



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
PUB014	PLANEJAMENTO E PRODUÇÃO GRÁFICA
CARGA HORÁRIA	SEMESTRE DE OFERTA
72H	3º

EMENTA

Compreensão dos pressupostos para criação de para peças gráficas em de aplicativos gráficos e noções básicas de composição de layouts e comunicação visual.

OBJETIVOS

GERAL:

Introduzir o acadêmico os elementos da linguagem visual gráfica e sua produção, através da aplicação da pesquisa e desenvolvimento de peças gráficas que despertem a percepção e a criatividade, priorizando, além dos aspectos técnicos de execução através de interfaces gráficas, os conceitos de comunicação visual, aprofundando e atualizando o estudo da metodologia do processo criativo, através do conhecimento e prática em computação gráfica.

ESPECÍFICOS:

Introduzir os fundamentos e práticas da Linguagem Visual;

Apresentar ao acadêmico os conceitos e práticas do Design Gráfico para a Publicidade e Propaganda;

Habilitar o aluno a desenvolver o planejamento e os projetos gráficos em veículos de mídia impressa com amplo conhecimento dos recursos gráficos, métodos do design para layouts, pré-impressão e impressão;

Capacitar o aluno a desenvolver layouts destinados à publicidade através de interfaces

gráficas;

Capacitar o aluno em desenvolver atividades relacionadas à administração orçamentária da produção gráfica;

Capacitar o aluno em desenvolver ações de planejamento, criação e produção de Sistemas de Identidade Visual Corporativo;

Contribuir para a construção material do conhecimento no âmbito social, político, econômico, histórico através dos produtos gráficos;

Desenvolver o aluno a percepção, compreensão e análise de produtos da mídia impressa que são referenciais e de perspectivas tradicionais, contemporâneos e modernos, sua etimologia e articulações, bem como receptividade e resignificação de consumo.

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 científico, 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

1.0. Comunicação e Linguagens Visuais

1.1. Conceitos e definições

1.2. Percepção Visual/ Gestalt

1.2.1. Fases

1.2.2. A fisiologia da Percepção

1.2.3. Gestalt do Objeto

1.3. Imagens, Identidade e Cultura

2.0. Design Gráfico

2.1. Aspectos Conceituais

2.2. A Evolução Histórica do Design

2.3. Função e arte: arte e técnica da composição

3.0. Composição Gráfica

3.1. Estilos de Composição

3.2. Classificação de Impressos

- 3.3. Impressos Editoriais
- 3.4. Processo Criativo
 - 3.4.1. Noções de criação, inovação e criatividade
 - 3.4.2. Etapas e técnicas de desenvolvimento de projetos
- 3.5. Layout
 - 3.5.1. Diagramação
 - 3.5.2. Organização
 - 3.5.3. Equilíbrio e Contraste
- 3.6. Tipologia
 - 3.6.1. Tipos de Fontes
 - 3.6.2. Escolhas e Combinações
 - 3.6.3. Composição e Ajustes: relação largura da linha/ tamanho da letra
- 3.7. O Texto como Elemento Gráfico
 - 3.7.1. Contraste e Legibilidade
- 3.8. Cores
 - 3.8.1. Formação das Cores
 - 3.8.2. Classificação das Cores
 - 3.8.3. Influência das Cores
- 3.9. Imagem
 - 3.9.1. Uso da Fotografia
 - 3.9.2. Uso da Ilustração
- 4.0. Planejamento Gráfico
 - 4.1. Definição e análise das necessidades
 - 4.2. Pesquisa: referências e codificações culturais
 - 4.3. Concepção conceitual: público alvo, estilo e identidade
 - 4.4. Projeto/ Planejamento
 - 4.5. Layouts
 - 4.6. Análise de conteúdo e necessidade
 - 4.7. Arte-final
- 5.0. Produção Gráfica
 - 5.1. Aspectos da história: evolução das técnicas
 - 5.2. Fases dos Processos de Impressão: Pré-impressão, Impressão e Pós-Impressão
 - 5.2.1. Luz; Cor; Cores e sínteses
 - 5.2.2. Gerenciamento de cores: RGB e CMYK
 - 5.2.3. Monocromia, Quadricromia, bicromia, cores especiais
 - 5.2.4. Sistemas de composição

- 5.2.5. Editoração Eletrônica;
- 5.2.6. Digitalização; Resolução.
- 5.2.7. Finalização de arquivos
- 5.2.8. Fechamento de arquivos e linguagem Post Script;
- 5.2.9. Filmes de seleção (fotolitos);
- 5.2.10. Saída; provas digitais;
- 5.2.11. Aspectos históricos da Impressão
- 5.2.12. Processos de Impressão Gráfica
- 5.2.13. Processos de Impressão Digital
- 5.2.14. Tipos de saídas (PDF, CDR, AI, EPS)
- 5.2.15. Sistemas de provas
- 5.2.16. O Papel - tipos
- 5.2.17. Tintas e suas principais características
- 5.2.18. Facas especiais
- 5.2.19. Principais tipos de acabamento (brochura; capa dura; vernizes; relevo; plastificação; corte; vinco e picote);
- 6.0. Sistema de Identidade Visual: criação e aplicações de logotipos - prática
- 6.1. Planejamento de Sistema de Identidade Visual Gráfica
- 6.2. Estudo e criação de logotipo
- 6.3. Manual de identidade visual
- 6.4. Aplicação de logotipo em papelaria, vestuário e objetos
- 6.5. Envelopamento de veículos.
- 6.6. Projeto de Sinalização
- 7.0. Criação e Finalização de campanhas publicitárias para a mídia impressa - prática
- 7.1. Anúncios (diversos formatos)
- 7.2. Jornal (programação visual)
- 7.3. Revistas (capas e anúncios)
- 7.4. Outdoor
- 7.5. Folhetos
- 7.6. Bandeirolas
- 8.0. Planejamento Orçamentário e Administração da Produção gráfica
- 8.1. Orçamentos
- 8.2. Gerenciamento do cronograma de trabalho
- 8.3. Análise de cromos e arquivos digitais
- 8.4. Digitalização de imagens
- 8.5. Avaliação de provas e fotolitos

METODOLOGIA

Tratando-se de uma disciplina teórico-prática, buscar-se-á aliar os conteúdos teóricos a exercícios práticos em sala de aula (laboratório de informática) que desenvolvam a capacidade dos alunos para encontrar resultados competentes para cada tarefa proposta através do uso de interfaces gráficas. Deste modo, visa-se a abrangência da disciplina, em sua futura prática profissional, tendo como base textos teóricos e materiais apresentados.

Procedimentos Didáticos:

Aulas teórico-expositivas com recursos visuais;

Desenvolvimento de trabalhos práticos voltados à Comunicação Visual através de interfaces gráficas.

Visita programada a parque gráfico;

Recursos didáticos:

Computadores com acesso à Internet e programas de edição de imagem, ilustração vetorial e diagramação.

AVALIAÇÃO

A média final da disciplina corresponderá à soma dos resultados das atividades e respectiva divisão. A média mínima de aproveitamento é 7,0 (sete) pontos. A aprendizagem será avaliada pelo Professor-mediador de forma a vislumbrar a presença, a disposição e o comportamento do aluno em sala, a apresentação dos trabalhos propostos, bem como de tudo o que ocorrer na mesma.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AZEVEDO, Eduardo. Computação gráfica: Teoria e prática. São Paulo: Campus, 2003.

BAER, Lorenzo. Produção Gráfica. São Paulo.

RIBEIRO, Milton. Planejamento Visual Gráfico. Brasília: LINHA GRÁFICA E EDITORA, 1993.

SILVA, Rafael Souza. Diagramação: O planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: SUMMUS, 1985.

DOMINGUES, Diana (org). A arte no XXI: A Humanização das novas Tecnologias. São Paulo, UNESP, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALLEN, R. **Layout: O design da página impressa**. Nobel

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. São Paulo: Futura, 2000.

CORRIGAN, John. **Computação Gráfica – Segredos e soluções**. São Paulo: Ciência Moderna, 1994.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgar Blucher, 1986.

GOMES, L. V. N. **Criatividade. Projeto, Desenho, Produto**. Santa Maria: sCHDs, 2001.

LIMA, Rafael Souza. **Diagramação – O planejamento visual gráfico da comunicação impressa**. São Paulo, Summus, 1985.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**. São Paulo, Callis, 1995. WONG, W., **Princípios de Forma e Desenho**, São Paulo: Martins Fontes, 1998

COLEGIADO DO CURSO PUBLICIDADE E PROPAGANDA