-B	
Local	GUARAPUAVA	

PLANO DE ENSINO

BERTOMEU, João Vicente Cegato. Criação na propaganda impressa. São Paulo: Futura, 2002
CARVALHO, Nelly. Publicidade: a linguagem da sedução. São Paulo: Editora Ática, 2001
CESAR, Newton. Direção de arte em propaganda. São Paulo: Futura, 2002
FERNANDES, Amaury. Fundamentos de produção gráfica para quem não é produtor gráfico. Rio de Janeiro: Rubio, 2003

Complementar

DONDIS, A. Donis. A sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 2000
FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação. São Paulo: Edgar Blucher, 1986
MONT’ALVÃO, Cláudia. Design de advertência para embalagens. Rio de Janeiro: 2AB, 2002
NIEMEYER, Lucy. Tipografia: uma apresentação. Rio de Janeiro: 2AB, 2006
PEREZ, Clotilde., BAIRON, Sergio. Comunicação & Marketing. São Paulo: Futura, 2002
VÁRIOS AUTORES. O valor do design: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004
WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual. São Paulo: Callins, 1995

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 001/2011
Data: 08/02/2011