



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	2085 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO SONORA
Turma	PPM

Carga Horária: 136

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Processo de criação e produção de peças publicitárias para os meios audiovisuais

I. Objetivos

- 1.1 Introduzir o aluno aos conceitos e às técnicas da linguagem sonora;
- 1.2 Desenvolver olhar crítico sobre elementos técnicos, estéticos e expressivos da linguagem sonora;
- 1.3 Capacitar, em nível experimental, o aluno a analisar, criar e produzir peças publicitárias audiovisuais;
- 1.4 Habilitar o aluno às etapas de pré-produção, produção e pós-produção de peças publicitárias.

II. Programa

- 1.1 Introduzir o aluno aos conceitos e às técnicas da linguagem sonora;
- 1.2 Desenvolver olhar crítico sobre elementos técnicos, estéticos e expressivos da linguagem sonora;
- 1.3 Capacitar, em nível experimental, o aluno a analisar, criar e produzir peças publicitárias audiovisuais;
- 1.4 Habilitar o aluno às etapas de pré-produção, produção e pós-produção de peças publicitárias.

III. Metodologia de Ensino

- 3.1 Aula expositiva dos conteúdos teóricos e técnicos;
- 3.2 Lives e conversas técnicas com convidados;
- 3.3 Atividades orientadas;
- 3.4 Pesquisas, exercícios e trabalhos práticos;
- 3.5 Apresentação de produções sonoras.

IV. Formas de Avaliação

- 4.1 participação em aula, especialmente nas práticas simuladas;
- 4.2 realização de atividades de análise;
- 4.3 produção prática e apresentação dos trabalhos práticos realizados individualmente e/ou em equipes.

V. Bibliografia

Básica

- RABAIOLLI, F. Produção publicitária em rádio e TV. São Paulo: Atlas, 2014.
GARCIA, F. A linguagem radiofônica. São Paulo: Paulinas, 2013.
SILVA, A. Publicidade sonora: a eficácia do rádio. São Paulo: Summus Editorial, 2012.
FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzato, 2001.

Complementar

- MARTINS, Jorge S. Redação publicitária: teoria e prática. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1997.
PRADO, Emílio. Estrutura da Informação Radiofônica. São Paulo: Summus, 1989.
SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. 7º ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

APROVAÇÃO

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