



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

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus: Goiabeiras	
Curso: Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 25 de agosto de 2022			
Docente Responsável: Flávia Mayer dos Santos Souza			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/7612159350183081			
Disciplina: Projeto Especial em Publicidade e Propaganda		Código: COS04875	
Pré-requisito:		Carga Horária Semestral: 30h	
Créditos: 3	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	15	15	
Ementa: O cenário atual do mercado publicitário: agências de publicidade e arranjos emergentes. A área de criação publicitária. A criação publicitária contemporânea: características e experimentações.			
Objetivo geral: Elaborar campanhas publicitárias, considerando os caminhos e formatos emergentes.			
Objetivos específicos: 1. Compreender a função da criação publicitária, no contexto atual; 2. Conhecer as características da publicidade contemporânea; 3. Analisar e criar peças publicitárias em diferentes formatos, possibilitando experimentações no âmbito da criação, produção e veiculação.			

Conteúdo Programático

Unidade I: O cenário atual do mercado publicitário
As agências de publicidade e os arranjos emergentes
A área de criação publicitária, organogramas, fluxos de trabalho e funções

Unidade II: Criação publicitária
Características da publicidade contemporânea
Processo criativo
Linguagens e experimentações
Cases, campanhas publicitárias, boards e portfólio

Metodologia:

Aulas expositivas e dialogadas;
Aprendizado baseado em projetos;
Consultas a revistas e sites como: Meio e Mensagem e Clube de Criação;
Análise e criação de peças publicitárias;
Debate com convidados da área de criação publicitária.

Os recursos técnicos necessários são: lousa, equipamento com acesso à internet e projetor

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

As avaliações serão feitas em 2 modalidades:

A) Exercícios de criação publicitária (criação de campanhas e boards individuais, bem como apresentação, em dupla ou em grupo sobre o conteúdo programático da disciplina) - 6 pontos

B) Portfólio (digital e impresso) - 4 pontos

Os exercícios de criação publicitária propostos nos itens A irão privilegiar festivais e prêmios da área de publicidade, como Festival do Clube de Criação, Colibri, Fenapro, Ecos Mostra e Expocom.

No final do período, os alunos que tiverem a frequência mínima e não alcançarem média 7.0 farão uma prova final teórica abrangendo todo o conteúdo da disciplina.

Bibliografia básica:

BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade no trabalho e na vida**. São Paulo: Summus, 2014.

CARRASCOZA, João Anzanello. **Do caos à criação publicitária**: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade. São Paulo: Saraiva, 2008.

COVALESKI, Rogério. **Cinema e publicidade**: intertextos e hibridismos. Rio de Janeiro, RJ: Confraria do vento, 2015.

Bibliografia complementar:

CRUZ, Agnes Guimarães. Como a inteligência Artificial está reinventando a nossa ideia de marca. Disponível em: <https://www.b9.com.br/78918/como-a-inteligencia-artificial-esta-reinventando-a-nossa-ideia-de-marca/> Acesso em: 20 ago. 2022.

COVALESKI, Rogério (Org.). **Da publicidade ao consumo**: ativismos, reconfigurações, interações. Recife: Ed. UFPE, 2020.

HANSEN, Fábio; PETERMAN, Juliana; CORREA, Rodrigo Stéfani. **Criação publicitária**: desafios no ensino. Porto Alegre: Sulina, 2020.

LUPTON, Ellen. **O design como storytelling**. São Paulo: Olhares, 2022.

RABELO, Cláudio. **Faixa Preta em Publicidade e Propaganda**: um guia com os novos conceitos, contextos e ferramentas. Vitória: GSA, 2018.

Cronograma**Aulas 1 a 4:**

Unidade I: O cenário atual do mercado publicitário

As agências de publicidade e os arranjos emergentes

A área de criação publicitária, organogramas, fluxos de trabalho e funções

Encontro com egressos do curso de Publicidade e profissionais do mercado

Aula 5 a 12:

Unidade II: Criação publicitária

Características da publicidade contemporânea

Processo criativo

Linguagens e experimentações

Cases, campanhas publicitárias, boards e portfólio

Exercícios de criação publicitária

Aulas 13, 14 e 15:

Unidade II: Criação publicitária

Apresentação dos portfólios elaborados na disciplina

Professora Flávia Mayer dos S. Souza – flavia.mayer@uol.com.br