UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	**2022**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)**
Disciplina	**2086 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO AUDIOVISUAL**
Turma	**PPM-B**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **136**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

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

I. Objetivos

1.1Introduzir o aluno aos conceitos e às técnicas da linguagem audiovisual;
1.2Desenvolver olhar crítico sobre elementos técnicos, estéticos e expressivos da linguagem audiovisual;
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

2.1Publicidade e Narrativa audiovisual;
2.2Cinema, televisão e mídias digitais: contextos históricos, técnica e linguagem audiovisual;
2.3Narratíva, criatividade e linguagem publicitária aplicada ao audiovisual;
2.4Elementos da linguagem da imagem;
2.5Formatos, suportes e equipamentos digitais;
2.6Iluminação básica interna e externa para TV e cinema;
2.7Microfones e captação;
2.8Planejamento e Roteiro: tipos de roteiro, estrutura de roteiro, construção de personagens; cenário e figurino;
2.9Estrutura e funções de uma equipe de produção;
2.10Edição: montagem de imagens, sincronismo;
2.11Processo de Criação: Pré-Produção, Produção e Pós-Produção;

III. Metodologia de Ensino

3.1Atividades orientadas;
3.2Pesquisas, exercícios e trabalhos práticos;

IV. 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.
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

ARMES, R. On vídeo – o significado do vídeo nos meios de comunicação. SP: Summus, 1999.
BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.
COMPARATO, D. Roteiro: arte e técnica de escrever para cinema e televisão. 3ed. RJ: Nórdica, 1983. FIELD, S. "Manual do Roteiro: Os fundamentos do texto cinematográfico". Ed. Objetiva.

Complementar

FILHO, D. O circo eletrônico – Fazendo TV no Brasil. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor, 2001.
MORAN, J.M. “A Credibilidade dos Comerciais de TV”. Revista de Comunicação e Artes. São Paulo. ECA/USP, 1984.
REY, M. “O Roteirista Profissional”. Ed. Ática, 1995.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	**2022**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)**
Disciplina	**2086 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO AUDIOVISUAL**
Turma	**PPM-B**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **136**

PLANO DE ENSINO

Documento: 03/2022

Data: 10/06/2022