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	**2085 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO SONORA**
Turma	**PPM-A**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **136**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

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

I. Objetivos

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

II. Programa

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

III. Metodologia de Ensino

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

IV. Formas de Avaliação

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

V. Bibliografia

Básica

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

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. 7° ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G

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	**2085 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO SONORA**
Turma	**PPM-A**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **136**

PLANO DE ENSINO

Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 06/2024
Data: 03/04/2024