

EMENTÁRIO DO CURO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

LET 02630 – LÍNGUA PORTUGUESA

Noções gerais da língua portuguesa. Leitura e produção de diferentes tipos de textos, em especial os relativos à comunicação de massa. Os tipos de organização textual: narração, descrição e dissertação.

COS 04945 – HISTÓRIA DOS SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL

As condições históricas do surgimento e da formação de um público leitor, do século XVI ao XVIII. O surgimento da imprensa, do rádio, da TV e do cinema e seus contextos. Os meios de comunicação no Brasil. História da imprensa e da Publicidade e Propaganda. O domínio da censura sobre a informação no Brasil: 1500-1822. A mídia e os jornalistas no processo da independência política do Brasil, na queda do Império e na campanha republicana, a irreverência dos pasquins. A imprensa e o rádio, da República Velha até o Estado Novo: a presença censória do Estado. A mídia e os jornalistas dos anos 50 aos 60: a constituição de um mercado de trabalho e a ação política e social. O movimento de 64: as opções ideológicas da categoria. O período de 68 aos anos 80: as censuras e as resistências ao arbítrio. A formação do jornalista e do publicitário no Brasil: das redações e associações às escolas e aos sindicatos. A mídia e os perfis profissionais contemporâneos.

CSO 04684 – ESTRUTURAS SOCIAIS E SISTEMAS POLÍTICOS

Análise das estruturas sociais e sua relação com o sistema político: a emergência do Estado Moderno.

COS 04946 – COMUNICAÇÃO VISUAL

A visualidade e a visibilidade como condição da comunicação contemporânea. A importância da imagem e a criação de cenários imagéticos passíveis de serem comunicados. Compreensão dos elementos da comunicação visual voltados para a imagem de instituições e eventos. Breve histórico da evolução dos meios de expressão visual. Visão e percepção de espaço, tempo, movimento e ritmo. Elementos básicos da comunicação visual: ponto, linha, forma... Estrutura, tipologia e características das imagens fixas e em movimento. O abstrato, o figurativo e o simbólico na imagem. A mensagem visual no processo da comunicação: a estratégia do autor e do leitor. Funções sociais e artísticas da imagem. Exercícios teóricos e práticos de percepção e operação dos códigos visuais.

COS 04823 – HISTÓRIA DA ARTE

Introdução à História da Arte ocidental. Panorama histórico dos movimentos artísticos. As tendências da arte contemporânea. Conceitos básicos da História da Arte. Teorias da Arte; com ênfase nos movimentos que formam a compreensão moderna da arte. Arte na sociedade complexa e mediatizada. Arte e publicidade; arte e mercado.

COS 04824 – TEORIAS E PRÁTICAS DE CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA

A agência de propaganda, sua estrutura, sua função e seus profissionais. A função e os objetivos da publicidade e propaganda. A linguagem publicitária: características teóricas e técnicas. Teorias e exercícios de criação publicitária. Manipulação dos códigos sonoros e visuais na criação da mensagem publicitária. Conceitos e técnicas de informação, argumentação e motivação na estratégia publicitária.

LET 02029 – PRÁTICA DE REDAÇÃO I

Trabalho prático de produção e análise de diferentes tipos de textos informativos, argumentativos e persuasivos.

COS 04826 – ESTÉTICA E LINGUAGEM AUDIOVISUAL

Introdução à estética: conhecimento "ingênuo" e conhecimento "culto". Estética e o objeto de análise; estética e o sujeito de análise. Estética e percepção. O belo, o feio, o sublime, o trágico, o cômico e o grotesco. Estética no mundo contemporâneo e apropriação midiática do universo das categorias estéticas. Formação do gosto e mercado. Estética e semiótica. A imagem como particularidade narrativa e representativa. Mundo imagético.

COS 04827 – TEORIAS DA COMUNICAÇÃO: PERSPECTIVAS HISTÓRICAS

Panorama das diversas correntes teóricas da comunicação de massa. Contribuições interdisciplinares para a constituição de uma teoria da comunicação.

COS 04854 – TEORIAS E PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS PARA MEIOS IMPRESSOS

Manipulação dos códigos visuais na criação da mensagem publicitária para meios impressos. Criação, análise e crítica de anúncios publicitários para meios impressos. Criatividade e adequação da produção de anúncios impressos aos objetivos da publicidade e propaganda.

COS 04857 – PRODUÇÃO GRÁFICA

Tipologia. Medidas gráficas. Técnicas de composição e de impressão e suas implicações. Estética aplicada ao material gráfico. Aspectos gerais da forma e da composição. Elementos da forma e da composição. Características do anúncio gráfico. O lay out. A arte final. Cor: teoria, classificação, combinação e aplicação. Lay out para rótulos, anúncios, cartazes, painéis e promoção de vendas.

FIL 00428 – INTRODUÇÃO À FILOSOFIA

Aproximação à filosofia. As correntes filosóficas contemporâneas. Filosofia e educação. Antropologia e Filosofia. Filosofia e história. Filosofia e tecnologia. Filosofia e ciência.

PSO 03559 – INTRODUÇÃO À PSICOLOGIA SOCIAL

Localização histórica da Psicologia. Psicologia social no contexto do conhecimento psicológico. Métodos da Psicologia social. A estrutura psicossocial do homem.

LET 02030 – PRÁTICA DE REDAÇÃO II

Trabalho prático de produção e análise de diferentes tipos de textos. Conceitos e técnicas de construção de textos informativos, argumentativos e persuasivos.

COS 04828 – TEORIAS DA COMUNICAÇÃO: PERSPECTIVAS CONTEMPORÂNEAS

Panorama das diversas correntes teóricas da comunicação contemporâneas. As teorias latino-americanas. Os principais estudos brasileiros.

COS 04859 – TEORIAS E PRÁTICAS DE LINGUAGEM VISUAL: FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA I

Breve histórico da técnica e da arte fotográfica: os principais precursores e movimentos. Estruturas, tipos, características e funcionamento de câmeras fotográficas. Ótica fotográfica. Produtos e materiais químicos fotográficos. Linguagem e expressão fotográfica. Gêneros, usos e aplicações da fotografia em Publicidade e Propaganda. Iluminação e estúdio fotográfico. Organização e funcionamento de laboratórios fotográficos. Revelação do filme e do papel fotográfico. Preservação de material fotográfico. Produção e leitura fotográfica.

CSO 01561 – ANTROPOLOGIA CULTURAL

Trajetórias constituintes da antropologia: as questões, conceitos e temas principais. Cultura: principais perspectivas de análise sobre simbolismo e imaginário. Formação cultural latino-americana e brasileira. Dimensões contemporâneas.

COS 04831 – SEMIÓTICA E COMUNICAÇÃO

Introdução à Semiótica. Principais vertentes semióticas e seus autores. Principais conceitos em semiótica. Teoria geral dos signos. Pragmática, Retórica e Discurso. Semiótica e comunicação social; semiótica e mídia.

COS 04832 – COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Processos e estruturas de comunicação nas organizações. Rotinas de produção e gestão da comunicação. Articulação dos processos de comunicação com as demais iniciativas e políticas da organização. Concepção de projetos e produtos de comunicação. Avaliação da eficácia da ação comunicativa nas organizações. Experiências relevantes em diversos tipos de organização.

CSO 02036 – SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO

Debate da contemporaneidade: globalização, cultura e novas formas de sociabilidade. As novas tecnologias e sua relação com a produção e recepção da mídia.

COS 04862 – TEORIAS E PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS PARA MEIOS ELETRÔNICOS: RÁDIO

Manipulação dos códigos sonoros utilizados na criação da mensagem publicitária para rádio. Criação, análise e crítica de anúncios radiofônicos. Criatividade e adequação técnica da produção de anúncios radiofônicos aos objetivos da publicidade e propaganda. Redação publicitária para rádio.

COS 04863 – PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RÁDIO

Técnicas de produção para rádio. Estudo teórico e prático sobre a publicidade no rádio brasileiro. Contato direto com emissoras de rádio locais. Jingles e spots. Trabalho em laboratório. Alternativas não comerciais de produção publicitária para rádio.

COS 04835 – LEGISLAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Lei de imprensa, legislação de telecomunicações. Instituições dedicadas à regulamentação da comunicação. Delitos, contravenções, crimes. Responsabilidade, reparação por dano moral, multas, detenção. A Constituição Brasileira. O Estado Democrático de Direito. Os direitos humanos. A proteção dos direitos humanos na ordem brasileira. Leis especiais. O direito à informação e o direito de comunicar. Legislação em Jornalismo e em Publicidade e Propaganda.

COS 04946 – TEORIAS E PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS PARA MEIOS ELETRÔNICOS: TV

Manipulação dos códigos sonoros e visuais utilizados na criação da mensagem publicitária para a TV. Criação, análise e crítica de anúncios televisivos. Criatividade e adequação técnica da produção de anúncios televisivos aos objetivos da publicidade e propaganda.

COS 04866 – PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM VÍDEO

Técnicas de produção publicitária para TV e cinema. Estudo teórico e prático sobre a publicidade na televisão e cinema brasileiros. Vídeo-tape e filmes. Contato direto com emissoras de TV locais. Trabalho em laboratório. Alternativas não comerciais de produção publicitária para TV e cinema.

COS 04867 – TEORIAS E PRÁTICAS DE LINGUAGEM VISUAL: FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA II

Técnicas avançadas de estúdio e iluminação artificial. Diferentes técnicas de manipulação da imagem fotográfica. Estudo da fotografia aplicada à publicidade, criação e produção de fotografia publicitária. Principais movimentos da fotografia artística. Fotografia digital e técnicas de manipulação de fotografia digital. Noções de fotografia na imagem em movimento.

COS 04839 – TEORIAS DA OPINIÃO PÚBLICA

Opinião pública: raízes históricas do conceito. Tipo de comportamento coletivo. Multidão e massa. Conceituação de público e de opinião pública. Natureza, formação e conteúdo da opinião pública. Pesquisa de opinião pública.

COS 04869 – GÊNEROS, ESTILOS E DISCURSOS DA PUBLICIDADE

A enunciação lingüística e a escritura publicitária. Os parâmetros da enunciação. A diversidade dos modos enunciativos. A fala e a escrita. Língua e funções. Aspectos lógicos, contextuais e situacionais do significado. Sentido, significação e significado. Organização do discurso: os recursos da linguagem. A ética e a expressividade no texto publicitário. As formas de organização da produção publicitária.

COS 04841 – MARKETING E COMUNICAÇÃO

Conceituação de Marketing. A importância do marketing, da comunicação e do planejamento estratégico para as organizações. As organizações e seus produtos: bens, serviços e ideias. Marketing institucional e imagem de marca. Comportamento do consumidor. Globalização e segmentação de mercados.

FIL 04842 – FILOSOFIA E ÉTICA

Os fundamentos da Ética – os elementos fundamentais constitutivos do ser ético: consciência, liberdade, o bem, os valores morais, meios e fins. O caráter pessoal do ser humano. Os objetivos da ética: subjetivo e objetivo. O conhecimento teórico, prático e técnico. A ética e as outras ciências: economia, política, sociologia, direito e teologia. Ética e comunicação na sociedade contemporânea.

COS 04872 – TEORIAS E PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS E NOVAS TECNOLOGIAS

A linguagem publicitária e as redes mundiais de informação. Ciberespaço, Internet, Hipertexto e Hipermídia: conceitos e características. O computador e a digitalização dos signos audiovisuais. Interface e interatividade: desafios para o fazer publicitário. Descentralização e desterritorialização: novos mercados e nova sensibilidade. A inteligência coletiva.

COS 04873 – TEORIAS E PRÁTICAS DE LINGUAGEM VISUAL: DESIGN PARA MÍDIA DIGITAL

Características de linguagem visual nos meios digitais Aspectos gerais e elementos da forma e da composição. Cor: teoria, classificação, combinação e aplicação. Hipermídia, interatividade e arquitetura da informação. Criação de anúncios e produtos para internet e suportes digitais.

COS 04874 – ATENDIMENTO

As relações profissionais entre agência e cliente, o papel do cliente na definição dos objetivos e metas de campanhas publicitárias. A delimitação e a importância do setor de atendimento numa agência: competências e atributos profissionais. Como conhecer e interagir com o cliente. Métodos e práticas de atendimento. Processos de elaboração e interpretação do *briefing*. O atendimento e a imagem da agência.

COS 04875 – PROJETO ESPECIAL EM PUBLICIDADE

COS 04845 – ESTUDOS DE MERCADO E GESTÃO DE EMPREENDIMENTOS, PROJETOS E PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO

Conhecimento global do funcionamento do sistema empresarial. A empresa de comunicação: conhecimento do papel de empresa de comunicação na vida econômica. As principais funções administrativas de uma empresa jornalística. Organização, planejamento, controle e direção de empresas jornalísticas. Constituição de novos empreendimentos em comunicação. Desenvolvimento de produto; interação com o mercado: como conhecer seus desejos, antecipar-se às necessidades e criar necessidades. O marketing para novos produtos e novos mercados.

COS 04846 – MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

A pesquisa (conceitos, objetivos e classificações). Tipos de pesquisa. Etapas de uma pesquisa, organização da base teórica. Instrumentos para coleta de dados (o questionário e a entrevista). Paradigmas científicos da pesquisa em comunicação. Planejamento de um projeto de comunicação.

COS 04878 – PLANEJAMENTO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Planejamento de campanhas de propaganda. A análise do produto. O mercado e a concorrência. O posicionamento. O consumidor-alvo. Os dados da pesquisa e os rétestes em funções de produto. A otimização da verba. O atendimento ao cliente. O briefing.

COS 04879 – MÍDIA

Levantamento de dados. Tabulação e análise de dados sobre circulação, audiência e seleção de veículo para mensagem publicitária. Frequência das inserções. Orçamentos.

CSO 02942 – FORMAÇÃO SÓCIO-ECONÔMICA E POLÍTICA DO ES

O processo de formação do Espírito Santo no período colonial. A forma de inserção do ES na expansão da economia cafeeira capitalista. As especificidades do ES no contexto das transformações sócio-econômicas e políticas do Brasil até fins dos anos 60. As transformações ocorridas no ES a partir dos anos 70. As especificidades da modernização conservadora no ES: aspectos políticos, econômicos, sociais, culturais, tecnológicos e ambientais. As perspectivas futuras.

COS 04880 – PROJETOS EXPERIMENTAIS EM PUBLICIDADE

Aplicação de teorias, métodos e técnicas para desenvolvimento de projetos ou produtos em Publicidade e Propaganda e de pesquisa de interesse científico nas áreas.