



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus Goiabeiras	
Curso: Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 17/07/2023			
Docente Responsável: Lívia Silva de Souza			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/9579821848792166			
Disciplina: Projeto Especial em PP		Código: COS04875	
Pré-requisito:	Nenhum	Carga Horária Semestral: 30h	
Créditos	Distribuição da Carga Horária Semanal		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	15h	15h	0
Ementa: O cenário do mercado publicitário. Brand- Construção de marca. Estratégias publicitárias. O Place Branding. Marca- cidade. Paisagem urbana. Espaços Públicos. Elaboração de projeto de Place Branding.			
Objetivo geral: Elaborar um projeto de Place Branding.			
Objetivos específicos: <ol style="list-style-type: none">1. Conhecer os e os atributos da construção das marcas.2. Compreender a função da estratégia publicitária no contexto da paisagem urbana e no espaço público.3. Conhecer a ocupação do mercado publicitário nas ruas e avenidas das cidades.4. Identificar os fatores relevantes do Place Branding.5. Compreender os conceitos do design centrado no usuário.6. Aplicar um projeto de place branding à elaboração de um aplicativo de turismo			

Conteúdo Programático

Unidade 1 – Branding e construção de marcas

1.1. As marcas e seus sentidos.

1.2. Construção e gestão de marcas.

Unidade 2 – O place branding

2.1. Place branding: marca país e marca cidade.

2.2. Os desdobramentos da comunicação de rua.

2.3. Elaboração de projeto de place branding.

Unidade 3 – Elaboração de aplicativos

3.1. Design centrado no usuário: o que ele é ou não é?

3.2. Como classificar usuários e sintetizar informações relevantes. Encontrando e estruturando problemas.

3.3. Estrutura de projeto: da missão ao protótipo.

3.4. Das metas de experiência do usuário às soluções criativas.

3.5. Testes A/B para feedback. Testes de usabilidade. Plano de testes.

3.6. Pitch – como apresentar projetos.

Metodologia:

Aulas expositivas dialogadas;

Estudos de caso;

Brainstorm;

Atividades práticas orientadas.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

A avaliação será composta de duas notas:

- Projeto de place branding: 5,0
- Projeto de aplicativo: 5,0

Bibliografia básica:

Esteves. C.(2016). *Place branding*, São Paulo: Simonsen.

Cullen, G. (2018). *Paisagem urbana*. Lisboa: Edições 70.

Peixoto, N. B. (2003). *Paisagens urbanas*: São Paulo: SENAC

Bibliografia complementar:

Certeau, M. (1994). *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes.

Ferrando, D. (2018). The city as advertising in. *Amateur Cities*

Lynch, K. (2014). *A Imagem da Cidade*. Lisboa: Edições 70.

Esteves,C(2021). Cidade antifrágil. Santos: Realejo Livros.

Tardin, R.(2008). Espaços livres. Rio de Janeiro: 7 letras.

VASCONCELOS, Osvaldo; VIEIRA, Manuela; CAL, Danila. Vitrine virtual: comunicação, práticas corporais e sociabilidade no Grindr. In: Verso e Reverso - Unisinos, 31(76): 36-45, janeiro-abril 2017. doi: 10.4013/ver.2016.31.76.04

CRONOGRAMA

AULA 1 – 15/08 | Apresentação da disciplina, bibliografia e critérios de avaliação. 1.1. As marcas e seus sentidos.

AULA 2 – 22/08 | 1.1. As marcas e seus sentidos. 1.2. Construção e gestão de marcas. Aula expositiva dialogada.

AULA 3 - 29/08 | 1.2. Construção e gestão de marcas. Estudo de caso.

AULA 4 – 05/09 | 2.1. Place branding: marca país e marca cidade. Aula expositiva.

Aula 5 – 12/09 | 2.2. Os desdobramentos da comunicação de rua. Estudo de caso.

AULA 6 – 19/09 | 2.3 Elaboração de projeto de place branding. Projeto prático. Definição de objeto e plataforma de marca. Apresentação na próxima aula (26/09)

AULA 7 – 26/09 | 2.3 Elaboração de projeto de place branding.

Atividade avaliativa: entrega e apresentação dos projetos de place branding. (5,0)

AULA 8 – 03/10 | 3.1. Design centrado no usuário: o que ele é ou não é? Aula expositiva.

AULA 9 – 10/10 | 3.2. Como classificar usuários e sintetizar informações relevantes. Encontrando e estruturando problemas. Aula expositiva e estudo de caso.

AULA 10 – 17/10 | 3.3. Estrutura de projeto: da missão ao protótipo. Aula expositiva e brainstorm.

AULA 11 – 24/10 | 3.4. Das metas de experiência do usuário às soluções criativas. Desenvolvimento de projeto. Noções de Figma.

AULA 12 – 31/10 | 3.5. Testes A/B para feedback. Testes de usabilidade. Plano de testes. Desenvolvimento do projeto no Figma.

AULA 13 – 07/11 | 3.6. Pitch – como apresentar projetos.

AULA 14 – 14/11 | Orientação dos trabalhos finais.

AULA 15 – 21/11 | **Atividade avaliativa:** Apresentação e entrega dos aplicativos (5,0).

AULA 16 – 28/11 | Devolutiva dos trabalhos. Avaliação dos alunos sobre a disciplina e seu processo de aprendizado.

AULA 17 – 05/12 | **Prova final.** Encerramento da disciplina.

PROFESSOR: Livia Silva de Souza

EMAIL: livia.souza.37@ufes.br