



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2026		
Tp. Período	Anual		
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)		
Disciplina	1109097 - TECNOLOGIA E COMPUTAÇÃO GRÁFICA NA PUBLICIDADE E PROPAGANDA	Carga Horária:	102
Turma	PPM-B		
Local	SANTA CRUZ		

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Prática em vetorização, raster, pixel a estático e móvel aplicado à Publicidade e Propaganda. Análise, aplicação e aplicabilidade de novas tecnologias na mensagem publicitária.

I. Objetivos

Desenvolver competências técnicas, estéticas e analíticas no uso de ferramentas de computação gráfica aplicadas à Publicidade e Propaganda, capacitando o estudante a compreender os fundamentos da imagem digital (raster e vetorial), operar softwares de edição e tratamento de imagens, aplicar princípios de design visual na criação de peças publicitárias para diferentes plataformas, experimentar ferramentas de Inteligência Artificial no processo criativo e analisar a performance visual das mensagens publicitárias por meio de métricas de atenção, como o eye tracking.

II. Programa

- Fundamentos da Imagem Digital
 - 1.1 Raster x Vetor
 - 1.2 Resolução, pixel, DPI, RGB e CMYK
 - 1.3 Formatos de arquivo e suas aplicações
- Edição e Tratamento de Imagens
 - 2.1 Adobe Photoshop: ajustes, máscaras, composição, manipulação
 - 2.2 Tratamento para mídia impressa e digital
 - 2.3 Mockups e aplicação em peças publicitárias
- Design Vetorial
 - 3.1 Adobe Illustrator: vetorização, tipografia, grids
 - 3.2 Criação de identidade visual básica
 - 3.3 Desenvolvimento de peças publicitárias vetoriais
- IA na Publicidade
 - 4.1 Ferramentas de IA generativa para imagem
 - 4.2 Ética e direitos autorais na criação com IA
 - 4.3 IA como suporte ao processo criativo
- Eye Tracking e Performance Visual
 - 5.1 Fundamentos do rastreamento ocular
 - 5.2 Heatmaps e mapas de atenção
 - 5.3 Aplicação na otimização de layouts publicitários

III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas dialogadas, oficinas práticas em laboratório; aprendizagem baseada em projetos (ABP), estudos de caso; análise crítica de peças publicitárias; desenvolvimento de projeto final.

IV. Formas de Avaliação

Exercícios práticos em laboratório, projeto intermediário (peça publicitária), seminário sobre IA e/ou Eye Tracking, projeto final e participação e atividades orientadas. Não serão aceitos trabalhos que extrapolem a data de entrega. Atendendo ao disposto no Artigo 40 da Resolução nº 1 COU/Unicentro, de março de 2022, a recuperação de rendimento – para todos os alunos – visando sanar possíveis problemas de aprendizagem será ofertada ao longo do processo avaliativo por meio de atividades práticas, provas escritas ou seminários.

V. Bibliografia

Básica

DEL VECCHIO, Gustavo. Design gráfico com Adobe Illustrator. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. 636 p.
KELBY, Scott. Photoshop para fotografia digital: guia sem mistério. Rio de Janeiro: Ciência Moderna Ltda, 2005. 343p.
FOTOGRAFIA digital: sem segredos. São Paulo: Europa, 2014. 210 p.

Complementar

GABRIEL, Martha. Inteligência Artificial: Do Zero ao Metaverso. Atlas: São Paulo, 2022.
HOLMQVIST, Kenneth; et al. Eye Tracking: A Comprehensive Guide to Methods and Measures. Reprint ed. Oxford: 2021
WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual. 2ª edição revista da e ampliada. São Paulo: Callis. 1995



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2026
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
Disciplina	1109097 - TECNOLOGIA E COMPUTAÇÃO GRÁFICA NA PUBLICIDADE E PROPAGANDA
Turma	PPM-B
Local	SANTA CRUZ
Carga Horária: 102	

PLANO DE ENSINO

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 004/2026
Data: 26/02/2026