



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO
DE COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO	CURSO
CAHL	BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO
GCAH 791	Fundamentos da Expressão e Comunicação Artística

ANO	SEMESTRE	MÓDULO DE DISCENTES
2021/202	2021.1	até 40 discentes

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	X	OBRIGATÓRIA		OPTATIVA
----------------	---	--------------------	--	-----------------

CARGA HORÁRIA

T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL	
34	51	XX	85	SÍNCRONAS	ASSÍNCRONAS
				35 horas de aulas dialogadas (Google Meet) e chat (grupo da turma)	50 horas

**Teórica (T) / Prática (P) / Estágio (EST.)

EMENTA

Contribuições das artes para as narrativas visuais em comunicação. Enlaces entre a expressão e comunicação artística e importância da imagem para o jornalismo impresso e digital. A fotografia, a charge e infografia enquanto expressões artísticas e seus respectivos papéis na comunicação.

OBJETIVOS

- Propiciar reflexões acerca dos imbricamentos entre linguagens artísticas e suas expressões e a comunicação, considerando aspectos históricos, teóricos e práticos;
- Facultar mais abrangente compreensão de contribuições das artes para as narrativas visuais em comunicação;
- Promover a ampla percepção acerca da importância da fotografia, da charge, caricatura, ilustração e infografia enquanto expressões que englobam arte e comunicação e seus possíveis usos no jornalismo.
- Motivar os discentes a elaborar produtos aplicando os aspectos teóricos estudados a partir da realização de trabalhos individuais e em duplas ou equipes, apresentado e debatendo os resultados.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Bloco I - (valor: 6 pontos)

1. Apresentação. Programa com ênfase na ementa e avaliação. O que é mapa mental. Atividades: leitura de texto e produção de mapa mental (individual).
2. Noções básicas sobre arte e comunicação. O que é pictograma. Atividades: leitura de texto e elaboração de pictograma (individual).
3. Elementos básicos da comunicação visual. O que é card. Atividades: leitura de texto, elaboração e postagem de card (individual).
4. Formas de expressão artística. Atividades: pesquisa sobre música, movimentos musicais e artistas que marcaram época. Elaboração de folder sobre um dos temas pesquisados. Postagem acompanhada de texto curto ou curiosidade sobre o tema (individual).
5. História Geral da Arte e sua importância. A arte ocidental através dos séculos. Movimentos que marcaram época. Atividades: pesquisa: artistas e obras emblemáticas – I Postagem acompanhada de texto curto ou curiosidade sobre o tema (individual).
6. História Geral da Arte e sua importância. A arte ocidental através dos séculos. Movimentos que marcaram época. Atividades: pesquisa: artistas e obras emblemáticas – II Postagem acompanhada de texto curto ou curiosidade sobre o tema (individual).
7. O cinema e sua importância. Gêneros. Atividades: pesquisa: filmes que marcaram época. Postagem acompanhada de texto curto ou curiosidade sobre o tema (individual).

Bloco II (valor: 2 pontos)

8. Seminário: gravura. Seminário: Grafite. Atividade: elaboração de folder sobre o assunto (equipe).
9. Seminário: charge, caricatura, cartoon. Seminário: memes. Atividade: elaboração de folder sobre o assunto (equipe).
10. Seminário: História em quadrinhos. Seminário: História em quadrinhos no Brasil Atividade: elaboração de folder sobre o assunto (equipe).

Bloco III (valor: 2 pontos)

11. O infográfico. Atividades: definição de tema. Início de pesquisa (dupla).
12. A fotografia: ângulos de tomada e regras básicas de composição. Atividades: leitura, elaboração de gif a partir de fotografias realizadas com celular, postagem dos gifs e comentários (individual).
13. O que é o virtual. Atividades: orientações - produção de infográfico. Questionário para autoavaliação.
14. Apresentação de trabalhos realizados ao longo do período, avaliação do semestre.

METODOLOGIA

- Uso de Turma do Sigaa para registro dos assuntos, envio de Power Points, links de vídeos, textos e notícias.
- Uso de plataforma digital para aulas dialogadas (Google Meet).
- Uso de chat para discussões e complementar os conteúdos, postagens de trabalhos e resultados de pesquisas.
- Leitura de textos, realização de pesquisas e de produtos experimentais.
- Aplicação de questionário para autoavaliação.
- Análise dos trabalhos realizados e diálogos sobre os resultados alcançados.

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

Proposta para avaliação processual:

- Aula 1 (Atividade assíncrona). mapa mental (Individual. Valor: 1 ponto).
- Aula 2 (Atividade assíncrona) elaboração de pictograma (Individual. Valor: 1 ponto)
- Aula 3 (Atividade assíncrona). Produção de card (Individual. Valor: 1 ponto).
- Aula 4 (Atividade assíncrona). Elaboração de folder (Individual. Valor: 1 ponto).
- Aulas 5 e 6 (Atividade assíncrona). Pesquisa e postagem de síntese (Individual. Valor: 1 ponto).
- Aula 7 (Atividade assíncrona). Pesquisa e postagem de síntese (Individual. Valor: 1 ponto).
- Aulas 8, 9 e 10 (Atividade assíncrona). Elaboração de seminário. Produção de folder (Equipe. Valor: 2 pontos).
- Aula 11 (Atividade assíncrona). Produção de infográfico (Dupla. Valor: 1 ponto).
- Aula 14 (Atividade assíncrona). Questionário para autoavaliação (Valor: 1 ponto).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

JANSON, H. W. **História Geral da Arte**. 2ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001. 3 v.

LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da cultura de massa**. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005

ORTIZ, Renato. **Cultura e modernidade**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR DO COMPONENTE CURRICULAR

DONDIS, A. Donis. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes: 2003.

GOMBRICH, E. H. **A história da arte**. 16. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

LEVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 2005.

MOYA, Álvaro (Org.). **Shazam!** São Paulo: Perspectiva, 1977.

PEDROSA, Israel. **Da cor à cor inexistente**. Rio de Janeiro: SENAC, 2009.

RAMALHO, José Antonio; PALACIN, Vitché. **Escola de fotografia**. São Paulo: Futura, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. O homem e as máquinas. In: DOMINGUES, Diana (Org.). **A arte no século XXI A humanização das tecnologias**. São Paulo: UNESP, 1997.

TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e jornalismo**. Salvador: Edufba, 2010.

17 objetivos do desenvolvimento sustentável. **Plataforma Agenda 2030**. Disponível em:

<http://www.agenda2030.org.br/ods/17/>

Design com pictogramas na comunicação visual requer alguns cuidados. **Bump Comunicação Visual**. Disponível em:

<http://www.bump.com.br/blog/?p=402#:~:text=O%20design%20com%20pictogramas%20na,por%20meio%20de%20desenhos%20figurativos.>

Gosta de música? **Obablog**. Disponível em: <https://blog.obabox.com.br/generos-estilos-e-ritmos-musicais/>

O QUE é gif? Definição e principais características deste formato de imagem. Disponível em:

<https://www.futuraexpress.com.br/blog/o-que-e-gif/>

DATAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
Aula 1 1/11 Em virtude do feriado do dia 2, a aula será dia 1, visando não atrasar o cronograma.	Apresentação da docente, dos discentes. Apresentação do programa do componente curricular com ênfase na ementa e na proposta de avaliação processual, comentando sua importância para a formação dos estudantes. O que é mapa mental. Orientações para atividades.	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. Chat - Comentários da turma sobre mapas mentais realizados (a serem mediados pela docente) . Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • Leitura de texto – SANTAELLA, Lúcia. O homem e as máquinas. • Elaboração de mapa mental (Sugestão: Canva ou similar gratuito). <u>Atividade avaliativa – valor: 1 ponto.</u> • Postar no chat e comentar. 	Síncronas: 2h Google Meet + 30min chat. Assíncronas: 3h30min.
Aula 2 9/11	Noções básicas sobre arte e comunicação. O que é pictograma. Orientações para atividades.	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. Chat – Postagens dos pictogramas realizados (a serem mediados pela docente). Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • Revisão do assunto pelo Power Point enviado (Sigaa). • Leitura dos textos: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: http://www.agenda2030.org.br/sobre/ e 17 objetivos do desenvolvimento sustentável. Plataforma Agenda 2030. Disponível em: http://www.agenda2030.org.br/ods/17/ • Produção de pictograma. <u>Atividade avaliativa – valor: 1 ponto.</u> Postagem do pictograma no chat. Comentários.	Síncronas: 2h Google Meet + 30min chat. Assíncronas: 3h30min.
Aula 3 16/11	Elementos básicos da comunicação visual. O que é card. Orientações para atividades.	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point.	Síncronas: 2h Google Meet + 30min chat. Assíncronas: 3h30min.

		<p>Chat – Postagens dos cards realizados (comentários a serem mediados pela docente)</p> <p>Assíncronas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisão do assunto pelo Power Point enviado (Sigaa). • Leitura de texto sobre os elementos básicos da comunicação visual. • Elaboração de card com frase. <u>Atividade avaliativa – valor: 1 ponto.</u> • Postagem do card no chat. Comentários. 	
Aula 4 23/11	Formas de expressão artística. Orientações para atividades.	<p>Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point.</p> <p>Chat – Postagens dos folders (comentários a serem mediados pela docente)</p> <p>Assíncronas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisão do assunto pelo Power Point enviado (Sigaa). • Pesquisa sobre música, movimentos musicais e artistas que marcaram época. • Elaboração de folder sobre um dos temas pesquisados. <u>Atividade avaliativa – valor: 1 ponto.</u> 	<p>Síncronas: 2h Google Meet + 30min chat.</p> <p>Assíncronas: 3h30min.</p>
Aula 5 30/11	História Geral da Arte e sua importância. A arte ocidental através dos séculos. Movimentos que marcaram época (I). Orientações para atividades.	<p>Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point.</p> <p>Chat – Postagens dos textos (comentários a serem mediados pela docente)</p> <p>Assíncronas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisão do assunto pelo Power Point enviado (Sigaa). • Pesquisa: artistas e obras emblemáticas. • Elaboração de síntese contendo curiosidade sobre o tema e imagem de destaque 	<p>Síncronas: 2h Google Meet + 30min chat.</p> <p>Assíncronas: 3h30min.</p>

		relacionada à pesquisa (individual).	
Aula 6 7/12	História Geral da Arte e sua importância. A arte ocidental através dos séculos. Movimentos que marcaram época (II). Orientações para atividades. (organização das equipes por temas).	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. Chat – Postagens dos textos (comentários a serem mediados pela docente) Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • Revisão do assunto pelo Power Point enviado (Sigaa). • Pesquisa: artistas e obras emblemáticas. • Elaboração de síntese contendo curiosidade sobre o tema e imagem de destaque relacionada à pesquisa (individual). <u>Atividade avaliativa – valor: 1 ponto.</u>	Síncronas: 2h Google Meet + 30min chat. Assíncronas: 3h30min.
Aula 7 14/12	O cinema e sua importância. Gêneros. Orientações para atividades.	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. Chat – Postagens (comentários a serem mediados pela docente) Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • Revisão do assunto pelo Power Point enviado (Sigaa). • Pesquisa e postagem de síntese, cartaz, links para filmes e documentários, resenhas, entrevistas etc. (individual). <u>Atividade avaliativa – valor: 1 ponto.</u>	Síncronas: 2h Google Meet + 30min chat. Assíncronas: 3h30min.
Aula 8 1/2	O que é o virtual.	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. Chat – Postagens (comentários a serem mediados pela docente) Assíncronas:	Síncronas: 2h Google Meet + 30min chat. Assíncronas: 3h30min.

		<ul style="list-style-type: none"> • Revisão do assunto pelo Power Point enviado (Sigaa). • Assistir ao vídeo: Fronteiras do Pensamento – Pierre Levy. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=pwG5pG9Hp_Y&ab_channel=braskemsa 	
Aula 9 8/2	Seminário: gravura. Seminário: Grafite. Orientações para atividades.	<p>Assíncronas: Atividades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparação para os seminários. • Elaboração de Power Point e folder. <p>Síncronas: Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de dois seminários. <u>Atividade avaliativa – valor: 2 pontos.</u> Chat – Envio dos folders discussões sobre os assuntos (comentários a serem mediados pela docente).</p>	2h síncronas. 4h assíncronas.
Aula 10 15/2	Seminário: charge, caricatura, cartoon. Seminário: memes. Orientações para atividades.	<p>Assíncronas: Atividades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparação para os seminários. • Elaboração de Power Point e folder. <p>Síncronas: Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de dois seminários. <u>Atividade avaliativa – valor: 2 pontos.</u> Chat – Envio dos folders discussões sobre os assuntos (comentários a serem mediados pela docente).</p>	2h síncronas. 4h assíncronas.
Aula 11 22/2	Seminário: História em Quadrinhos. Seminário: História em Quadrinhos no Brasil. Orientações para atividades.	<p>Assíncronas: Atividades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparação para os seminários. • Elaboração de Power Point e folder. 	2h síncronas. 4h assíncronas.

		<p>Síncronas: Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de dois seminários. <u>Atividade avaliativa – valor: 2 pontos.</u> Chat – Envio dos folders discussões sobre os assuntos (comentários a serem mediados pela docente).</p>	
<p>Aula 12 7/3 Visando cumprir o calendário, excepcionalmente haverá esta aula segunda-feira, no horário das demais.</p>	<p>O infográfico. Orientações para atividades.</p>	<p>Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. Chat – Postagens (comentários a serem mediados pela docente) Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • Revisão do assunto pelo Power Point enviado e bibliografia indicada (Sigaa). • Pesquisa e referências visuais. Formação de duplas e definição de tema para produção de infográfico. Início de pesquisa sobre tema (Chat). <u>Atividade avaliativa – valor: 2 pontos.</u></p>	<p>Síncronas: 2h meet + 30min chat. 3h30min assíncronas.</p>
<p>Aula 13 8/3</p>	<p>A fotografia: ângulos de tomada e regras básicas de composição.</p>	<p>Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. Chat – Postagens (comentários a serem mediados pela docente) Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • Revisão do assunto pelo Power Point enviado (Sigaa). • Leitura de entrevista. • Produção de gifs a partir de fotografias e/ou vídeos realizados com celular. • Postagens e comentários no chat. </p>	<p>Síncronas: 2h meet + 30min chat. 3h30min assíncronas.</p>

Aula 14 15/3	Apresentação dos trabalhos realizados. Avaliação do semestre.	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação dos trabalhos finais para comentários das equipes e mediação da docente. Chat – Postagens (comentários a serem mediados pela docente) Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • Autoavaliação. <u>Atividade avaliativa – valor: 1 ponto.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Conferência das notas. 	Síncronas: 3h meet + 1h chat. 3h assíncronas.
-------------------------------	--	--	--

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO

SIM () NÃO (x)

Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

- Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTE RESPONSÁVEL NO SEMESTRE 2021.1

Nome: Juciara Maria Nogueira Barbosa

Assinatura:



Titulação: Doutorado. Em exercício na UFRB desde: 14/9/2011

Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso	14/9/2021
 Coordenadora	
Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro	____/____/____
----- Presidente do Conselho Diretor do CAHL	



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO DE
COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO	CURSO
CAHL	BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO
GCAH789	Introdução a Teoria Social

ANO	SEMESTRE	MÓDULO DE DISCENTES
2021	1	30

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	X	OBRIGATÓRIA		OPTATIVA
----------------	---	--------------------	--	-----------------

CARGA HORÁRIA					
T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL	
				SÍNCRONAS	ASSÍNCRONAS
85			85	34	51

**Teórica (T) / Prática (P) / Estágio (EST.)

EMENTA
As diversas correntes teóricas e interpretativas para análise da sociedade, por meio de construções teórico conceituais interdisciplinares, incluindo sociologia, antropologia, ciência política e os pressupostos filosóficos.

OBJETIVOS
O objetivo principal da disciplina é introduzir as alunas as teorias desenvolvidas nas ciências sociais, com foco nas teorias sociológicas. Concentradas nos fenômenos das massas, do comportamento do indivíduo, e suas respostas à participação na sociedade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
A disciplina se divide em duas partes. Na primeira parte, tem início com a forma racional do indivíduo pensar, em seguida na interação dos indivíduos através da comunicação e na sua interação com a cultura, por fim são discutidos os papéis sociais de encaixe dos indivíduos e os tipos de estratificações sociais. Na segunda parte tem início a discussão da sociedade de massas, a crítica de Freud ao entendimento das massas, e por fim são estudados em sequência o surgimento da opinião pública, a indústria cultural e a sociedade midiática.

METODOLOGIA
A disciplina tem aulas expositivas baseadas em livros consagrados da literatura. As alunas serão incentivadas a ler os textos semanalmente para a discussão em sala. Como atividade assíncrona as alunas serão disponibilizados filmes e entrevistas que passam a discussão em classe, e auxiliam no aprendizado.

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM
A avaliação do curso está dividida em duas provas com 30% da nota cada uma, resultando em 60% da nota a soma das duas provas. A primeira prova será ministrada no meio da disciplina e a segunda ao final.

A avaliação assíncrona será embasada em trabalhos de acompanhamento dos filmes e entrevistas disponibilizados. Serão 04 tarefas de reflexão que tem como objetivo relacionar o filme assistido com o livro teórico apresentado em sala. Cada trabalho corresponde a 10% da nota, totalizando 40% da nota final. A nota final e a soma das provas 60% com as resenhas 40%, Totalizando 100% da nota

BIBLIOGRAFIA

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. A construção social da realidade. 20.ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
BORDIEU, P. O poder simbólico. 2.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998. FOUCAULT, M. Microfísica do Poder. Rio de Janeiro: Graal, 1979. Bibliografia Complementar:
ANDERSON, P. As origens da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
CASTELLS, M. O poder da identidade. 3.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
CORCUFF, P. As Novas Sociologias: construções da realidade social. Bauru: EDUSC, 2001.
DURKHEIM, E. As Regras do Método Sociológico. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
GIDDENS, A.; TURNER, J. Teoria social hoje. São Paulo: Editora Unesp, 1999.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DATAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
03/11	introdução	aula expositiva sobre os objetivos, bibliografia, metodologia, e avaliação da disciplina.	Documentário: Arquitetura da destruição
10/11	O processo de decisão individual	Kahneman Daniel O Rápido e o Devagar	Filme: Memento Entrevista com Daniel Kaneman
17/11	A Esfera Pública	Habermas Junger Mudança Estrutural da Esfera Pública	Filme : Todos os Homens do Presidente Entrevista com Habermas
24/11	Cultura	Gertz Clifford A Interpretação da Cultura	Filme: Fitzcarraldo Entrevista com Gertz
01/12	Os Papéis Sociais	Gofman, Eric A representatividade do Eu na vida cotidiana	Filme: Laranja Mecânica
08/12	Estratificação	artigos scielo	Filme: A Cor da Fúria
15/12	PROVA		
02/02	Sociedade de Massa	Le Bon, Gustave A psicologia das massas	Filme: A Onda
09/02	O Indivíduo e a Massa	Freud, Freud A psicologia das Massas e a Análise do Eu	Documentário: A Invenção da Psicanálise

16/02	A Opinião Pública	Lippmann, Walter Opinião Pública	Filme: Cidadão Kane
23/02	A Indústria Cultural	Adorno Theodor Dialética do Esclarecimento	Documentario: The naked Brand
02/03	A mídia	Thompson John A Mídia e a Modernidade	Documentário: Art and Copy
09/03	PROVA		
16/03	CONCLUSÃO	Aula conclusiva, com a revisão dos livros, e apontamentos para o desenvolvimento posterior das alunas	

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO

SIM () NÃO (X)

Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

- Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTE RESPONSÁVEL NO SEMESTRE 2021.1

Nome: Nelson Eugênio Pinheiro Montenegro

Assinatura:



Titulação: doutor

Em exercício na UFRB desde: 27/08/2009

Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso

14/09/2021

Juciana Nogueira

Coordenadora

Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro

____/____/____

Presidente do Conselho Diretor do CAHL



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO
DE COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO	CURSO
Centro de Artes, Humanidades e Letras	BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO
GCAH 790	Fundamentos e Técnicas da Comunicação

ANO	SEMESTRE	MÓDULO DE DISCENTES
2021	2021.1	30

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	<input checked="" type="checkbox"/>	OBRIGATÓRIA	<input type="checkbox"/>	OPTATIVA
----------------	-------------------------------------	--------------------	--------------------------	-----------------

CARGA HORÁRIA				
T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL
85h			85h	SÍNCRONAS
				1h, quinta-feira, de 10h às 11h
				Total: 17h
				ASSÍNCRONAS
				68h

**Teórica (T) / Prática (P) / Estágio (EST.)

EMENTA

Os fundamentos da comunicação humana. Comunicação e sociedade. As condições de produção, circulação e o consumo de mensagens através dos variados veículos de comunicação social. As políticas que determinam e condicionam o processo de informação. As diversas formas de controle da informação. O conhecimento e suas possibilidades. A pesquisa científica e a teoria do conhecimento. O ato de estudar: leitura, análise e interpretação de textos. A redação científica: fichamentos, resenhas, revisão bibliográfica e relatórios de pesquisa. Apresentação técnica do trabalho científico e as normas da ABNT.

OBJETIVOS

Conhecer e compreender a função de cada elemento da comunicação, a importância e as diferenças das linguagens empregadas nas diferentes mídias, seja impressa ou eletrônica; estimular o desenvolvimento do senso analítico e crítico e do raciocínio criativo a partir de análises de mensagens em produções textuais em diversos canais e meios.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

O processo de comunicação humano: Elementos da comunicação.
O emissor e a comunicação verbal x comunicação não verbal
O receptor, o processo de recepção, o interpretante e seus referentes.
A linguagem como meio de expressão e interação social.

O meio e a mensagem, da tradição oral à escrita: O texto falado e o texto escrito.
O tratamento da informação nos textos acadêmicos, literários, jornalísticos e publicitários.
Mídias e linguagens: características das linguagens sonora e radiofônica;
Características da linguagem imagética e audiovisual;
A comunicação social, a esfera pública no jornalismo e a internet.
A evolução da linguagem publicitária e o anúncio publicitário.

METODOLOGIA

Os encontros síncronos consistirão em aulas dialogadas por meio da plataforma *Google Meet*. Serão utilizados também, no decorrer das aulas síncronas, dispositivos que permitem interação, como o chat, possibilitando trabalhar estratégias de sensibilização, mobilização e participação ativa do discente.

As aulas são dialogadas e expositivas.

Já as atividades assíncronas serão viabilizadas por meio do: SIGAA, e-mails e ambientes virtuais que vão possibilitar aos discentes o acesso contínuo às orientações para realização de atividades, como estudos dirigidos, preparação de seminário, postagem e elaboração de atividades avaliativas, além de acesso a textos, vídeos, áudio, imagens. A frequência será aferida pela presença nos encontros síncronos mediante lista de presença, em dias e horários previstos no cronograma de atividades e também pela entrega dentro do prazo dos trabalhos solicitados.

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

O processo avaliativo será processual, em duas unidades distintas. A primeira unidade será avaliada através da participação em atividades, em estudos dirigidos, uma apresentação oral e um texto escrito.

A soma das atividades da primeira unidade vai valer dez pontos.

A segunda unidade, após o recesso, será avaliada através de um seminário oral em equipe, com nota do grupo e individual.

Na primeira unidade os estudantes vão participar de estudos dirigidos, uma análise crítica dos elementos da comunicação e da linguagem utilizada em uma peça publicitária, os trabalhos serão todos individuais.

Valor de todas as atividades: 10 pontos

2) Seminário teórico na segunda unidade, sobre assunto da disciplina, com apoio de textos selecionados pela professora e pesquisa extra, efetuada pelos estudantes. Atividade em equipes. Cada equipe terá o tempo do recesso para preparar o seu seminário. O seminário terá parte da nota coletiva e parte, individual.

A equipe receberá um texto apoio, mas deverá buscar informação sobre o tema, pesquisar e complementar.

A nota individual será da apresentação oral de cada expositor (vale 5,0).

A nota em grupo será do tratamento do tema + qualidade dos slides + exemplos através de imagens ou pequenos vídeos que expressem o abordado (vale 5,0).

Valor total: 10 pontos

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica do Componente Curricular

BOUGNOUX, Daniel. **Introdução às ciências da comunicação**. Bauru, SP: EDUSC, 1999.

MATTELART, Armand e MATTELART, Michele. **História das teorias da comunicação**. 2.ed. São Paulo: Loyola, 1999.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

Bibliografia Complementar:

BRAGA, Jose Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia dispositivos sociais de crítica mediática**. São Paulo Paulus, 2006.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. 6 ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

LUBISCO, Nídia Maria Lienert; VIEIRA, Sônia Chagas. **Manual de estilo acadêmico**: monografias, dissertações e teses. 2.ed. Salvador: Edufba, 2003.

MORIN, Edgar. **Cultura de massa no século XX**: o espírito do tempo. 3.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez Editora, 2000.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DATAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
04/11/21 1°	Apresentação docente e discente; Apresentação da ementa, conteúdo programático, estratégias de ensino e aprendizagem, apresentação da trilha de aprendizagem e de como serão as avaliações. 1. O processo de comunicação humano, breve introdução, explicação do estudo dirigido do texto.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; levantamento de conhecimentos prévio.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leitura de um texto indicado e estudo dirigido com questionário.
11/11/21 2°	2. Elementos da comunicação. Ênfase no emissor e no receptor Detalhar: O emissor, o canal, a mensagem (texto e contexto), o público-alvo receptor, como a mensagem afeta o seu público.	Aula expositiva, dialogada; Exibição de slides; resolução de tarefas: estudo dirigido.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados e estudo dirigido com questionário. Análise de produto publicitário e produção de resenha crítica.
18/11/21 3°	3. O meio e a mensagem. O tratamento da informação no texto acadêmico, literário e jornalístico.	Aula expositiva, dialogada; resolução de tarefas: estudo dirigido.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades teórico-analíticas.
25/11/21 4°	Análises de produtos publicitários na área de serviços. Apresentações individuais de análises Detalhar: O emissor, o canal, a mensagem (texto e contexto), o público-alvo receptor, como a mensagem afeta o seu público.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos e resolução de tarefas.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades teórico-analíticas.
02/12/21 5°	Análise de produtos publicitários na área de cultura, do texto ao contexto.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades teórico-analíticas.
09/12/21 6°	Análises de produtos na área de política, do texto ao contexto.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades teórico-analíticas.
16/12/21 7°	Análises de produtos publicitários na área de ciência, do texto ao contexto.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades teórico-analíticas.
03/02/22 8°	A linguagem como meio de expressão e interação social.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual.

	As mídias e suas linguagens, breve introdução; preparação para os seminários.	a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas.	Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades teórico-analíticas.
10/02/22 9°	A linguagem imagética, a leitura e a interpretação da imagem. A comunicação social e a imprensa: Informação e notícia	Primeira parte da aula, expositiva, da professora. Segunda parte, seminários em equipes	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades teórico-analíticas
17/02/22 10°	A linguagem sonora e radiofônica A invenção do rádio As características da linguagem radiofônica Música, trilhas, som back ground	Primeira parte da aula, expositiva, da professora. Segunda parte, seminários em equipes sobre o tema da aula.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades teórico-analíticas.
24/02/22 11°	Linguagem audiovisual Características do vídeo e do cinema. A internet e o hibridismo das linguagens.	Primeira parte da aula, expositiva, da professora. Segunda parte, seminários em equipes sobre o tema da aula.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades teórico-analíticas.
03/03/22 12°	A comunicação na publicidade. Evolução da linguagem publicitária O processo de criação na mensagem e o uso da linguagem na propaganda	Primeira parte da aula, expositiva, da professora. Segunda parte, seminários em equipes	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual.
10/03/22 13°	O anúncio publicitário e as redes sociais; Características da hibridez das mídias na linguagem publicitária.	Primeira parte da aula, expositiva, da professora. Segunda parte, seminários em equipes	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual.
17/03/22 14°	Finalização da disciplina e avaliação do semestre.	Devolução (parcial) das atividades avaliativas. Avaliação do semestre.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual.

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO

SIM () NÃO ()

Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

- Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTE RESPONSÁVEL NO SEMESTRE

Nome: **Alene da Silva Lins**

Assinatura:

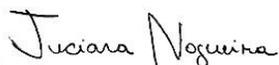


Titulação: **Doutorado**

Em exercício na UFRB desde: **10/2006**

Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso

14/09/2021



Coordenadora

Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro

____/____/____

Presidente do Conselho Diretor do Centro de Artes, Humanidades e Letras



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO
DE COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO CAHL	CURSO BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
---------------------------------	---

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO GCAH297	TÍTULO Oficina de Textos
--------------------------	------------------------------------

ANO 2021	SEMESTRE 2021.1	MÓDULO DE DISCENTES 35
--------------------	---------------------------	----------------------------------

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	<input checked="" type="checkbox"/> OBRIGATÓRIA	<input type="checkbox"/> OPTATIVA
----------------	---	-----------------------------------

CARGA HORÁRIA					
T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL	
				SÍNCRONAS	ASSÍNCRONAS
34h	34h		68h	28h (sextas-feiras, das 10h às 12h)	40h

**Teórica (T) / Prática (P) / Estágio (EST.)

EMENTA
Questões sociais da linguagem que interferem na produção e na utilização da língua escrita, produção de textos e análise das funções linguísticas. Texto identificado como acadêmico, embasado nos padrões científicos de produção e divulgação de conhecimento.

OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none">▪ Apresentar as diferentes formas de produção e utilização da língua escrita e suas normas gramaticais.▪ Habilitar os estudantes a reconhecer, produzir e adequar os diferentes registros textuais às circunstâncias comunicativas em que participam.▪ Analisar as principais características, gêneros e normas da escrita científica.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
Linguagem e comunicação linguagem formal e informal. Funções de linguagem.

Leitura

Roteiros e técnicas de leitura.

Interpretação e inferência.

Estudo do parágrafo

Gramática

Dificuldades mais frequentes da língua portuguesa

Ortografia

Escrita

O texto e seu contexto

Texto e textualidade

Coesão e Coerência

Texto acadêmico

Monografia - elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais

Citação: direta, indireta e citação da citação

Normas Técnicas ABNT: referências

Gêneros acadêmicos

Fichamento e resumo

Resenha crítica

Artigo científico

METODOLOGIA

ATIVIDADES SÍNCRONAS (com duração entre 1h e 2h): serão utilizadas o que vem sendo consensuado como metodologias ativas - Aprendizagem Baseada em Problemas, Ensino por Investigação, dentre outras. A partir de referenciais teóricos do campo serão promovidas aulas expositivas e participativas, seguidas de atividades (orais e escritas) de produção, análise e correção textuais, bem como estudos dirigidos, a serem realizados através da plataforma Google Meet, adotada pela instituição.

ATIVIDADE ASSÍNCRONA (duração entre 2h e 3h semanais): para sedimentação dos conteúdos trabalhados nas atividades síncronas e com vistas a criar um *continuum* de aprendizagem, os momentos assíncronos contarão com estratégias diversas – leitura e estudo dirigido, promoção de fóruns discursivos, pesquisa e produção textual-imagética, dentre outras. Para tanto, serão usadas ferramentas diversas, tais como *wikis*, formulários online, *quizzes*, blogs, recursos audiovisuais, dentre outros.

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

Avaliação será processual. Busca-se, ao longo do curso, aferir o desempenho do/a discente, a partir da participação nas atividades propostas. Serão valoradas, principalmente, intervenções (teóricas e/ou práticas)

que favoreçam a ampliação das perspectivas acerca do tema e/ou a desconstrução do senso comum vigente sobre os temas abordados, através de exemplos, indagações, comentários, dentre outras formas de participação no debate nas atividades síncronas e assíncronas. Para emissão de nota de avaliação, usaremos critérios diversos, distribuídos da seguinte forma:

Unidade 1 (total 10 pontos):

- Participação nas aulas e realização de atividades síncronas: peso 2,0
- Participação como debatedor/a: peso 3,0
- Avaliação 1: peso 3,0
- Realização de atividades assíncronas: peso 2,0

Unidade 2 (total 10 pontos):

- Apresentação oral (nota individual): peso 5
- Apresentação escrita (nota coletiva): peso 5

$$\text{NOTA FINAL} = \frac{\text{unidade 1} + \text{unidade 2}}{2}$$

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

FARACO, Carlos; TEZZA, Cristóvão. Prática de texto: para estudantes universitários. 11 ed. Petrópolis: Vozes, 2003.
FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. Para entender o texto: leitura e redação. 17ed. São Paulo: Ática, 2007.
ORLANDI, Eni Pulcinelli. Discurso & leitura. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

Bibliografia Complementar:

ANDRADE, M. M. de; HENRIQUES, A. Língua portuguesa: noções básicas para cursos superiores. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
APPOLINÁRIO, Fabio. Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
AQUINO, I. S. Como escrever artigos científicos: sem arroudeio e sem medo da ABNT. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 10520: citações em documentos - apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6023: informação e documentação: elaboração de referências. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.
LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos da metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2003.
LUBISCO, Nídia Maria L. Manual de estilo acadêmico: monografias, dissertações e teses. Salvador: Edufba, 2019.
SAVIOLI, F. P. Manual do candidato: português. 2.ed. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2001.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DATAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
05/11	Apresentação da turma e introdução ao componente curricular	Atividade síncrona: apresentação da docente, da turma, do plano de curso - ementa, conteúdo programático, estratégias de ensino e aprendizagem e avaliação - e identificação de expectativas com relação ao componente. Atividade assíncrona: produção textual livre.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 3h
12/11	Linguagem e comunicação linguagem formal e informal. Funções de linguagem.	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada com auxílio de 3 estudantes debatedores/as. Atividade assíncrona: leitura dirigida; pesquisa de peças publicitárias para identificação de elementos trabalhados na semana.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 3h
19/11	LEITURA Pontuação Estudo do parágrafo	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada com auxílio de 3 estudantes debatedores/as. Atividade assíncrona: leitura dirigida e resolução de tarefas.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 3h
26/11	Gramática Ortografia Dificuldades mais frequentes da Língua Portuguesa	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada com auxílio de estudantes debatedores/as. Atividade assíncrona: leitura dirigida para resolução de tarefas.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 3h
03/12	Gramática Dificuldades mais frequentes da Língua Portuguesa II	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada com auxílio de estudantes debatedores/as. Atividade assíncrona: pesquisa e produção da avaliação 1	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 3h
10/12	Escrita O texto e seu contexto Texto e textualidade Coesão e Coerência	Atividade síncrona: aula expositiva e orientação de trabalhos para o recesso. Atividade assíncrona: pesquisa e produção da avaliação 1	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 3h
17/12	Texto acadêmico – Introdução Citação: direta, indireta e citação da citação Normas Técnicas ABNT: referências	Atividade síncrona: aula expositiva e entrega de avaliação 1 (escrita) Atividade assíncrona: pesquisa, leitura e levantamento das principais ideias do texto	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 3h

		acadêmico a ser trabalhado na segunda unidade.	
04/02	Texto acadêmico (revisão) Citação: direta, indireta e citação da citação Normas Técnicas ABNT: referências Monografia - elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais Fichamento	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada com auxílio de estudantes debatedores/as. Atividade assíncrona: produção de texto para exercício dos conteúdos trabalhados na semana.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 3h
11/02	Gêneros acadêmicos – Introdução	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada com auxílio de estudantes debatedores/as. Atividade assíncrona: produção de texto para exercício dos conteúdos trabalhados na semana.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 3h
18/02	Gêneros acadêmicos: Fichamento e resumo Resenha crítica Artigo científico	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada com auxílio de estudantes debatedores/as. Atividade assíncrona: produção de texto para exercício dos conteúdos trabalhados na semana.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 3h
25/02	Gêneros acadêmicos: Resenha crítica	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada com auxílio de estudantes debatedores/as. Atividade assíncrona: pesquisa e produção da avaliação final.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 3h
04/03	Avaliação 2 (oral e escrita)	Atividade síncrona: Apresentação dos trabalhos em equipe Atividade assíncrona: entrega de trabalho escrito.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 3h
11/03	Avaliação 2 (oral)	Atividade síncrona: Apresentação dos trabalhos em equipe Atividade assíncrona: fórum discursivo.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 2h
18/03	Avaliação do componente	Atividade síncrona: avaliação qualitativa, dialogada. Atividade assíncrona: avaliação do componente através de formulário online.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 2h

--	--	--	--

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO

SIM () NÃO (X)

Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

- Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTE RESPONSÁVEL NO SEMESTRE 2021.1

Nome: Josemira Silva Reis

Assinatura:



Titulação: Mestra

Em exercício na UFRB desde: 03/2021

Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso	14/09/2021
---	-------------------

Juciana Nogueira

Coordenadora

Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro	____/____/____
---	----------------

Presidente do Conselho Diretor do CAHL



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO
DE COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO	CURSO
CAHL	Bacharelado em Publicidade e Propaganda

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO
CAH008	Estética da Comunicação

ANO	SEMESTRE	MÓDULO DE DISCENTES
2021	2021.1	até 40 discentes

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	X	OBRIGATÓRIA	OPTATIVA
	X		

CARGA HORÁRIA

T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL	
85		XX	85	SÍNCRONAS	ASSÍNCRONAS
				34 horas de aulas dialogadas (Google Meet)	51 horas

**Teórica (T) / Prática (P) / Estágio (EST.)

EMENTA

As condições da experiência estética proporcionada pelas formas de expressão contemporânea (em tudo que envolve a fruição, a interpretação e a avaliação de seus produtos). Os aspectos sensíveis envolvidos em toda forma de comunicação, inclusive a verbal. O duplo vínculo dos produtos com a história da arte e a experiência ordinária.

OBJETIVOS

Promover a compreensão de que a Estética da Comunicação deve ir além da análise poética das linguagens plásticas contemporâneas e do exercício da crítica dos produtos midiáticos. Ela deve envolver um empenho teórico capaz de dar conta da artisticidade própria desses produtos, associando-os a história da arte, a tecnologia e a experiência cotidiana. Para tanto, será considerada a dimensão da sensibilidade e as dinâmicas perceptivas; o processo artístico e a artisticidade; bem como os aspectos envolvidos na recepção, como o gosto e a crítica.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

15. Apresentação. Programa com ênfase na ementa e avaliação. Definição, alcance e limitações da “Estética” como disciplina filosófica. Singularidade da “Estética da Comunicação” frente a outras abordagens teóricas do campo comunicacional
16. Discussão sobre Natureza e tarefa da Estética. Atividades: leitura de texto.
17. Elementos básicos da Percepção e da Gestalt. Atividades: leitura de texto.
18. Estética e sensibilidade. Atividades: leitura de texto
19. Atividade de revisão. Respostas a perguntas sobre cada um dos textos discutidos e Avaliação (individual).
20. Seminário 1 - Definições da arte – Alfredo Bosi (equipe)
21. Seminário 2 - As artes na era digital – Monclar Valverde (equipe).
22. Seminário 3 - O processo artístico – Luigi Pareyson (equipe).
23. Seminário 4 -Funcionalidade e contemplação na arte - Renata Cidreira (equipe).
24. Seminário 5 - Recepção e interpretação da arte – Luigi Pareyson (equipe).
25. Seminário 6 - Gosto e crítica na arte – Marcelo Coelho (equipe).
26. Entrega das notas e Avaliação do curso

METODOLOGIA

- Uso de Turma do Sigaa para registro dos assuntos, envio de Power Points, links de vídeos, textos e notícias.
- Uso de plataforma digital para aulas dialogadas (Google Meet).
- Leitura de textos e realização de pesquisas.
- Apresentação de textos por meio de Seminários.
- Uso de material audiovisual: filmes e vídeos, seguidos de discussão
- Aplicação de questionário para autoavaliação.
- Análise dos trabalhos realizados e diálogos sobre os resultados alcançados.

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

- Prova (10,0)
- Trabalhos (10,0)
- Seminários (10,0)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Conversas – 1948**. Trad. Fabio Landa, Eva Landa. São Paulo: Martins Fontes, 2004

PAREYSON, Luigi. **Os Problemas da Estética**. Tradução de Maria Helena Nery Garcez. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

VALVERDE, Monclar. **Estética da comunicação**. Salvador: Quarteto, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BOSI, Alfredo. **Reflexões sobre a Arte**. São Paulo: Ática, 1985.

CANEVACCI, Massimo. **Antropologia da Comunicação Visual**. Trad. Julia Polinésio e Vilma da Souza. SP: Brasiliense, 1990.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os Sentidos da Moda**. São Paulo: Annablume, 2005.

COELHO, Marcelo. **Crítica cultural: teoria e prática**. São Paulo: Publifolha, 2006.

DEWEY, John. A Arte como Experiência In **Os Pensadores**. Trad. Murilo Leme. São Paulo: Abril S.A. Cultural e Industrial, 1974.

GREENBERG, Clement. **Estética doméstica**. Tradução de André Carone. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

JAUSS, H-R. **A História da Literatura como Provocação à Teoria Literária**. Trad. Sérgio Tellaroli. SP: Ática, 1994.

MERLEAU-PONTY, M. **Textos Escolhidos**. Trad. Pedro de Souza Moraes. SP: Abril Cultural (Coleção Os Pensadores, vol.XLI), 1975.

PAREYSON, L. **Estética - Teoria da Formatividade**. Trad. Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

PARRET, H. **A Estética da Comunicação**. Trad. Roberta Pires de Oliveira. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.

VALVERDE, Monclar (Organização). **As formas do sentido**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

WATZLAWICK, Paul et ali. **Pragmática da Comunicação Humana**. Tradução de Álvaro Cabral. São Paulo: Cultrix, 1993.

DATAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
Aula 1 01/11	Apresentação da docente, dos discentes. Apresentação do programa do componente curricular com ênfase na ementa e na proposta de avaliação, comentando sua	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. 2h. 4h assíncronas: <ul style="list-style-type: none">• Leitura de texto	2h síncronas. 4h assíncronas.

	importância para a formação dos estudantes. Orientações para atividades. Introdução. Definição, alcance e limitações da “Estética” como disciplina filosófica. Singularidade da “Estética da Comunicação” frente a outras abordagens teóricas do campo comunicacional		
Aula 2 08/11	Natureza e tarefa da Estética – Luigi Pareyson	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. 2h. 4h assíncronas: Leitura de texto	2h síncronas. 4h assíncronas.
Aula 3 22/11	Percepção e Gestalt – Maurice Merleau-Ponty	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. 2h. 4h assíncronas: • Leitura de texto	2h síncronas. 4h assíncronas.
Aula 4 29/11	Estética e sensibilidade – Mario Perniola	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. 2h. 4h assíncronas: • Leitura de texto	2h síncronas. 4h assíncronas.
Aula 5 06/12	Revisão dos textos discutidos e Avaliação	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. 2h. 4h assíncronas: • Atividade com perguntas e respostas	2h síncronas. 4h assíncronas.
Aula 6 13/12	Seminário 1 - Definições da arte – Alfredo Bosi	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. 2h. 4h assíncronas: • Apresentação em grupo	2h síncronas. 4h assíncronas.
Aula 7 31/01	Seminário 2 - As artes na era digital – Monclar Valverde	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. 2h. 4h assíncronas: Apresentação em grupo	2h síncronas. 4h assíncronas.
Aula 8 07/02	Seminário 3 - O processo artístico – Luigi Pareyson	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. 2h. 4h assíncronas: Apresentação em grupo	2h síncronas. 4h assíncronas.
Aula 9 14/02	Seminário 4 -Funcionalidade e contemplação na arte – Renata Cidreira	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. 2h. 4h assíncronas: Apresentação em grupo	2h síncronas. 4h assíncronas.

Aula 10 21/02	Seminário 5 - Recepção e interpretação da arte – Luigi Pareyson	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. 2h. 4h assíncronas: Apresentação em grupo	2h síncronas. 2h assíncronas.
Aula 11 07/03	Seminário 6 - Gosto e crítica na arte – Marcelo Coelho.	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. 2h. 4h assíncronas: Apresentação em grupo	2h síncronas. 4h assíncronas.
Aula 12 14/03	Entrega das notas e avaliação do curso	Uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. 2h. 4h assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> Comentário sobre desempenhos e avaliação do curso 	2h síncronas. 4h assíncronas.

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO

SIM () NÃO (x)

Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

- Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTE RESPONSÁVEL NO SEMESTRE 2021.1

Renata Pitombo Cidreira

Nome: Renata Pitombo Cidreira Assinatura:

Titulação: Doutorado. Em exercício na UFRB desde: 9/2006

Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso	14/09/2021
<p><i>Juciana Nogueira</i></p> <p>Coordenadora</p>	
Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro	____/____/____
<p>-----</p> <p>Presidente do Conselho Diretor do CAHL</p>	



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO
DE COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO	CURSO
Centro de Artes, Humanidades e Letras	BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO
GCAH 792	Comunicação, Cultura e Arte

ANO	SEMESTRE	MÓDULO DE DISCENTES
2021	2021.1	30

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	<input checked="" type="checkbox"/>	OBRIGATÓRIA	<input type="checkbox"/>	OPTATIVA
----------------	-------------------------------------	--------------------	--------------------------	-----------------

CARGA HORÁRIA				
T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL
85			85	SÍNCRONAS
				Aula dialogada online: 21h Seminários: 3h Chat: 7h
				ASSÍNCRONAS
				Videoaulas: 20h Pesquisa orientada: 18h

EMENTA

A comunicação e a cultura como configuradoras da contemporaneidade. Enlaces entre comunicação, cultura e arte. Temas atuais do debate sobre cultura e comunicação: o local e o global; história e historiografia; identidade cultural; configuração do sentido da vida social pelos mídias. Crítica das tendências culturais contemporâneas. A cultura das massas urbanas e a indústria cultural em seus diversos desdobramentos. Multiplicidade, sincretismo e multireferencialidade da cultura contemporânea. Cultura, arte e consumo. A ideia de arte e o processo criativo.

OBJETIVOS

- Trabalhar as noções de Comunicação, Cultura e Arte
- Apresentar e debater as discussões contemporâneas sobre os enlaces locais e globais para estes temas
- Buscar entender as relações comunicacionais como agentes históricos dos processos culturais
- Avaliar a arte enquanto elemento constitutivo da cultura

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Considerações e perspectivas sobre cultura e comunicação.
2. Notas sobre história e teorias da cultura.
3. Cultura de massa e indústria cultural.
4. Estilo de vida e cultura de consumo.
5. Globalização e lógica pós-moderna.

6. O engendramento do global e os saberes locais.
7. Por uma outra globalização, conforme Milton Santos.
8. Cotidiano, nacionalismo e identidade.
9. Baianidade e outros mitos.
10. Questões de raça na identidade baiana.
11. Dos meios às mediações.
12. Comunicação e cultura: considerações e perspectivas para uma realidade em rede.
13. Definições e reflexões sobre a arte.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento das atividades não-presenciais, serão utilizados os instrumentos e plataformas digitais *Google Sala de Aula* e *Google Meet*. Neste sentido, utilizaremos metodologias ativas, colaborativas e participativas, com o desenvolvimento de atividades síncronas (aulas dialogadas, seminários apresentados pelos estudantes e chats para discussão de resultados, avanços e problemas nos respectivos processos de pesquisa individuais ou por equipes) e também assíncronas (videoaulas, estudo dirigido, vídeos gravados, pesquisas individuais e trabalhos em grupo).

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A avaliação terá um caráter contínuo e processual, levando em consideração o desempenho individual ou coletivo, incluindo a participação de cada estudante nas diversas atividades propostas. A aferição da frequência nas atividades assíncronas se dará através da apresentação de relatórios a serem elaborados pelos discentes a partir de parâmetros previamente especificados. As atividades assíncronas terão uma equivalência em termos de frequência do estudante. Outros recursos serão utilizados no processo avaliativo, entre eles as listas de exercícios, produção de textos, participação em fóruns e frequência nas atividades em grupo.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica do Componente Curricular

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.

FOCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense, 1995.

MOURA, Milton. **Carnaval e baianidade**. Salvador: Ufba, 2001.

Bibliografia Complementar do Componente Curricular

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

AZEVEDO, Thales de. **As elites de cor numa cidade brasileira**. Salvador: Edufba, 1996.

BARBOSA, Juciara Maria Nogueira. **Imagens, violência e comunicação**. In: CARDOSO FILHO, Jorge; CIDREIRA, Renata Pitombo. Interfaces comunicacionais. Cruz das Almas – BA, Editora UFRB, 2014, p. 231-256.

BOSI, Alfredo. **Reflexões sobre arte**. São Paulo: Ática, 1985.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

CONCEIÇÃO, Fernando. **Cultura como alienação**. São Paulo: Revista USP, 2006.

CREHAN, Kate. **Gramsci, cultura e antropologia**. Lisboa: Campo da Comunicação, 2004.

DINIZ, J. Péricles. **Comunicação e cultura: Considerações e perspectivas para uma realidade em rede**. Salvador: Ufba, 2010.

_____. **Questões de raça na identidade baiana**. Salvador: Ufba, 2009.

_____. **Ser baiano na medida do Recôncavo**. Cruz das Almas: Edufrb, 2019.

ECO, Umberto. **A definição da arte**. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2016.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FOCAULT, Michel. **Nietzsche, Freud e Marx: Theatrum Philosophicum**. São Paulo: Princípio, 1997.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro, Livros Técnicos e Científicos, 1989.

GUYAU, Jean Marie. **A arte do ponto de vista sociológico**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

Biografia do controvertido fotografo Italiano Oliviero Toscani. Disponível em: <https://serenaucelli.blog/2018/07/28/biografia-do-controvertido-fotografo-italiano-oliviero-toscani/> Roda Viva - Oliviero Toscani | 18/09/1996. (vídeo)
Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=gTQg92_XJHg&ab_channel=RodaViva

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DATAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
9/11	Apresentação. Programa com ênfase na ementa e avaliação. Atividade: definições pessoais sobre: comunicação, cultura e arte. Distribuição das equipes para seminários.	síncrona: uso de sala virtual Google Meet. Apresentação do plano de aula. assíncronas: responder enquete e leitura de texto	1h síncrona. 5h assíncronas.
12/11	Considerações sobre cultura e comunicação.	síncrona: uso de sala virtual com apresentação de Power Point. assíncronas: leitura de texto e preparação de seminários.	2h síncrona. 4h assíncronas.
16/11	História e teorias da cultura	síncronas: uso de sala virtual com apresentação de seminários. assíncronas: atividade programada	2h síncronas. 4h assíncronas.
23/11	Cultura de massa e indústria cultural.	síncronas: uso de sala virtual com apresentação de seminários. assíncronas: atividade programada	2h síncronas. 4h assíncronas.
30/11	Estilo de vida e cultura de consumo.	síncronas: uso de sala virtual Google Meet. assíncronas: atividade dirigida.	2h síncronas. 4h assíncronas
7/12	Globalização e lógica pós-moderna.	síncronas: uso de sala virtual Google Meet. assíncronas: atividade dirigida.	2h síncronas. 4h assíncronas
14/12	O engendramento do global e os saberes locais.	síncronas: uso de sala virtual Google Meet. assíncronas: atividade dirigida.	2h síncronas. 4h assíncronas

1/2	Por uma outra globalização.	síncronas: uso de sala virtual Google Meet e apresentação de vídeo. assíncronas: atividade dirigida.	2h síncronas. 4h assíncronas
8/2	Cotidiano, nacionalismo e identidade.	síncronas: uso de sala virtual Google Meet. assíncronas: atividade dirigida.	2h síncronas. 4h assíncronas
15/2	Baianidade e outros mitos.	síncronas: uso de sala virtual Google Meet. assíncronas: atividade dirigida.	2h síncronas. 4h assíncronas
22/2	Comunicação e cultura.	síncronas: uso de sala virtual Google Meet. assíncronas: atividade dirigida.	2h síncronas. 4h assíncronas
8/3	Dos meios às mediações.	síncronas: uso de sala virtual Google Meet. assíncronas: atividade dirigida.	2h síncronas. 4h assíncronas
11/3	Definições e reflexões sobre a arte.	síncronas: uso de sala virtual Google Meet. assíncronas: atividade dirigida.	2h síncronas. 4h assíncronas
15/3	Avaliação do semestre.	síncronas: uso de sala virtual para discussão e avaliação. assíncronas: produção de relatório final do componente.	3h síncronas. 3h assíncronas

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO

SIM () NÃO (X)

Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

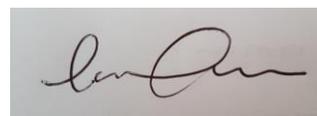
- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

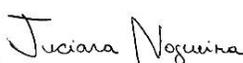
- Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTE RESPONSÁVEL NO SEMESTRE 2021.1

Nome: **José Péricles Diniz Bahia** Assinatura:

Titulação: doutor, em exercício na UFRB desde: 30/01/2008.



Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso	14/09/2021.
 Coordenadora	
Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro	____/____/____
<p>-----</p> Presidente do Conselho Diretor do CAHL	



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO
DE COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO CAHL	CURSO Bacharelado em Publicidade e Propaganda
---------------------------------	---

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO GCAH825	TÍTULO Editoração e Processos Gráficos
--------------------------	--

ANO 2021	SEMESTRE 1	MÓDULO DE DISCENTES 30
--------------------	----------------------	----------------------------------

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	<input checked="" type="checkbox"/>	OBRIGATÓRIA	<input type="checkbox"/>	OPTATIVA
----------------	-------------------------------------	--------------------	--------------------------	-----------------

CARGA HORÁRIA					
T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL	
				SÍNCRONAS	ASSÍNCRONAS
34	51		85	29H	56H

EMENTA

Abordagem contemporânea das novas tecnologias de comunicação. A digitalização como a base técnica das novas mídias derivadas da convergência da telefonia, da transmissão de dados, da radiodifusão e das redes de computador. Os processos de comunicação no contexto das modificações tecnológicas e culturais proporcionadas pelas redes da sociedade contemporânea; os novos formatos de rádio e televisão. A Cultura da interface. A tipografia. Medidas gráficas, famílias, estilos e fontes. Sistemas de composição e técnicas de impressão. Percepção visual: leis da Gestalt. Elementos visuais. Teoria das cores. Layout. Edição de textos e imagens. Correntes estéticas. O espaço em branco e das cores. Formatos de impressos para publicidade.

OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none">• Habilitar o aluno a identificar e utilizar os recursos de edição de texto e imagens• Aplicar os princípios gráficos na criação e produção de impressos• Abordar a importância da aplicação dos princípios da computação gráfica na comunicação e na criação de interfaces e produtos digitais, ajustados ao mercado e aos interesses do público.• Capacitar o aluno para elaboração de produtos e peças publicitárias, aplicando os aspectos teóricos apresentados.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Linguagem visual – Elementos básicos da linguagem
- Teoria das cores. O espaço em branco e das cores.
- A tipografia. Medidas gráficas, famílias, estilos e fontes.
- Percepção visual: leis da Gestalt.
- Layout: edição de textos e imagens.
- As novas tecnologias e suas possibilidades criativas
- Manual de Identidade Visual
- Sistemas de composição e técnicas de impressão.
- Tipos e formatos de impressos para publicidade.
- Noções básicas de planejamento de mídia digitais.
- Planejamento, elaboração de projeto, apresentação e acompanhamento de produtos e campanhas publicitárias.

METODOLOGIA

- Aulas dialogadas e interativas através da plataforma Google Meet
- Postagem de Power points, links de vídeos e de conteúdos digitais atuais, contextualizados com temas trabalhados nas aulas.
- Uso de chat para compartilhamentos de matérias, artigos, postagens e comentários de trabalhos.
- Atividades práticas relacionadas aos conteúdos trabalhados.

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A avaliação ocorrerá de forma contínua e processual, levando em conta a participação do discente em sala de aula e sua evolução durante o curso.

Avaliação I

- Atividade prática a partir do uso dos elementos básicos da linguagem visual
- Criação de peças publicitárias a partir do uso das cores e tipologias adequadas.
- Elaboração e apresentação de um projeto gráfico.
- Participação e frequência.

Avaliação II

- Atividade em grupo de pesquisa sobre técnicas de impressão e formatos de impresso
- Desenvolvimento de um Manual de identidade visual
- Participação e frequência.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica do Componente Curricular

LEÃO, Lucia. Cibercultura. São Paulo: Nojosa, 2003.

COLARO, Antonio. Projeto Gráfico: Teoria e técnica da diagramação. São Paulo. Summuns, 2010.

STEVEN, JOHNSON. Cultura da interface. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer. Callis, 2008.

Bibliografia Complementar do Componente Curricular

CHINEN, Nobu. Design gráfico. Curso completo. São Paulo: Scala, 2011.

FALLEIROS, Dario Pimentel. O mundo gráfico da informática. São Paulo: Futura, 2003

GOBE, Marc. Brandam: O design emocional na humanização das marcas. São Paulo: Rocco, 2010.

GUERRA, Fabiana; Terce, Mirela. Design digital: conceitos e aplicações para websites, animações, vídeos e webgames. Editora Senac São Paulo. Edição do Kindle.

MESQUITA, Francisco. Comunicação Visual, Design na Publicidade. São Paulo: Media XX, 2015.

PERROTTA, Isabella. Tipos e Grafias. Rio de Janeiro: Senac Rio. 2015

SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica, prática. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Pioneira, 1999.

SILVA, Rafael Souza. Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. 5. ed. São Paulo: Summus, 1985.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DATAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
03/11	Apresentação da docente e dos discentes e ambientação na plataforma. Apresentação do conteúdo, da metodologia e do processo avaliativo. Estabelecimento do contrato pedagógico.	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Apresentação dos docentes e discentes, discussão dos conteúdos a serem trabalhados e estabelecimento do contrato pedagógico. Atividades Assíncronas: - Leitura dirigida de artigo sobre estudo da percepção, compartilhado em PDF -Compartilhamento de material no Power point com exercícios sobre percepção humana e imagem mental.	2H síncronas. 4H assíncronas
10/11	Linguagem visual. Elementos básicos da linguagem visual: ponto, linha, direção, cor, textura, proporção e movimento.	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Aula expositiva dialogada e interativa. - Contextualização a partir de exemplos visuais. Atividades Assíncronas: -Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo. - Postagens e comentários no chat sobre pontos relevantes do artigo compartilhado na aula anterior.	2H síncronas. 4H assíncronas

17/11	Teoria das cores. O espaço em branco e das cores. A psicodinâmica das cores na Publicidade.	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Aula expositiva dialogada e interativa. Atividades Assíncronas: - Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo. <u>-Atividade prática sobre linguagem visual e teoria e psicodinâmica das cores na publicidade.</u> (atividade avaliativa)	2H síncronas. 4H assíncronas
24/11	A tipografia. Medidas gráficas, famílias, estilos e fontes.	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Aula expositiva dialogada e interativa. Atividades Assíncronas: - Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo <u>-Criação de uma peça publicitária a partir do uso das cores e tipologias adequadas.</u> (atividade Avaliativa)	2H síncronas. 4H assíncronas
01/12	Percepção visual. Atenção seletiva, distorção seletiva e lembrança seletiva. As principais ferramentas da Gestalt.	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Aula expositiva dialogada e interativa. - Contextualização a partir de exemplos visuais. Atividades Assíncronas: -Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo. - Postagens e comentários no chat sobre pontos relevantes do artigo compartilhado na aula anterior.	2H síncronas. 4H assíncronas
08/12	Design gráfico - Os quatro pilares da arquitetura da informação	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Aula expositiva dialogada e interativa. Atividades Assíncronas: -Postagens e comentários no chat da peça solicitada na aula anterior - Pesquisar projetos visuais gráficos, analisando aspectos relevantes da arquitetura da informação.	2H síncronas. 4H assíncronas
15/12	Manual de Identidade visual. Os elementos de organização do projeto gráfico voltados	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Aula expositiva dialogada e interativa. Atividades Assíncronas:	2H síncronas. 4H assíncronas

	para expandir e melhorar a experiência do usuário	- Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo. - Atividade avaliativa: <u>Elaboração de um projeto gráfico, estruturado a partir dos aspectos da arquitetura da informação e visando melhorar a experiência do usuário.</u> <u>Entrega:02/02</u> (Atividade avaliativa)	
02/02	As novas mídias e suas possibilidades criativas	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Aula expositiva dialogada e interativa. Atividades Assíncronas: - Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo. -Início da elaboração do projeto gráfico -Chat para orientação na elaboração do projeto gráfico	2H síncronas. 4H assíncronas
09/02	Sistemas de composição e técnicas de impressão- Os processos mais comuns e suas aplicações- Processos digitais de impressão.	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet Aula expositiva dialogada e interativa. -Organização dos grupos e sorteio dos temas para atividade de pesquisa. Atividades Assíncronas: - Entrega dos projetos gráficos -Compartilhamento dos temas de <u>pesquisa sobre técnicas de impressão e formatos de impresso</u> (Atividade avaliativa)	2H síncronas. 4H assíncronas
16/02	Planejamento, elaboração de projeto digital, apresentação e acompanhamento de produtos e campanhas publicitárias.	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet - Aula expositiva dialogada e interativa. Atividades Assíncronas: - Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo. -Disponibilização do roteiro com orientações para o <u>planejamento e criação de campanha para mídias digitais.</u> (Atividade avaliativa final) -Sorteio pelo chat da ordem de atendimento das equipes para consultoria no dia 02/03	2H síncronas. 4H assíncronas

23/02	Noções básicas de planejamento de mídias digitais	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Apresentação dos trabalhos sobre técnicas de impressão e formatos de impresso	2H síncronas. 4H assíncronas
02/03	Consultoria e orientação de equipes para trabalho final	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Orientação das equipes separadamente na ordem previamente sorteada Atividades Assíncronas: - Reunião de equipes para desenvolvimento da atividade final	2H síncronas. 4H assíncronas
09/03	Apresentação final das campanhas para mídias digitais.	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet	3H síncronas. 4H assíncronas
16/03	Feedback das apresentações com as considerações dos colegas e da docente. Avaliação e autoavaliação do componente curricular.	- Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet para considerações sobre apresentações. Atividades Assíncronas: Autoavaliação e avaliação do componente curricular no ambiente virtual através do google forms.	2H síncronas. 4H assíncronas

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO

SIM () NÃO (X)

Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

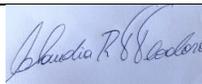
- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

- Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTE RESPONSÁVEL NO SEMESTRE 2021.1

Nome: Claudia Regina Trindade Teodoro

Assinatura:



Titulação: Mestre

Em exercício na UFRB desde: 01/03 /2020

Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso

14/09/2021.

Juciara Nogueira

Coordenadora

Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro

____/____/____

Presidente do Conselho Diretor do CAHL



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO
DE COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO CAHL	CURSO BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
---------------------------------	---

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO CAH826	TÍTULO Atendimento, Marketing e Planejamento
-------------------------	--

ANO 2021	SEMESTRE 2021.1	MÓDULO DE DISCENTES 30
--------------------	---------------------------	----------------------------------

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	<input checked="" type="checkbox"/>	OBRIGATÓRIA	<input type="checkbox"/>	OPTATIVA
----------------	-------------------------------------	--------------------	--------------------------	-----------------

CARGA HORÁRIA				
T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL
85			85	SÍNCRONAS
				28h (quintas-feiras, das 10h às 12h)
				ASSÍNCRONAS
				57h

**Teórica (T) / Prática (P) / Estágio (EST.)

EMENTA
<p>O atendimento. Técnicas eficientes de atendimento ao cliente: pessoal, telefônico e virtual. Análise e planejamento em publicidade e propaganda. Marketing pessoal. Práticas de gestão e resultados. Conceitos e estratégias de mídia. Mídia comparada: impressa e eletrônica. Multimídia. Mercado, gestão e empreendedorismo. O planejamento de mídia: técnica e política. Elaboração de planos. A compra de espaços. As estratégias de veiculação. Globalização e regionalização como fatores intervenientes na tomada de decisões sobre alocação de verbas publicitárias. Planejamento, elaboração de projeto, apresentação e acompanhamento de campanha publicitária. Desenvolvimento de produto laboratorial.</p>

OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none">▪ Apresentar e refletir sobre as etapas que envolvem a elaboração de planejamentos de comunicação e marketing.▪ Conhecer a dinâmica de funcionamento das diversas realidades de agências de propaganda, suas transformações e tendências na atualidade.▪ Introduzir conceitos e critérios que orientam a atuação nos campos do Atendimento, Planejamento e Mídia.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Marketing x Comunicação x Publicidade: aproximações, diferenças e transformações ao longo dos tempos
- Marketing: fundamentos
- Planejamento em comunicação e marketing e suas etapas
- Estudo do macroambiente mercadológico
- Estudo do microambiente mercadológico
- Análise SWOT
- Planejamento Estratégico de Comunicação
- Planejamento Tático de Comunicação
- Agência de Publicidade, seus departamentos e transformações históricas
- Planejamento de campanha publicitária

METODOLOGIA

ATIVIDADE SÍNCRONA (com duração entre 1h e 2h): com aulas expositivas e participativas, a serem realizadas através da plataforma Google Meet, adotada pela instituição. A partir da revisão da literatura do campo, de exemplos mobilizados a partir da experiência profissional de especialistas convidadas/os, da docente e discentes, os/as estudantes serão incentivados/as a contribuir com perguntas, sínteses criativas e/ou exemplos de suas experiências nas diversas realidades de interação com teorias, clientes, agências publicitárias, públicos, suportes midiáticos etc.

ATIVIDADE ASSÍNCRONA (duração entre 4h e 5h semanais): para sedimentação dos conteúdos trabalhados nas atividades síncronas e com vistas a criar um *continuum* de aprendizagem, os momentos assíncronos contarão com estratégias diversas – leitura e estudo dirigido, promoção de fóruns discursivos, pesquisa e produção textual-imagética, dentre outras. Para tanto, serão usadas ferramentas educativas diversas, tais como *wikis*, formulários online, *quizzes*, blogs, recursos audiovisuais, dentre outros.

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

Avaliação será processual. Busca-se, ao longo do curso, aferir o desempenho do/a discente, a partir da participação nas atividades propostas. Serão valoradas, principalmente, intervenções (teóricas e/ou práticas) que favoreçam a ampliação das perspectivas acerca do tema e/ou a desconstrução do senso comum vigente sobre os temas abordados, através de exemplos, indagações, comentários, dentre outras formas de participação no debate nas atividades síncronas e assíncronas. Para emissão de nota de avaliação, usaremos critérios diversos, distribuídos da seguinte forma:

Unidade 1:

- Participação nas aulas: peso 2
- Avaliação 1 (escrita): peso 6
- Avaliação 2 (mediação): peso 2

Unidade 2:

- Apresentação oral (nota individual): peso 5

- Apresentação escrita (nota coletiva): peso 5

$$\text{NOTA FINAL} = \frac{\text{Unidade 1} + \text{Unidade 2}}{2}$$

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica do Componente Curricular

ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito**. Salvador: Casa da Qualidade, 2001;

TAMANAHA, Paulo. **Planejamento de mídia**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

ZELTNER, Hebert. **Gerenciamento de Mídia**: Ajudando o anunciante a ampliar seus conhecimentos em mídia. São Paulo, Editora Nobel, 2001.

Bibliografia Complementar do Componente Curricular

CORRÊA, R. **Atendimento na agência de comunicação**. São Paulo: Global, 2006.

GABRIEL, M. **Marketing na Era Digital - Conceitos, Plataformas e Estratégias**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. Tradução: Sabrina Cairo. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2015.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Tradução: Ivo Korytowski. **Marketing 4.0, do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LUPETTI, M. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

MAGALHÃES, Luciana O. Fatores que influenciam a alocação do orçamento de mídia entre meios: estudo comparativo entre países (Dissertação de Mestrado). Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Fundação Getulio Vargas, São Paulo, 2018.

SANT'ANNA, A; ROCHA JÚNIOR, I; GARCIA, L. F. D. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. 8. ed. São Paulo: Cengage, 2009.

SISSORS, J.; BUMBA, L. **Planejamento de Mídia: aferições, estratégias e avaliações**. São Paulo: Nobel, 2001.

VERONEZZI, J. C. **Mídia de A a Z**. São Paulo: Flight Editora, 2002.

Outras Indicações Bibliográficas

ALVES, Maria C. D. Processos criativos em uma agência de publicidade digital: observações e inferências. In: **Anais do IX Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda: ciência & atitude**. São Paulo: ECAUSP, 2019.

ASSOCIAÇÃO BAIANA DO MERCADO PUBLICITÁRIO. **Estudo do mercado baiano de comunicação 2016**. Salvador: 2017. TAMANAHA, P. Roteiro para um plano de mídia. **Blog do Paulo Tamanaha**, 2013. Disponível em: <http://paulotamanaha.com.br/wp-content/uploads/2013/docs/Roteiro-para-um-plano-de-midia-Anuario.pdf>.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DATAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
4/11	Apresentações e introdução à temática do componente	Atividade síncrona: apresentação da docente e da turma e do plano de curso. Dinâmica de grupo para identificação de expectativas com relação ao componente. Atividade assíncrona: leitura dirigida (GABRIEL, 2010), formação de equipes e prospecção de cliente.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
11/11	Marketing x Publicidade: aproximações, diferenças e transformações ao longo dos tempos	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, com mediação de estudantes. Atividade assíncrona – pesquisa preliminar: tendências mercadológicas do produto/serviço em questão e levantamento de informações gerais.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
18/11	Marketing: fundamentos	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, com mediação de estudantes e resolução de tarefas. Atividade assíncrona: leitura dirigida (SANT'ANNA; ROCHA JÚNIOR; GARCIA, 2009) para elaboração de briefing.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
25/11	Estudo do microambiente mercadológico – Briefing	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, com mediação de estudantes e resolução de tarefas. Atividade assíncrona: aplicação de briefing.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
02/12	Estudo do microambiente mercadológico	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, com mediação de estudantes e resolução de tarefas.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h

		Atividade assíncrona: leitura dirigida (KOTLER E ARMSTRONG, 2015) para elaboração de pesquisa e produção textual.	
09/12	Estudo do macroambiente mercadológico	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, com mediação de estudantes e resolução de tarefas. Atividade assíncrona: elaboração da avaliação 1 (individual)	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
16/12	Análise SWOT e identificação de problema e objetivos de comunicação	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada. Entrega da avaliação 1 (individual). Atividade assíncrona: estudo de caso - plano de Comunicação organizacional e elaboração de problema e objetivo de comunicação	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
03/02	Planejamento Estratégico de Comunicação - identificação de problema e objetivos de comunicação (revisão pós recesso)	Atividade síncrona: palestra de profissional de gestão de comunicação e marketing, mediada pela professora, com auxílio de estudantes debatedores/as. Atividade assíncrona: elaboração do planejamento estratégico de comunicação.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
10/02	Planejamento Tático de Comunicação	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, com mediação de estudantes e resolução de tarefas. Atividade assíncrona: elaboração do planejamento tático de comunicação	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
17/02	Agência de Publicidade, seus departamentos e transformações históricas	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, com mediação de estudantes e resolução de tarefas. Atividade assíncrona: leitura dirigida: Marketing 4.0.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h

24/02	Planejamento de campanha publicitária	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, com mediação de estudantes e resolução de tarefas. Atividade assíncrona: ajustes no trabalho escrito de avaliação	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
03/03	Planejamento de campanha publicitária	Atividade síncrona: em dois momentos - aula de revisão, expositiva e dialogada; orientação dos trabalhos em equipe. Atividade assíncrona: ajustes nos trabalhos escritos	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
10/03	Avaliação final: apresentação de seminários	Atividade síncrona: apresentação de seminários em equipe – planejamento de comunicação aplicado à realidade do produto/serviço trabalhado ao longo do semestre. Atividade assíncrona: entrega dos trabalhos escritos	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
17/03	Avaliação do semestre	Atividade síncrona: avaliação qualitativa, dialogada e por questionário. Atividade assíncrona: envio do questionário online de avaliação.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO

SIM () NÃO ()

Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

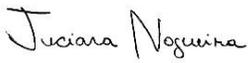
- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

- Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTE RESPONSÁVEL NO SEMESTRE

Nome: Josemira Silva Reis
Titulação: Mestra

Assinatura: 
Em exercício na UFRB desde: março/2021

Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso	14/09/2021
 Coordenadora	
Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro	_____/_____/_____
----- Presidente do Conselho Diretor do CAHL	



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO
DE COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO	CURSO
Centro de Artes, Humanidades e Letras	Bacharelado em Publicidade e Propaganda

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO
GCAH 828	Oficina de produção audiovisual I

ANO	SEMESTRE	MÓDULO DE DISCENTES
2021	2021.1	30

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	<input checked="" type="checkbox"/>	OBRIGATÓRIA	<input type="checkbox"/>	OPTATIVA
----------------	-------------------------------------	--------------------	--------------------------	-----------------

CARGA HORÁRIA				
T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL
34h	51h		85h	SÍNCRONAS
				2h, terça-feira, de 10h às 12h
				Total: 24h
				ASSÍNCRONAS
				61h

**Teórica (T) / Prática (P) / Estágio (EST.)

EMENTA

Elementos básicos da comunicação sonora. O áudio e suas características imagísticas. Os recursos da voz, sons, músicas. As especificidades dos elementos da linguagem auditiva na publicidade e propaganda. A história e regulação do rádio. Produção.

OBJETIVOS

- Contextualizar sobre a importância do rádio;
- Apresentar a produção radiofônica em publicidade e propaganda;
- Discutir, criar e produzir produto publicitário sonoros;
- Identificar as possibilidades desafiadoras de criação e produção sonora;
- Conhecer as etapas e elementos de uma produção audiofônica.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Unidade I

História da Comunicação: importância do rádio
História do Rádio

Rádio no Recôncavo
Contexto atual

Unidade II

Gêneros e formatos radiofônicos
Definição de formatos publicitários no rádio

Unidade III

A linguagem radiofônica: os quatro elementos
Os novos formatos: mudanças na linguagem
O texto radiofônico: entre a escrita e a voz

Unidade IV

Os formatos dominantes na programação
Os Spots
Os Jingles

METODOLOGIA

A metodologia pensada para lecionar o referido componente curricular ao longo deste semestre letivo, em conformidade às exigências de saúde coletiva devido ao contexto de pandemia pela COVID19, considera os parâmetros de uma didática pensada para o ensino remoto possibilitado pelo ambiente *online*. Para isso, atenta-se para uma série de características que envolvem desde um planejamento bem estruturado, como também objetivos claros do que se pretende com cada conteúdo; as competências a serem atingidas pelos estudantes; elaboração de estratégias de ensino-aprendizagem síncrono e assíncrono. Desse modo, seguindo o cronograma preestabelecido, os encontros síncronos consistirão em aulas dialogas por meio da plataforma *Google Meet*. Poderão ser utilizados, também, no decorrer das aulas síncronas, dispositivos que permitem interação, como o *Kahoot*, *Padlet*, *Mentimeter*, chat, possibilitando trabalhar estratégias de sensibilização, mobilização e participação ativa do discente.

Já as atividades assíncronas, serão viabilizadas por meio do: SIGAA, *Google Drive* e/ou e-mails, ambientes virtuais que vão possibilitar aos discentes o acesso contínuo às orientações para realização de atividades, postagem e elaboração de atividades avaliativas, além de acesso a textos, vídeos, áudio, imagens. A frequência será aferida pela presença nos encontros síncronos mediante lista de presença, em dias e horários previstos no cronograma de atividades e também pela entrega dentro do prazo dos trabalhos solicitados.

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

O processo avaliativo será contínuo, processual e diluído ao longo do semestre.

Atividade I (individual)

Valor: 8,0
Relatório de escuta guiada (programação radiofônica local + nacional)
Data de entrega: 14/12/21

Atividades de classe e extraclasse

Valor: 2,0

Atividade II (em grupo)

Valor: 10,0

1) Produção de dois spots (30" cada)
Data de entrega e apresentação: 22/02/22

2) Produção de um jingle (1 min.)
Data de entrega e apresentação: 15/03/22

Obs: Entrega do relatório de participação

BIBLIOGRAFIA

Básicas:

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre, Sagra Luzzatto. 2000.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio. Um Guia Abrangente de Produção Radiofônica**. São Paulo, Summus, 2001.

NEUBERGER, Rachel. **O rádio na era da convergência das mídias**. Cruz das Almas: EDUFRB, 2012.

Complementares:

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

CASTELO BRANCO, R.; MARTENSEN, R. L.; REIS, F. (org.): **História da propaganda no Brasil**. São Paulo: Queroz, 1990.

CÉSAR, Cyro. **Como falar no rádio: prática de locução AM e FM**. São Paulo: Summus, 2009.

HAUSSMAN, Carl. MESSERE, Fritz. O'DONNELL, Lewis. BENOIT, Philip. **Rádio: produção, programação e performance**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

MAGNONI, Antonio Francisco; CARVALHO, Juliano M. de. (org.). **O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Ed. Senac, 2010.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DATAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
02/11/21 1º	FERIADO	FERIADO	FERIADO
09/11/21 2º	Apresentação docente e discente; Apresentação da ementa, conteúdo programático, estratégias de ensino e aprendizagem, formação do contrato pedagógico, apresentação do funcionamento do componente ao longo do semestre e dos prazos de entregas. Importância de repertório; Escuta atenta: a programação radiofônica. Divisão dos grupos; apresentação e escolhas dos temas.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; levantamento de conhecimentos prévio.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, levantamento bibliográfico. Obs: <u>A carga horárias de todas as aulas estão divididas em: 2h para aula síncrona e 4 h para atividades assíncronas, contabilizando 6h por aula.</u>
16/11/21 3º		Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula,	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual.

	Panorama da história da Comunicação, com destaque para a história do Rádio.	exibição de material audiovisual; resolução de tarefas. <u>Indicação de Leitura:</u> Cap. 1,2 e 3 de FERRARETO, Luiz Artur.	Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.
23/11/21 4°	A Era da Informação: <i>webrádio</i> , <i>podcast</i> : impactos para a publicidade. Rádio no Recôncavo: importância e desafios da produção local.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas. <u>Indicação de leitura:</u> Textos: 1) Memórias da radiodifusão em Cachoeira e São Félix (Alene da Silva Lins) 2) Rádio-poste: um estudo do serviço de linha modulada em Cachoeira-BA (Rachel Neuberger)	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.
30/11/21 5°	Gêneros e formatos radiofônicos	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas. <u>Indicação de Leitura:</u> 1) Cap. do livro: Gêneros Radiofônicos (André Barbosa)	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.
07/12/21 6°	A publicidade no rádio: definição de formatos dos anúncios.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas. <u>Indicação de leitura:</u> 1) Cap. livro: Propaganda no Rádio – os formatos de anúncio (Clóvis Reis)	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.
14/12/21 7°	A linguagem radiofônica: os quatro elementos Os novos formatos: mudanças na linguagem.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.

		Atenção: Data de Entrega do Relatório de Escuta	
01/02/22 8º	O texto radiofônico: entre a escrita e a voz.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.
08/02/22 9º	Os <i>Spots</i> publicitários	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas.	
15/02/22 10º	Orientação e acompanhamento da elaboração dos <u>spots</u>	Orientação dialogada; discussão coletiva sobre a produção dos <i>spots</i> ; resoluções de dúvidas.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.
22/02/22 11º	Apresentação dos <i>spots</i> (dois por equipe) <i>Avaliação por pares</i>	Apresentação de trabalho, com exibição do material finalizado.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.
01/03/21 12º	FERIADO	FERIADO	FERIADO
08/03/22 13º	<i>Jingles</i> : características e tipologias	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual.
15/03/22 14º	Apresentação dos <i>jingles</i> (um por equipe) <i>Avaliação por pares</i> Finalização da disciplina e avaliação do semestre.	Apresentação de trabalho final, com exibição do material finalizado. Avaliação do semestre.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual.

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO

SIM () NÃO (**x**)

Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA) - Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:
Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA) - Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC: - Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTES RESPONSÁVEIS NO SEMESTRE

Nome: **Ana Luisa de Castro Coimbra**

Assinatura:



Titulação: **Doutorado**

Em exercício na UFRB desde: **12/2019**

Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso	14/09/2021
 Coordenadora	
Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro	____/____/____
----- Presidente do Conselho Diretor do CAHL	



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO
DE COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO CAHL	CURSO BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
---------------------------------	---

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO GCAH794	TÍTULO Comunicação, Ciência e Tecnologia
--------------------------	--

ANO 2021	SEMESTRE 2021.1	MÓDULO DE DISCENTES 30
--------------------	---------------------------	----------------------------------

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	<input checked="" type="checkbox"/> OBRIGATÓRIA	<input type="checkbox"/> OPTATIVA
----------------	---	-----------------------------------

CARGA HORÁRIA					
T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL	
				SÍNCRONAS	ASSÍNCRONAS
85h			85h	28h (quartas-feiras, às 10h)	57h

**Teórica (T) / Prática (P) / Estágio (EST.)

EMENTA

Abordagem contemporânea para os entrelaces entre comunicação social, ciência e tecnologia. As interfaces comunicacionais para temas ligados ao meio ambiente e à sociedade. O jornalismo científico e as formas de divulgação das concepções, políticas e usos tecnológicos da sociedade.

OBJETIVOS

- Apresentar os principais debates epistemológicos sobre a Ciência e Tecnologia.
- Introduzir o campo da Divulgação Científica, suas principais características e importância numa contemporaneidade midiaticizada.
- Refletir sobre a importância do fomento, produção e circulação do saber científico em tempos de pós-verdade.
- Elaborar e aperfeiçoar a prática textual da divulgação científica.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- O que é Ciência e Tecnologia (C&T)

- Universidade e produção do saber científico
- Comunicação científica
- Divulgação científica
- Divulgação científica em tempos de fake news
- Avaliação 1
- Jornalismo científico e seus elementos principais
- Propaganda, Ciência e Tecnologia
- Oficina de divulgação científica – parte 1
- Mídia e tecnologia da C&T
- Ferramentas para divulgação científica

METODOLOGIA

ATIVIDADE SÍNCRONA (duração entre 1h e 2h): com aulas expositivas e participativas, a serem realizadas através da plataforma Google Meet, adotada pela instituição. A partir da revisão da literatura do campo e de exemplos mobilizados a partir da experiência da docente e discentes, os/as estudantes serão incentivados/as a contribuir com perguntas, sínteses criativas e/ou exemplos de suas experiências nas diversas realidades de interação com teorias, clientes, agências publicitárias, públicos, suportes midiáticos etc.

ATIVIDADE ASSÍNCRONA (duração entre 4h e 5h semanais): para sedimentação dos conteúdos trabalhados nas atividades síncronas e com vistas a criar um *continuum* de aprendizagem, os momentos assíncronos contarão com estratégias diversas – leitura e estudo dirigido, promoção de fóruns discursivos, pesquisa e produção textual-imagética, dentre outras. Para tanto, serão usadas ferramentas educativas diversas, tais como *wikis*, formulários online, *quizzes*, blogs, recursos audiovisuais, dentre outros.

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

Avaliação será processual. Busca-se, ao longo do curso, aferir o desempenho do/a discente, a partir da participação nas atividades propostas. Serão valoradas, principalmente, intervenções (teóricas e/ou práticas) que favoreçam a ampliação das perspectivas acerca do tema e/ou a desconstrução do senso comum vigente sobre os temas abordados, através de exemplos, indagações, comentários, dentre outras formas de participação no debate nas atividades síncronas e assíncronas. Para emissão de nota de avaliação, usaremos critérios diversos, distribuídos da seguinte forma:

Unidade 1 (total 10 pontos):

- Participação nos encontros síncronos: peso 2
- Mediação nos debates síncronos: peso 4
- Avaliação 1: peso 4

Unidade 2 (total 10 pontos):

- Apresentação oral (nota individual): peso 5
- Apresentação escrita (nota coletiva): peso 5

NOTA FINAL = $\frac{\text{unidade 1} + \text{unidade 2}}{2}$

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

- BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Científico no Brasil**. São Paulo: ECA/USP, 1988.
- CANCLINI, Nestor. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira. Cultura brasileira e indústria cultural**. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

Bibliografia Complementar:

- APPOLINÁRIO, Fabio. **Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa**, 2. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
- ARAÚJO, V.M.R. **Informação: instrumento de dominação e de submissão**. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 20, n. 1, p. 37-43, 1991.
- BERTOLLI, Claudio. **Elementos fundamentais para a prática do jornalismo científico**, 2006.
- BUENO, Wilson. **Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais**. *Informação & Informação*. Vol. 15, nº 1 esp. Londrina, UEL, 2010.
- CALDAS, Graça. **Comunicação, Educação e Cidadania: o papel do jornalismo científico**. In GUIMARÃES, Eduardo (Ed.). **Produção e Circulação do Conhecimento: política, ciência e divulgação**. Campinas: Pontes, 2003.
- CAMPOS, A.F.; RIBEIRO, L.A. **Representação de gênero na divulgação científica: uma análise da série Cosmos**. *Journal of Science Communication – América Latina*, v.2, 2019.
- CARNEIRO, Sueli. **A construção do outro como não-ser como fundamento do ser**. Tese (Doutorado em educação). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- HARAWAY, D. J. **Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial**. *Cadernos Pagu*, n. 5, 1995.
- MACHADO, M. B. **(Dis)funções da Publicidade e da Propaganda nos campos social, político e ambiental**. *Revista Brasileira de História da Mídia*. Vol. 7, 1, 2018.
- OLIVEIRA, André; GOMES, Patrícia. **Os limites da liberdade de expressão: fake news como ameaça à democracia**. *Revista de Direitos e Garantias Fundamentais*, v. 20, n. 2, p. 93-118, 2019.
- SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo: razão e emoção**. 2.ed. São Paulo: Hucitec, 1997.
- STANGERS, I. (2002). **A Invenção das Ciências Modernas**, Trad. Max Altman, São Paulo: Editora 34.
- VARELA, U. **Mediatização de ciência: uma abordagem conceitual e de aplicabilidades em pesquisas acadêmicas**. **Anais de Artigos do IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais**, v. 1 n. 4, 2021.
- VICTOR, C; CALDAS, G; BORTOLIEIRO, S. **Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: All Print Editora, 2009.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DATA	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
03/11	Apresentação do plano de curso - ementa, conteúdo programático, estratégias de ensino e aprendizagem e avaliação.	Atividade síncrona: aula dialogada, na plataforma Google Meet, para apresentação da turma, estabelecimento da dinâmica do curso e identificação de expectativas com relação ao componente. Atividade assíncrona: leitura dirigida (APOLINARIO, 2012).	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
10/11	O que é Ciência e Tecnologia (C&T)	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, articulada às questões da atividade assíncrona da semana anterior, com uso de exemplos práticos. Atividade assíncrona: fichamento (CARNEIRO, 2005) e articulação com filme de temática correlata.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
17/11	Universidade e produção do saber científico	Atividade síncrona: aula expositiva a partir dos fichamentos e trechos de imagens levantados na atividade assíncrona da semana anterior. Atividade assíncrona: fichamento (TARGINO, 1998).	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
24/11	Comunicação científica	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, articulada às questões da atividade assíncrona da semana anterior, com uso de exemplos práticos e mediação de estudantes. Atividade assíncrona: leitura dirigida (BERTOLLI, 2006)	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
01/12	Divulgação científica	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, articulada às questões da atividade assíncrona da semana anterior, com uso de exemplos práticos e mediação de estudantes. Atividade assíncrona: leitura dirigida (Oliveira e Gomes, 2019), escolha de	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h

		temática para pesquisa de três exemplos (dois formais e um informal) de divulgação científica	
08/12	Divulgação científica em tempos de fake news	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, com mediação de estudantes e resolução de tarefas. Atividade assíncrona: preparação de seminários “é fake ou é fato?”	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
15/12	Avaliação 1	Atividade síncrona: apresentação dos seminários “é fake ou fato?” Atividade assíncrona: construção de texto a partir dos parâmetros de Bueno (2010).	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
02/02	Jornalismo científico e seus elementos principais	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, articulada às questões da atividade assíncrona da semana anterior, com uso de exemplos práticos e mediação de estudantes. Atividade assíncrona: leitura dirigida: Machado (2018)	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
09/02	Propaganda, Ciência e Tecnologia	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, com mediação de estudantes e resolução de tarefas. Atividade assíncrona: produção do trabalho final.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
16/02	Oficina de divulgação científica – parte 1	Atividade síncrona: laboratório de produção textual, sob supervisão da professora. Atividade assíncrona: leitura dirigida (VARELA, 2020)	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
23/02	Mediatização da C&T	Atividade síncrona: aula expositiva e dialogada, com mediação de estudantes e resolução de tarefas. Orientação para avaliação final Atividade assíncrona: pesquisa e produção da avaliação final.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
02/03*			Atividade síncrona: 2h

	Oficina de divulgação científica – ferramentas digitais	Atividade síncrona: laboratório de produção textual e orientação das equipes para ajustes finais. Atividade assíncrona: finalização dos trabalhos de avaliação final	Atividade assíncrona: 4h Obs: feriado de Cinzas. Aula de reposição a ser agendada com estudantes
09/03	Apresentação de seminários	Apresentação dos seminários para avaliação Atividade assíncrona: entrega dos trabalhos escritos	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h
16/03	Avaliação do componente	Atividade síncrona: avaliação qualitativa, dialogada. Atividade assíncrona: avaliação do componente através de formulário online.	Atividade síncrona: 2h Atividade assíncrona: 4h

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO

SIM () NÃO (X)

Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

- Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTE RESPONSÁVEL NO SEMESTRE 2021.1

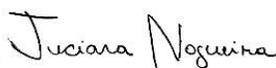
Nome: Josemira Silva Reis

Assinatura:



Titulação: Mestra

Em exercício na UFRB desde: 03/2021

Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso	14/09/2021
 Coordenadora	
Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro	____/____/____
<p>-----</p> Presidente do Conselho Diretor do CAHL	



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO
DE COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO CAHL	CURSO Bacharelado em Publicidade e Propaganda
---------------------------------	---

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO GCAH831	TÍTULO Ateliê de Criação Publicitária I
--------------------------	---

ANO 2021	SEMESTRE 1	MÓDULO DE DISCENTES 30
--------------------	----------------------	----------------------------------

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	<input checked="" type="checkbox"/>	OBRIGATÓRIA	<input type="checkbox"/>	OPTATIVA
----------------	-------------------------------------	--------------------	--------------------------	-----------------

CARGA HORÁRIA				
T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL
34	51		85	SÍNCRONAS
				ASSÍNCRONAS
				29H
				56H

**Teórica (T) / Prática (P) / Estágio (EST.)

EMENTA

O processo criativo. Métodos e exercícios de criatividade. A criação na publicidade e propaganda. A compreensão dos processos de produção publicitária e a experimentação de linguagens através de produtos laboratoriais. Semiótica e comunicação visual. Identidade e construção de marcas. Estética em propaganda. Noções de computação gráfica. Projeto gráfico, composição e programação visual.

OBJETIVOS

- Discutir questões processuais voltadas à criação publicitária na elaboração de peças e campanhas mais estrategicamente orientadas;
- Incentivar o processo de inferências e motivar análises mais aprofundadas entre palavra e imagem. Pensar criticamente a relação entre técnica e poética no processo criativo;
- Reconhecer a relevância das novas mídias como impulsionadoras da experimentação de linguagens na criação publicitária.
- Propiciar o desenvolvimento do senso estético e ético, a partir da compreensão da Semiótica como ciência geral da linguagem e dos sistemas de significação;
- Orientar a compreensão acerca da importância da Semiótica no exercício criativo e racional das atividades da Publicidade e Propaganda;
- Abordar a importância da aplicação dos princípios da computação gráfica na comunicação e na criação de interfaces e produtos digitais, ajustados ao mercado e aos interesses do público.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Conceito de criatividade e contextualização sobre características da linguagem publicitária

Processo criativo: as etapas da construção da ideia e a solução criativa para um problema de comunicação.

Recursos linguísticos: Sinonímia, antonímia, polissemia e intensificação do sentido

Público alvo e adequação da linguagem

Exercícios de criação –Técnicas para produção de textos publicitários: recursos estilísticos e ferramentas persuasivas

A Semiótica e a produção de sentidos

A Semiótica e sua aplicação em ferramentas de comunicação

Ferramentas da Gestalt na criação publicitária

As novas mídias e suas possibilidades criativas

A influência dos meios digitais na criação de narrativas

Planejamento de criação e estratégia criativa

Adequação do texto aos veículos e receptores

O título: características

Slogan: definições e tipos. Slogans clássicos. Criação de slogan

Criação de textos para mídia impressa e digital

- Estrutura do anúncio para mídia impressa (ilustração, título, texto, assinatura, slogan)
- Outdoor: criação para outdoor
- Mídia digital out of home – O que é?
- Criação para mídia out of home

METODOLOGIA

- A metodologia terá como eixo a prática constante de exercícios criativos e análise crítica de peças publicitárias, além da leitura de textos sobre teoria e prática da criatividade.

- Aulas dialogadas e interativas através da plataforma Google Meet
- Uso de textos e vídeos como suporte para trabalhar a metodologia da sala de aula invertida
- Oficinas de criatividade e elaboração de peças publicitárias a partir de briefing postado nas plataformas interativas
- Postagem de power points, links de vídeos publicitários e de conteúdos digitais atuais, contextualizados com temas trabalhados nas aulas.
- Uso de chat para compartilhamentos de matérias, artigos, postagens e comentários de trabalhos.
- Participação de profissionais do mercado convidados para apreciarem e darem contribuições críticas nas peças criadas pelos discentes

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A avaliação ocorrerá de forma contínua e processual, levando em conta a participação do discente em sala de aula e sua evolução durante o curso.

Proposta:

Avaliação I

- Elaboração de textos criativos em oficinas de criatividade na sala de aula online (2,0).
- Criação de peças publicitárias a partir de informações contidas no briefing postado no Google for education (3,0).
- Elaboração e apresentação de uma peça publicitária, a partir de um briefing, aplicando os conceitos da Gestalt, recursos linguísticos e percepção visual (4,0).
- Participação e frequência (1,0)

Avaliação II

- Divulgação do lançamento de um novo serviço especificado no briefing, utilizando mídia out of home e mídia alternativa. A abordagem para cada equipe deverá ser feita com base no público determinado em sorteio (4,0).
- Criação e apresentação de uma campanha de uma marca de produto ou serviço da categoria previamente sorteada em sala, no qual a estratégia criativa contemple o contexto atual da pandemia (5,0).
- Participação e frequência (1,0)

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica do Componente Curricular

- CARRASCOZA, João A. **A evolução do texto publicitário**. São paulo: Futura, 1994.
- DALTO, Darlene. **Processo de Criação**. São Paulo: Marco Zero, 1993.
- OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de criação**. Petrópolis: Vozes, 1999.

Bibliografia Complementar do Componente Curricular

- CARRASCOZA, João A. **Razão e sensibilidade no texto publicitário**. São Paulo: Futura, 2004.
- _____. **Redação Publicitária: estudos sobre a retórica do consumo**. São Paulo: Futura, 2003.
- CHLEBA, Márcio. **Marketing Digital - novas tecnologias e novos modelos de negócios**. São Paulo: Ed. Futura, 1999.
- GABRIEL, Marta. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas estratégias**. São Paulo: Novatec Editora, 2010
- GONÇALVES, Lilian S. **Neuromarketing aplicado à redação publicitária: descubra como atingir o subconsciente do seu consumidor**. São Paulo: Novatec Editora, 2013
- GUERRA, Fabiana; Terce, Mirela. **Design digital: conceitos e aplicações para websites, animações, vídeos e webgames**. Editora Senac São Paulo. Edição do Kindle.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- PEREZ, Clotilde. **Signos da marca: Expressividade e sensorialidade** – São Paulo: Cengage Learning, 2016
- PREDEBON, José. **Propaganda: profissionais ensinam como se faz**. São Paulo: Atlas, 2000.
- SANDMANN, Antônio José. **A linguagem da propaganda**. São Paulo: Contexto, 1993.
- SANTAELLA, L. **Semiótica aplicada**. São Paulo. Thomson Learning. 2002.
- SCHIAVON, Adriana. **Criativamente: Seu guia de criatividade em publicidade e propaganda**. Curitiba : Intersaberes, 2017

TORRANCE, Ellis Paul; TORRANCE, J. Pansy. Pode-se ensinar criatividade? São Paulo: Ed. Pedagógica e Universitária Ltda., 1974.

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio criativo na publicidade**. São Paulo: Loyola, 1999.

VON, Oech, Roger. Um “toc” na cuca. São Paulo: Cultura, 1998

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DATAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
04/11	Apresentação da docente e dos discentes e ambientação na plataforma. Apresentação do conteúdo, da metodologia e do processo avaliativo. Estabelecimento do contrato pedagógico. O que é pensamento criativo? Atividade de sondagem	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Apresentação dos docentes e discentes, discussão dos conteúdos a serem trabalhados e estabelecimento do contrato pedagógico. -Power point: O que é pensamento criativo? Atividades Assíncronas: -Leitura dirigida da introdução e do Cap.1 do livro Um “TOC” na cuca. (PDF será postado para os alunos) - Atividade de sondagem sobre criatividade para verificação do perfil criativo da turma.	2H síncronas. 4H assíncronas
11/11	A linguagem publicitária: Características e uso adequado dos recursos	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Aula expositiva dialogada e interativa. - Contextualização a partir de exemplos de campanhas publicitárias exibidas em mídias impressas e digitais. Atividades Assíncronas: -Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo. - Leitura dirigida do Cap.3 do livro Redação Publicitária (PDF será postado para os alunos) - Postagens e comentários no chat da atividade solicitada na aula anterior	2H síncronas. 4H assíncronas
18/11	Processo criativo e Relações Associativas: paradigma e rede semântica	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Aula expositiva dialogada e interativa. Oficina criativa Atividades Assíncronas:	2H síncronas 4H assíncronas

		<p>- Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo.</p> <p>-Atividade prática postada na plataforma digital: <u>Elaboração de peça publicitária com base no conteúdo Trabalhado em sala.</u> <u>(Atividade avaliativa)</u></p>	
25/11	Recursos linguísticos: Sinonímia, antonímia, polissemia e intensificação do sentido	<p>Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet</p> <p>-Aula expositiva dialogada e interativa.</p> <p>-Apresentação das peças criativas propostas na aula anterior.</p> <p>Atividades Assíncronas:</p> <p>-Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo.</p> <p>- Postagens e comentários no chat da peça solicitada na aula anterior</p>	2H síncronas. 4H assíncronas
02/12	O título e o slogan: componentes essenciais para a eficiência do anúncio publicitário	<p>Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet</p> <p>-Aula expositiva dialogada e interativa.</p> <p>Atividades Assíncronas:</p> <p>-Leitura dirigida dos Cap.1 e 4 do livro Redação publicitária. (PDF será postado para os alunos)</p> <p>- Exercício criativo de fixação postado na plataforma digital.</p>	2H síncronas. 4H assíncronas
09/12	A produção de sentidos através da semiótica. O corpo do texto publicitário	<p>Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet</p> <p>-Aula expositiva dialogada e interativa.</p> <p>Atividades Assíncronas:</p> <p>- Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo.</p> <p><u>-Briefing para criação de peça publicitária postado na plataforma digital.</u> <u>(Atividade avaliativa)</u></p>	2H síncronas. 4H assíncronas
16/12	Ferramentas da Gestalt na criação publicitária	<p>Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet</p> <p>-Aula expositiva dialogada e interativa.</p> <p>Atividades Assíncronas:</p> <p>- Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo.</p>	2H síncronas. 4H assíncronas

		- <u>Elaboração e apresentação de uma peça publicitária, a partir de um briefing. Aplicando os conceitos da Gestalt, recursos linguísticos e percepção visual (Atividade Avaliativa)</u> <u>Entrega:03/02</u>	
03/02	Criação de texto para mídia exterior Mídia Out of home	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Aula expositiva dialogada e interativa. Atividades Assíncronas: -Postagens e comentários no chat da peça solicitada na aula anterior - Pesquisar peças publicitárias criativas em mídia out of home.	2H síncronas. 4H assíncronas
10/02	As novas mídias e suas possibilidades criativas	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Aula expositiva dialogada e interativa. Atividades Assíncronas: - Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo. -Início da elaboração do projeto gráfico -Chat para orientação na elaboração do projeto gráfico	2H síncronas. 4H assíncronas
17/02	O Storytelling e as mídias digitais como impulsionadores da experimentação de linguagens na criação publicitária.	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet Aula expositiva dialogada e interativa. Atividades Assíncronas: - Entrega dos projetos - Postagem de materiais audiovisuais com a narrativa do Storytelling. - <u>Briefing para divulgação do lançamento de um novo serviço (Atividade avaliativa)</u>	2H síncronas. 4H assíncronas
24/02	Planejamento de criação e estratégia criativa	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet - Aula expositiva dialogada e interativa. Atividades Assíncronas: - Material da aula postado na plataforma digital para fixação do conteúdo. - <u>Briefing para campanha (Atividade avaliativa final)</u>	2H síncronas. 4H assíncronas

		-Sorteio pelo chat da ordem de atendimento das equipes para consultoria no dia 18/05	
03/03	Apresentação da Atividade avaliativa	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet - Apresentação dos materiais produzidos e considerações dos colegas e da docente com base no que foi apresentado e discutido em sala.	2H síncronas. 4H assíncronas
10/03	Consultoria e orientação de equipes para trabalho final	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet -Orientação das equipes separadamente na ordem previamente sorteada Atividades Assíncronas: - Reunião de equipes para desenvolvimento da atividade final	2H síncronas. 4H assíncronas
17/03	Apresentação final de apresentação de campanha. Feedback e Autoavaliação.	Encontro Síncrono na sala virtual do Google Meet Atividades Assíncronas: -Autoavaliação e avaliação do componente curricular no ambiente virtual através do google forms.	3H síncronas. 4H assíncronas

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO

SIM () NÃO (X)

Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

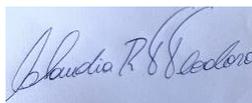
- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

- Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTE RESPONSÁVEL NO SEMESTRE 2021.1

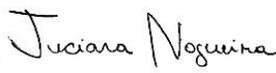
Nome: Claudia Regina Trindade Teodoro

Assinatura:



Titulação: Mestre

Em exercício na UFRB desde: 01/03/2021

Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso	14/09/2021
 Coordenadora	
Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro	____/____/____
<p>-----</p> Presidente do Conselho Diretor do CAHL	



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO
DE COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO CAHL	CURSO BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
---------------------------------	---

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO GCAH940	TÍTULO Promoção de Vendas
--------------------------	-------------------------------------

ANO 2021	SEMESTRE 2021.1	MÓDULO DE DISCENTES 20
--------------------	---------------------------	----------------------------------

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	<input checked="" type="checkbox"/>	OBRIGATÓRIA	<input type="checkbox"/>	OPTATIVA
----------------	-------------------------------------	--------------------	--------------------------	-----------------

CARGA HORÁRIA					
T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL	
				SÍNCRONAS	ASSÍNCRONAS
68			68	28	40

**Teórica (T) / Prática (P) / Estágio (EST.)

EMENTA

Conceitos, ferramentas e aplicações das Promoções de Vendas. Promoção de vendas para consumidores, intermediários e fornecedores. Relação entre ciclo de vida do produto e ações promocionais. Calendário Promocional. Atmosfera de compra. Merchandising. Plano de Promoção de Vendas.

OBJETIVOS

- Apresentar os conceitos relativos ao planejamento de Promoção de Vendas.
- Promover um debate sobre o campo da Promoção de Vendas e Merchandising.
- Desenvolver a capacidade de elaborar, estruturar e implementar um Plano de Promoção de Vendas.
- Habilitar o/a aluno/a a utilizar as técnicas de promoção de vendas e merchandising dentro do composto de Marketing.
- Estimular uma visão crítica sobre as ações e técnicas das Promoções de Vendas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Conceitos e histórico das Promoções de Vendas
2. Objetivos das ações de Promoção
3. Tipos de ação promocional
4. Promoção e Ciclo de vida do produto

5. Calendário Promocional

6. Planejamento Promocional

METODOLOGIA

A disciplina contará com atividades síncronas e assíncronas.

As aulas/atividades síncronas (cerca de 40% do total da carga horária da disciplina) acontecerão às sextas-feiras, às 10h da manhã, na plataforma GoogleMeet e terão formato dialogado, com a apresentação e discussão do conteúdo e a utilização de recursos audiovisuais (computador, câmeras, entre outros) e exposição do resultado das atividades pelos estudantes. As atividades assíncronas compõem cerca de 60% do total da carga horária da disciplina e compreendem as leituras, os estudos de caso, análises de produtos publicitários, preparação dos exercícios propostos, que serão acompanhados pelo SIGAA e contato através do WhatsApp.

Os assuntos serão abordados de maneira transversal e interdisciplinar, contando com a presença de convidados, que participarão de momentos síncronos da disciplina.

A frequência da disciplina será aferida a partir da presença do estudante na plataforma GoogleMeet nos dias e horários acordados, a execução das atividades assíncronas determinadas e a participação em discussões.

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A avaliação será processual e terá como atividades avaliativas as tarefas cadastradas no SIGAA, com duas atividades, totalizando 10 pontos, a saber:

1. Pesquisa e análise sobre Promoção de Vendas e Público-alvo – 2,0 pontos
2. Planejamento de Promoção de Vendas – Etapa 1 – 4,0 pontos
3. Planejamento de Promoção de Vendas – Etapa 2 – 4,0 pontos

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica do Componente Curricular

BLESSA, Regina. Merchandising no Ponto-de-venda. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DE SIMONI, João. Promoção de Vendas. Makron Books. 5ª ed. São Paulo, 2002.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, c2000.

Bibliografia Complementar do Componente Curricular

COBRA, Marcos. Marketing básico: uma abordagem brasileira. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 552 p. ISBN 9788522415403.

COSTA, Antônio R.; TALARICO, Edison de Gomes. Marketing Promocional. Descobrimos os Segredos do Mercado. São Paulo: Atlas, 1996.

GIACAGLIA, Maria Cecília. Organização de Eventos: Teoria e Prática. Thomson Pioneira. São Paulo, 2003.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

LAS CASAS, Alexandre. Marketing de Varejo. São Paulo: Atlas, 2000.

PANCRAZIO, Paulino da San. Promoção de Vendas: O gatilho do Marketing. São Paulo: Futura, 2000.

UNDERHILL, Paco. Vamos às compras: a ciência do consumo. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DATAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
05/novembro	Apresentação da disciplina, conteúdo, bibliografia, avaliações e cronograma	Atividade síncrona Leitura de texto	5h
12/novembro	Conceitos e histórico das Promoções de Vendas	Atividade síncrona Leitura de texto, participação em discussão assíncrona e observação de produtos publicitários	5h
19/novembro 26/novembro	Objetivos e Públicos das ações promocionais	Atividade síncrona Participação em discussão assíncrona e observação de produtos publicitários	10h
03/dezembro 10/dezembro	Ações Promocionais e Merchandising	Atividade síncrona Participação em discussão assíncrona e observação de produtos publicitários	10h
17/dezembro	Planejamento de Promoção de Vendas	Atividade síncrona Leitura de texto, participação em discussão assíncrona e confecção do Planejamento de Promoção de Vendas	5h
04/fevereiro	Promoção e Ciclo de vida do produto	Atividade síncrona Leitura de texto, participação em discussão assíncrona e observação de produtos publicitários	5h
11/fevereiro	Ações Promocionais em Programas de TV	Atividade síncrona Leitura de texto, participação em discussão assíncrona e observação de produtos publicitários	5h
18/fevereiro 25/fevereiro 04/março	Planejamento de Promoção de Vendas	Atividade síncrona Leitura de texto, participação em discussão assíncrona e confecção do Planejamento de Promoção de Vendas	15h
11/março	Apresentação dos Planejamentos	Atividade síncrona Leitura de texto, participação em discussão assíncrona e	5h

		confeção do Planejamento de Promoção de Vendas	
18/março	Finalização da disciplina	Atividade síncrona	3h

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO

SIM () NÃO (x)

Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

- Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTE RESPONSÁVEL NO SEMESTRE 2021.1

Nome: Dorotea Souza Bastos

Assinatura: Dorotea Souza Bastos

Titulação: Doutora

Em exercício na UFRB desde: 02/05/2016

Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso	14/09/2021
<p><i>Juciana Nogueira</i></p> <p>-----</p> <p>Coordenadora</p>	
Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro	____/____/____
<p>-----</p> <p>Presidente do Conselho Diretor do CAHL</p>	



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO
DE COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO	CURSO
Centro de Artes, Humanidades e Letras	Bacharelado em Publicidade e Propaganda

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO
GCAH 830	Oficina de produção audiovisual II

ANO	SEMESTRE	MÓDULO DE DISCENTES
2021	2021.1	20

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	X	OBRIGATÓRIA	OPTATIVA
----------------	----------	--------------------	-----------------

CARGA HORÁRIA

T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL	
				SÍNCRONAS	ASSÍNCRONAS
34h	51h		85h	2h, quarta-feira, de 10h às 12h Total: 24h	61h

**Teórica (T) / Prática (P) / Estágio (EST.)

EMENTA

A criação publicitária no meio televisão e no rádio. Criatividade e criação nos meios eletrônicos e digitais. Formatos de peças publicitárias utilizadas no rádio e na tevê. Criação, produção, direção, edição e finalização de áudio para textos publicitárias do rádio, televisão e outras produções em audiovisual.

OBJETIVOS

- Contextualizar o audiovisual, propondo uma análise sobre a construção da visualidade nos meios de comunicação;
- Apresentar a produção audiovisual em publicidade e propaganda;
- Discutir, criar e produzir produto publicitário para meios audiovisuais;
- Identificar as possibilidades desafiadoras de criação e produção audiovisual;
- Conhecer as etapas e elementos do projeto visual no audiovisual.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Criação da imagem nos meios audiovisuais
- Fundamentos, formatos e elementos do filme publicitário
- Linguagem audiovisual

- Pré-produção, produção e pós-produção de produtos audiovisuais
- Formatos de roteiro e *storyboard* do filme publicitário
- Direção, arte e fotografia na produção audiovisual para a publicidade
- Edição e montagem no filme publicitário
- Novos formatos e plataformas de divulgação dos produtos audiovisuais publicitários

METODOLOGIA

A metodologia pensada para lecionar o referido componente curricular ao longo deste semestre letivo, em conformidade às exigências de saúde coletiva devido ao contexto de pandemia pela COVID19, considera os parâmetros de uma didática pensada para o ensino remoto possibilitado pelo ambiente *online*. Para isso, atenta-se para uma série de características que envolvem desde um planejamento bem estruturado, como também objetivos claros do que se pretende com cada conteúdo; as competências a serem atingidas pelos estudantes; elaboração de estratégias de ensino-aprendizagem síncrono e assíncrono. Desse modo, seguindo o cronograma preestabelecido, os encontros síncronos consistirão em aulas dialogas por meio da plataforma *Google Meet*. Poderão ser utilizados, também, no decorrer das aulas síncronas, dispositivos que permitem interação, como o *Kahoot*, *Padlet*, *Mentimeter*, chat, possibilitando trabalhar estratégias de sensibilização, mobilização e participação ativa do discente.

Já as atividades assíncronas, serão viabilizadas por meio do: SIGAA, *Google Drive* e/ou e-mails, ambientes virtuais que vão possibilitar aos discentes o acesso contínuo às orientações para realização de atividades, postagem e elaboração de atividades avaliativas, além de acesso a textos, vídeos, áudio, imagens. A frequência será aferida pela presença nos encontros síncronos mediante lista de presença, em dias e horários previstos no cronograma de atividades e também pela entrega dentro do prazo dos trabalhos solicitados.

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

O processo avaliativo será contínuo, processual e diluído ao longo do semestre.

Atividade I (individual)

Valor: 9,0

Roteiro + Roteiro Técnico "retroativo" (a partir de escolha livre de algum comercial de 30 segundos).

Atividades de classe e extraclasse

Valor: 1,0

Atividade II (em grupo)

Valor: 10,0

1) Documentos de produção (*Briefing* + Roteiro + Roteiro Técnico + Decupagem de Produção)

2) Produção audiovisual de 30 segundos a partir do tema selecionado

Obs: Entrega do relatório de participação

BIBLIOGRAFIA

Básicas:

BELLOUR, Raymond. **Entre imagens: foto, cinema, vídeo**. Campinas: Papirus, 1997.

HOINEFF, Nelson. **A Nova Televisão: desmassificação e o impasse das grandes redes**. RJ: Relume Dumará, 1996.

MATTOS, Sérgio. **Um perfil da TV brasileira**. Salvador: ABAP, 1990.

Complementares:

BARRETO, Tiago. **Vende-se em 30 segundos**. São Paulo: Senac, 2004.

EDGAR-HUNT, Robert. **A linguagem do cinema**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XXI**. Salvador: EDUFBA, 2002.

MARCUSHI, Luiz A.; XAVIER, Antonio C. (Org.). **Hipertexto e gêneros digitais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

MOLETTA, Alex. **Você na tela**: criação audiovisual para a internet. São Paulo: Summus, 2019.

NOVAES, Adauto (Org.). **Rede imaginária**: televisão democracia. Rio de Janeiro, Companhia das Letras, 1991.

RODRIGUES, Chris. **O Cinema e a produção**. Rio de Janeiro, RJ: DP&A, 2002.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

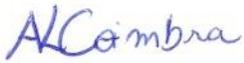
DATAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
03/11/21 1º	<p>Apresentação docente e discente; Apresentação da ementa, conteúdo programático, estratégias de ensino e aprendizagem, formação do contrato pedagógico, apresentação do funcionamento do componente ao longo do semestre e dos prazos de entregas.</p> <p>Importância de repertório; Assistir programação televisiva e ver os comerciais (anotar); Divisão dos grupos; apresentação e escolhas dos temas.</p>	<p>Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; levantamento de conhecimentos prévio.</p>	<p>Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual.</p> <p>Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, levantamento bibliográfico.</p> <p>Obs: <u>A carga horárias de todas as aulas estão divididas em: 2h para aula síncrona e 4 h para atividades assíncronas, contabilizando 6h por aula.</u></p>
10/11/21 2º	<p>A produção audiovisual para publicidade (tipos e formatos)</p> <p>A agência X produtora</p> <p>Equipe de profissionais envolvidos em uma produção audiovisual e suas funções.</p>	<p>Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas.</p> <p>Leituras indicadas:</p> <p>- Texto "O comercial publicitário", do livro: "Manual de produção de comerciais: luz, câmera, criação", de Tiago Barreto.</p> <p>- Capítulo V do livro "O cinema e a produção", de Chris Rodrigues, sobre "A equipe técnica".</p>	<p>Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual.</p> <p>Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.</p>

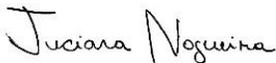
		<u>Leitura para a próxima aula:</u> Capítulo II do livro "O cinema e a produção", de Chris Rodrigues, sobre "Linguagem Cinematográfica".	
17/11/21 3º	Estudos da linguagem audiovisual. Planos, ângulos e movimentos de câmera.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.
24/11/21 4º	<u>Etapas de produção</u> A pré-produção O <i>Briefing</i> ; O desenvolvimento da ideia; Os documentos de produção; A importância do roteiro; Como fazer um roteiro para comercial.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas. Apresentação de "decupagem retroativa de roteiro" como exemplo de aprendizado.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.
01/12/21 5º	<u>Etapas de produção</u> A pré-produção Planejamento de produção; Decupagem do roteiro; Cronograma de gravação; Documentos de autorização; A importância das locações; Escolha de equipamentos.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas. Apresentação de "decupagem retroativa de produção" como exemplo de aprendizado.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.
08/12/21 6º	<u>Etapas de produção</u> A produção Execução da ideia; O <i>set</i> de filmagem; A captação do áudio; Iluminação (comportamento da luz); Cuidados na hora da gravação.	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.
15/12/21 7º	<u>Etapas de produção</u> A pós-produção A montagem e edição; Inserção dos efeitos (<i>lettering</i> , computação gráfica, cartelas, etc);	Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas. <u>Para próxima aula:</u>	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.

	<p>Escolha da trilha sonora.</p> <p>ATENÇÃO: Data final para entrega da Atividade I: roteiro + roteiro técnico "retroativo" (a partir de escolha livre de algum comercial de 30 segundos).</p>	<p>assistir ao vídeo "Conheça as soluções do mercado audiovisual diante da pandemia", disponível em https://www.youtube.com/watch?v=iXlpoRT9T0&feature=emb_title</p>	
02/02/22 8º	FERIADO	FERIADO	FERIADO
09/02/22 9º	<p>Novos modos de produção e estéticas contemporâneas:</p> <p>narrativas audiovisuais a partir da pandemia (estratégias, formatos, tendências).</p> <p>Proposta de Produção: passo a passo para elaboração.</p>	<p>Aula expositiva, dialogada; discussão coletiva dos temas propostos durante a aula, exibição de material audiovisual; resolução de tarefas.</p> <p>Discussão do vídeo: "Conheça as soluções do mercado audiovisual diante da pandemia"</p> <p>Mostrar o passo a passo para elaboração de uma "Proposta de Produção".</p>	<p>Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual.</p> <p>Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.</p>
16/02/22 10º	<p>Orientação Pré-Produção</p> <p>Apresentação e discussão da Proposta de Produção (precisa entregar/apresentar no momento da orientação); primeira versão do roteiro; decupagem de produção (inicial), cronograma de gravação.</p>	<p>Orientação dialogada; discussão coletiva sobre a pré-produção do trabalho final; resoluções de dúvidas.</p>	<p>Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual.</p> <p>Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.</p>
23/02/22 11º	<p>Orientação Pré-produção</p> <p>(Versão final do roteiro, apresentação e discussão do roteiro técnico).</p> <p>Esclarecimento de dúvidas sobre preenchimento da documentação.</p> <p>ATENÇÃO: Dia final para entrega dos documentos de produção: <i>Briefing</i>, Roteiro; Roteiro Técnico; Decupagem de Produção.</p>	<p>Orientação dialogada; discussão coletiva sobre a pré-produção do trabalho final; resoluções de dúvidas.</p>	<p>Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual.</p> <p>Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.</p>

02/03/21 12°	Feriado	Feriado	Feriado
09/03/22 13°	Orientação (pós produção) Acompanhamento e relato de produção. O que já foi gravado? Como foi gravado? (ver imagens brutas). O que precisará ser refeito? Acompanhamento de montagem: apresentação de imagens brutas e/ou primeiro corte de edição.	Orientação dialogada; discussão coletiva sobre a produção do trabalho final; resoluções de dúvidas.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual. Atividade assíncrona: leituras de textos indicados, realização de atividades práticas.
16/03/22 14°	Entrega e apresentação dos trabalhos finais. Finalização da disciplina e avaliação do semestre.	Apresentação de trabalho final, com exibição do vídeo finalizado. Avaliação do semestre.	Síncrona, com apresentação de slides, material audiovisual.

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO
SIM () NÃO (x)
Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA) - Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:
Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA) - Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC: - Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTE RESPONSÁVEL NO SEMESTRE 2021.1	
Nome: Ana Luisa de Castro Coimbra	Assinatura: 
Titulação: Doutorado	Em exercício na UFRB desde: 12/2019

Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso	14/09/2021
 Coordenadora	
Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro	____/____/____
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/> Presidente do Conselho Diretor do CAHL	



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE CURSO
DE COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO DE ENSINO	CURSO
CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS	BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO
CAH 797	PROJETO EM COMUNICAÇÃO

ANO	SEMESTRE	MÓDULO DE DISCENTES
2021/2022	2021.1	25

PRÉ-REQUISITO(S)

CO-REQUISITO(S)

CARÁTER	<input checked="" type="checkbox"/>	OBRIGATÓRIA	<input type="checkbox"/>	OPTATIVA
----------------	-------------------------------------	--------------------	--------------------------	-----------------

CARGA HORÁRIA				
T	P	EST.	TOTAL	ATIVIDADES NO ENSINO NÃO PRESENCIAL
85			85	SÍNCRONAS
				29h de aulas dialogadas (Google Meet)
				ASSÍNCRONAS
				56h

EMENTA

Especificidade da comunicação social como campo de conhecimento. Definição de objeto em comunicação. Linhas de pesquisa em comunicação. O projeto de pesquisa, o texto monográfico e os relatórios de pesquisa. Elaboração do projeto de pesquisa.

OBJETIVOS

- Facultar a compreensão do que é um projeto de pesquisa e suas especificidades: o projeto para monografia. O projeto para produto. Os diferentes tipos de produto contemplados. A estrutura básica de um projeto de pesquisa.
- Propiciar o estudo, compreensão e domínio das normas da ABNT.
- Promover a aplicação de técnicas para elaboração de textos de natureza científica com a execução de exercícios de fichamento, citação, resumo, revisão bibliográfica, organização das referências etc.) e suas diversas formas de apresentação, tais como artigos, resenhas, monografias, dissertações, teses e relatórios.
- Evidenciar a importância da metodologia da pesquisa e suas especificidades.
- Incentivar o desenvolvimento de estilo próprio e estimular a produção de textos adequados às exigências acadêmicas.
- Orientar a elaboração e apresentação de proposta de projeto de pesquisa para Trabalho de Conclusão de Curso em Publicidade e Propaganda.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Apresentação do componente, da ementa e modos de avaliação. As normas e regulamentos para elaboração de Trabalho de Conclusão de Curso. Exemplos de trabalhos realizados. Organização de trios para entrevista a docente. Sondagem sobre que tipo de projeto cada discente pretende fazer.
2. As diversas formas de apresentação do trabalho acadêmico: paper, ensaio, artigo, resenha, monografia, dissertação, tese. O que é um projeto de pesquisa e suas especificidades: o projeto para monografia. O projeto para produto. Os diferentes tipos de produto contemplados. A estrutura básica de um projeto de pesquisa.
3. Seminário: apresentações de monografias e produtos realizados por egressos.
4. Seminário: o perfil do orientador e possibilidades de orientação.
5. Oficina de temas e metodologias. O Tema. O objetivo. A Justificativa. Delimitação temporal. Orientações para elaboração e apresentação de proposta de projeto para Trabalho de Conclusão de Curso em Publicidade e Propaganda.
6. Referenciais teóricos. Aplicação de técnicas para elaboração de textos de natureza científica com a execução de exercícios de citação direta, indireta e resumo.
7. Seminário: Projeto em andamento - Apresentação do tema, objetivos, justificativa, referenciais teóricos. Procedimentos metodológicos. Possíveis ajustes. Curso: Normas ABNT aplicadas a trabalhos acadêmicos (20h). <https://avaacademico.ufrb.edu.br/login/index.php>
8. Orientações personalizadas para ajustes nos projetos.
9. Orientações personalizadas para ajustes nos projetos.
10. Orientações personalizadas para ajustes nos projetos.
11. Seminário – Projetos de Comunicação I – apresentação para professores convidados.
12. Seminário – Projetos de Comunicação II – apresentação para professores convidados.
13. Seminário – Projetos de Comunicação III – apresentação para professores convidados.
14. Avaliação do semestre. Comentários, críticas, sugestões.

METODOLOGIA

- Uso de Turma do Sigaa para registro e postagens dos assuntos, envio de Power Points, link para aulas, textos e notícias.
- Uso de plataforma digital para aulas dialogadas (Google Meet).
- Leitura de textos, realização de citação direta e indireta, resumo e entrevistas.
- Participação de egressos e professores convidados em seminários.
- Elaboração de projeto aplicando aspectos teóricos estudados.
- Apresentação de seminários.
- Análise dos trabalhos realizados e diálogos sobre os resultados alcançados.

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

Proposta para avaliação processual. Nota 1. Valor: 10 - Soma dos pontos das atividades das aulas 4, 7, 8 e 14.

Nota 2. Valor: 10 – Seminário – Apresentação de projeto.

- Aula 4 (Atividade assíncrona e síncrona). O perfil do orientador (Apresentação em trio. Valor: 3 pontos).
- Aula 7 Projeto em andamento - (Individual. Valor: 3 pontos)
- Aula 8 (Atividade assíncrona). Envio do certificado do curso Normas ABNT aplicadas a trabalhos acadêmicos (20h). (Individual. Valor: 2 ponto).
- Aula 13 (Atividade síncrona). Seminário – Apresentação de projeto (Valor: 10 pontos).
- Aula 14 - Questionário para autoavaliação (Valor: 2 ponto).

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica do Componente Curricular

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Pesquisa em Comunicação: Formulação de um modelo metodológico**. 9 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

LUBISCO, Nídia Maria Lienert; VIEIRA, Sônia Chagas. **Manual de estilo acadêmico: monografias, dissertações e teses**. 6 ed. Salvador: Edufba, 2019.

Bibliografia Complementar do Componente Curricular

AZEVEDO, Israel Belo de. **O prazer da produção científica**. Piracicaba: Ed. Unimep, 1995.

BOAVENTURA, Edivaldo M. **Metodologia da Pesquisa: monografia, dissertação, tese**. São Paulo: Atlas, 2004.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

Jorge Duarte & Barros, A. (Ed.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2014.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LEAL, Raimundo. **Fundamentos de metodologia científica**. Salvador: Egba, 1997.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Um discurso sobre as ciências**. 12. ed. Porto: Afrontamento, 2001.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez Editora, 2000.

SIQUEIRA, Sueli. **O trabalho e a pesquisa científica: Uma construção do conhecimento**. Governador Valadares, 1999.

YIN, Robert. **Conduzindo estudos de caso: coleta de evidências**. In: *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DATAS	CONTEÚDO	ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA DISCENTE
5/11	Aula 1 Apresentação do componente, da ementa e modos de avaliação. As normas e regulamentos para elaboração de Trabalho de Conclusão de Curso. Exemplos de trabalhos realizados. Organização de trios para entrevista a docente. Orientações para atividades. Sondagem sobre que tipo de projeto cada discente pretende fazer.	Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Aulas dialogadas. Organização de trios. Assíncronas: <ul style="list-style-type: none">Realização de entrevista com docenteInício da organização para apresentação de seminário. (apresentação no Seminário: o perfil do orientador e possibilidades de orientação - 26/11).	2 h síncronas. 4 h assíncronas.
12/11	Aula 2 As diversas formas de apresentação do trabalho acadêmico: paper, ensaio, artigo, resenha, monografia, dissertação, tese.	Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point. Assíncronas:	2 h síncronas. 4 h assíncronas.

	<p>O que é um projeto de pesquisa e suas especificidades: o projeto para monografia. O projeto para produto. Os diferentes tipos de produto contemplados. A estrutura básica de um projeto de pesquisa.</p> <p>Orientações para atividade.</p>	<ul style="list-style-type: none"> organização para apresentação de seminário. 	
19/11	<p>Aula 3</p> <p>Seminário: apresentações de monografias e produtos realizados por egressos.</p>	<p>Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Debate sobre os trabalhos apresentados.</p> <p>Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> conclusão da organização de apresentação de seminário para aula 4. </p>	2 h síncronas. 4 h assíncronas.
26/11	<p>Aula 4</p> <p>Seminário: o perfil do orientador e possibilidades de orientação.</p>	<p>Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Debate sobre os trabalhos.</p> <p>Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> Leitura recomendada início da elaboração do projeto de pesquisa – capa. Folha de rosto. </p>	2 h síncronas. 4 h assíncronas.
3/12	<p>Aula 5</p> <p>Oficina de temas e metodologias.</p> <p>O Tema. O objetivo. A Justificativa.</p> <p>Orientações para elaboração e apresentação de proposta de projeto para Trabalho de Conclusão de Curso em Publicidade e Propaganda.</p>	<p>Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point.</p> <p>Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> Leitura recomendada. Continuidade da elaboração do projeto de pesquisa – Definição do tema. Objetivo geral e Objetivos específicos. Justificativa. Delimitação temporal. </p>	2 h síncronas. 4 h assíncronas.
10/12	<p>Aula 6</p> <p>Referenciais teóricos.</p> <p>Aplicação de técnicas para elaboração de textos de natureza científica com a execução de exercícios de citação direta, indireta e resumo (Já ir preparando apresentação).</p>	<p>Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de Power Point.</p> <p>Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> Leitura recomendada. Continuidade da elaboração do projeto de pesquisa – Referenciais teóricos. </p>	2 h síncronas. 4 h assíncronas.
17/12	<p>Aula 7</p> <p>Seminário: Projeto em andamento - Apresentação</p>	<p>Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de seminário pela turma.</p>	3 h síncronas. 4 h assíncronas.

	do tema, objetivos, justificativa, referenciais teóricos, procedimentos metodológicos. Curso: Normas ABNT aplicadas a trabalhos acadêmicos (20h).	Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • curso Normas da ABNT. 	
4/2	Aula 8 Orientações personalizadas para ajustes nos projetos.	Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Análise, crítica e sugestões para possível aperfeiçoamento do projeto. Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • Revisão. 	2 h síncronas. 4 h assíncronas.
11/2	Aula 9 Orientações personalizadas para ajustes nos projetos.	Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Análise, crítica e sugestões para possível aperfeiçoamento do projeto. Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • Revisão e preparação de apresentação. 	2 h síncronas. 4 h assíncronas.
18/2	Aula 10 Orientações personalizadas para ajustes nos projetos.	Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Análise, crítica e sugestões para possível aperfeiçoamento do projeto. Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • Revisão e preparação de apresentação. 	2 h síncronas. 4 h assíncronas.
25/2	Aula 11 Seminário – Projetos de Comunicação – apresentação para professores convidados.	Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de seminário - bloco I. Comentários dos professores convidados. Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • Revisão final e envio do Projeto. 	2 h síncronas. 4 h assíncronas.
4/3	Aula 12 Seminário – Projetos de Comunicação – apresentação para professores convidados.	Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de seminário - bloco II. Comentários dos professores convidados. Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • Revisão final e envio do Projeto. 	2 h síncronas. 4 h assíncronas.
11/3	Aula 13 Seminário – Projetos de Comunicação – apresentação para professores convidados.	Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Apresentação de seminário - bloco III. Comentários dos professores convidados. Assíncronas: <ul style="list-style-type: none"> • Revisão final e envio do Projeto. 	2 h síncronas. 4 h assíncronas.

18/3	Aula 14 Avaliação do semestre. Comentários, críticas, sugestões.	Síncronas: uso de sala virtual Google Meet. Assíncronas: • Devolução dos projetos com eventuais correções e/ou sugestões para adequações.	2 h síncronas. 4 h assíncronas.
------	---	--	------------------------------------

USO DE ANIMAIS NAS ATIVIDADES DE ENSINO

SIM () NÃO (X)

Propostas submetidas à Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

Propostas aprovadas pela Comissão de Ética no Uso de Animal (CEUA)

- Indicar o número do processo cadastrado no SIPAC:

- Indicar o período de vigência do Protocolo Aprovado:

DOCENTES RESPONSÁVEIS NO SEMESTRE 2021.1

Nome: Juciara Maria Nogueira Barbosa Assinatura:
Titulação: Doutora Em exercício na UFRB desde: 14/09/2011



Alene da Silva Lins Assinatura:
Titulação: Doutora Em exercício na UFRB desde: 10/2006



Data de Aprovação em Reunião do Colegiado do Curso	14/09/2021
 Coordenadora	
Data de Homologação em Reunião do Conselho Diretor do Centro	_____/_____/_____
<p>-----</p> Presidente do Conselho Diretor do CAHL	