

Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ()	Eixo Universal ()
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - CRIAÇÃO		Núcleo Temático: LINGUAGENS, TÉCNICAS E TECNOLOGIAS	
Nome do Componente Curricular: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL		Código do Componente Curricular: ENEC50875	
Carga horária: 4 horas aula 64h/ 76ha	() Sala de aula (X) Laboratório () EaD	Etapa: 5	
<p>Ementa:</p> <p>Análise das práticas configuradas de atuação no mercado de produção audiovisual e as variáveis que o envolvem. Estabelecimento da cadeia de produção, atividades e funções de cada nas esferas da pré-produção, produção e pós produção.</p>			
<p>Conteúdo Programático</p> <p>Conceitos básicos da Linguagem audiovisual (enquadramento, movimentos e ângulos de câmera, composição da imagem) revisados e aplicados a exercícios práticos com utilização de equipe e equipamentos adequados</p> <p>Etapas de Realização Audiovisual e funções correlatas revisadas e aplicadas a exercícios práticos</p> <p>Edição (operação de software)</p> <p>Publicidade audiovisual: características e exemplos</p> <p>Publicidade audiovisual: remake</p> <p>Publicidade audiovisual: comercial autoral (formatos 15", 30" e 1 minuto)</p> <p>Publicidade audiovisual em plataforma digital : características e exemplos</p> <p>Publicidade audiovisual em plataforma digital : produção</p>			

Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas
1	<p>Apresentação do plano de ensino</p> <p>Apresentação dos trabalhos a serem desenvolvidos durante o semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reprodução de comerciais - Vídeo minuto - Viral - Product placement - Comercial autoral - Orçamentos e cronograma de produção - Visita e ambientação (estúdio/ ilhas de edição) - Revisão dos principais conceitos (fases de produção, enquadramentos, funções e operacionalização) <p>Início do projeto 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reprodução de comercial (pré-produção) <p>• os grupos alternam-se, ao longo das semanas, nas diferentes fases de produção (pré-produção, produção e pós produção)</p>	<p>WATTS, Harris. <i>On camera: o curso de produção de filme e video da BBC</i>. São Paulo: Summus, 1990. (778.594 W344o)</p> <p>BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30</i> Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)</p>
2	- Reprodução de comercial (gravação)	
3	<ul style="list-style-type: none"> - Reprodução de comercial (edição) - Video minuto (pré-produção) 	RODRIGUES, Chris. <i>O Cinema e a produção</i> . Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. (791.43 R696c)
4	Video minuto (gravação)	

5	- Video minuto (edição) - Viral (pré-produção)	RODRIGUES, Chris. <i>O Cinema e a produção</i> . Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. (791.43 R696c)
6	- Viral (gravação)	RODRIGUES, Chris. <i>O Cinema e a produção</i> . Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. (791.43 R696c)
7	- Viral (pós produção) - Product placement (pré-produção)	RODRIGUES, Chris. <i>O Cinema e a produção</i> . Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. (791.43 R696c)
8	- Product placement (gravação)	RODRIGUES, Chris. <i>O Cinema e a produção</i> . Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. (791.43 R696c)
9	- Product placement (pós produção)	RODRIGUES, Chris. <i>O Cinema e a produção</i> . Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. (791.43 R696c)
10	- Comercial autoral (briefing)	BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos</i> . São Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)
11	- Comercial autoral (storyboard e orçamento)	BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário</i> . São Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)
12	- Comercial autoral (storyboard e orçamento)	BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário</i> . São Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)
13	- Comercial autoral (gravação) com Making of	RODRIGUES, Chris. <i>O Cinema e a produção</i> . Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. (791.43 R696c)

14	- Comercial autoral (gravação) com Making of	RODRIGUES, Chris. <i>O Cinema e a produção</i> . Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. (791.43 R696c)
15	- Comercial autoral (edição) com Making of	RODRIGUES, Chris. <i>O Cinema e a produção</i> . Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. (791.43 R696c)
16	- Comercial autoral (edição) com Making of	RODRIGUES, Chris. <i>O Cinema e a produção</i> . Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. (791.43 R696c)
17	- Comercial autoral (edição) com Making of	RODRIGUES, Chris. <i>O Cinema e a produção</i> . Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. (791.43 R696c) 13
18	Edição / Entrega N2	
19	Exibição dos trabalhos/ Devolutiva	
20	SUB (INDIVIDUAL)	
21	PF (INDIVIDUAL)	

Bibliografia Básica:

BARRETO, Tiago. *Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário*. São Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)

RODRIGUES, Chris. *O Cinema e a produção*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. (791.43 R696c)

WATTS, Harris. *On camera: o curso de produção de filme e video da BBC*. São Paulo: Summus, 1990. (778.594 W344o)

Bibliografia Complementar:

BONASIO, V. *Televisão: manual de produção & direção*. Belo Horizonte: Leitura, 2002. (791.45 B699t)

DANCYGER, Ken. *Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)

GERBASE, Carlos. *Direção de Atores*. Rio de Janeiro: Artes e Ofícios, 2003. (791.43 G361c)

RODRIGUEZ, Angel. *A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual*. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)

WATTS, Harris. *Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema*. São Paulo: Summus, 1999. (791.4302 W351d)

Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ()	Eixo Universal ()
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - CRIAÇÃO		Núcleo Temático: LINGUAGENS, TÉCNICAS E TECNOLOGIAS	
Nome do Componente Curricular: PRODUÇÃO DE CONTEÚDO AUDIOVISUAL		Código do Componente Curricular:	
Carga horária: 4 horas aula 64h/ 76ha	() Sala de aula (X) Laboratório () EaD	Etapa: 6	
<p>Ementa:</p> <p>Análise dos principais aspectos técnicos e tecnológicos da realização audiovisual com foco na aplicação para mercado publicitário e produção de conteúdo. Pesquisa sobre diferentes formatos e sua adequação às diferentes propostas. Desenvolvimento de roteiro. Experimentação de audiovisual no marketing e na propaganda. Processo de realização de produção de conteúdo audiovisual.</p>			
<p>Conteúdo Programático</p> <p>Panorama do mercado audiovisual</p> <p>Produção de conteúdo: características e exemplos / diferentes formatos</p> <p>Exercícios de edição</p> <p>Projeto de produção de conteúdo (caráter publicitário e/ou autoral) em suas diferentes etapas: pré-produção, produção e pós-produção</p>			
Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas	
1	Planejamento de Campanha: definição, características elementos componentes. EXEMPLO	RODRIGUES, Borges Cristiano. <u>Planejamento de Campanha Publicitária: o passo a passo que ninguém segue</u> . SP: Baraúna, 2010.	

2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		

13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		

Bibliografia Básica:

BARRETO, Tiago. *Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário*. São Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)

BONASIO, V. *Televisão: manual de produção & direção*. Belo Horizonte: Leitura, 2002. (791.45 B699t)

PALACIOS, Fernando. *O guia completo do storytelling*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016. (COMPRAR)

Bibliografia Complementar:

CONTENT MARKETING INSTITUTE. Disponível em <http://contentmarketinginstitute.com>

DANCYGER, Ken. *Técnicas de edição para cinema e vídeo*: história, teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)

GERBASE, Carlos. *Direção de Atores*. Rio de Janeiro: Artes e Ofícios, 2003. (791.43 G361c)

WATTS, Harris. *Direção de câmera*: um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999. (791.4302 W351d)

WATTS, Harris. *On camera*: o curso de produção de filme e video da BBC. São Paulo: Summus, 1990. (778.594 W344o)