Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana
Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.
Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 – Ponto Central CEP 44.032-620
Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia
Site: *www.fat.edu.br* ***E-mail: fat@fat.edu.br***
CGC: 01.149.432/0001-21

PROGRAMA DE DISCIPLINA

CURSO	**ANO LETIVO**
Comunicação Social – Publicidade e Propaganda	2015.2
CÓDIGO	**DISCIPLINA**
PUB024	Produção de Vídeo em Publicidade II
CARGA HORÁRIA	**SEMESTRE DE OFERTA**
72	5.º

EMENTA

A linguagem publicitária para televisão: o som, a imagem, os movimentos, os enquadramentos e os cortes; a estrutura de produção de filme publicitário: equipamentos e recursos técnico/tecnológicos; o filme publicitário e suas relações com a campanha; a nova estética do filme publicitário; briefing e roteiro: as relações entre criação e produção dentro dos objetivos de comunicação do cliente; planejamento e produção para o filme publicitário; a pós-produção: edição de áudio e vídeo; prática de criação, produção e pós-produção no contexto da comunicação publicitária.

OBJETIVOS

Proporcionar a criação e utilização do áudio visual como ferramenta publicitária, exercitando a criação nos meios TV, Cinema e internet para lançamento de produtos, marcas e serviços oferecendo ao discente condições de explorar as potencialidades da linguagem especifica dos meios atentando para as novas tecnologias.

PERFIL DO EGRESSO

O curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FAT, objetiva formar profissionais com capacidade de gestão, empreendedores, preparados para exercer funções de assessoramento, chefia, gerenciamento, direção de pesquisa e planejamento no âmbito da Publicidade e Propaganda. Esses profissionais devem ter conhecimento cientifico, técnico, artístico e estético necessários para a compreensão dos fenômenos da comunicação no sentido de propor soluções a partir do domínio desses conhecimentos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Unidade I
A interface existente entre cinema, vídeo, rádio, televisão e internet
As partes envolvidas: Cliente, Agência, Produtora
A equipe de produção
A linguagem publicitária para TV, cinema e internet
O papel do RTVC
Briefing, Roteiro
Relação entre Produção e Criação
Etapas da Produção
O papel do story board
Direção de Cena e Direção de Fotografia
Produção de vídeos para Internet e curta metragens

Unidade II
Recursos de edição e finalização (o uso de cartelas e 3D)
A produção de filmes publicitários para TV, Cinema e Internet
Atividade prática: produção de filme publicitário
Características de uma campanha para TV, cinema e internet
Otimizando a verba do cliente
O VT institucional com cartelas e 3D
VT institucional com externa
Trabalhando com linguagem de varejo para filmes publicitários
Regionalização da comunicação e tendências para filmes publicitários

METODOLOGIA

Aulas expositivas com a turma dividida em grupos tendo aulas práticas associadas a teoria apoiada por textos e projeções de filmes

AVALIAÇÃO

A proposta de avaliação por produção da disciplina Produção de Vídeo II, dar-se-á através de critérios quantitativos e qualitativos quais sejam: aspectos qualitativos: assiduidade as aulas presenciais; Pontualidade na entrega dos trabalhos; nos aspectos quantitativos, serão considerados: leitura de livros, textos e artigos para futuras atividade; desempenho na produção dos textos solicitados; avaliação por produção; qualidade, coerência, coesão, clareza e pontuação na produção dos textos; apresentação de seminário. Frequência mínima de 75%, conforme lei 9394/96.

I Bloco de Notas

Atividades seriadas:
● Decupagem de vídeo publicitário
Apresentação 2,0 pontos
Relatório escrito 2,0 pontos

● Avaliação
Prova: 6,0 pontos

II Bloco de Notas

● Produção de vídeos a partir de *briefing* (apresentação de *story board*, roteiro)

Vídeo 01: *branded content* 2,5 pontos
Vídeo 02: vídeo institucional 2,5 pontos

Artigo INTERCOM

- Arguição Oral 2,0 pontos
- Relatório científico 3,0 pontos

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CARVALHO, Nelly de. **Publicidade:** a linguagem da sedução. São Paulo: Editora Ática, 1996.

CAMPOS, Flávio de. **Roteiro de cinema e televisão**: a arte e a técnica de imaginar, perceber e marcar uma estória. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2007.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda**: teoria, técnica e prática. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

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

WATTS, Harris. **On Camera**. São Paulo: Summus, 1990.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1995.

LEIGHTN, Gage; MEYER, Cláudio. **O filme publicitário**. São Paulo: Ed. Atlas, 1991.

ELLIN, LARRY. **O comercial de televisão: planejamento e produção**. São Paulo: Bossa Nova, 2006.

FIELD, Syd. **Manual do roteiro**. São Paulo: Ed. Objetiva, 1982.

MCLEICH, Robert. **Produção de Rádio**. São Paulo: Summuns, 2001.

MOURA, Edgar. **50 anos. Luz, Câmera e Ação**. São Paulo: SENAC, 2001.

MUSBURGER, Robert. **Roteiro para mídia eletrônica**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SANTOS, Rudi. **Manual de Vídeo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1993.

Professor responsável pela disciplina:	Coordenador (a) do Colegiado do Curso
Prof. MsC. Rônei Rocha Barreto de Souza	Profa. Ma. Marly dos Santos Caldas

Direção Acadêmica	Direção Geral
Prof. Dr. José Maria Dias Filho	Prof. Antonio Walter Moraes Lima