



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
PUB023	FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA
CARGA HORÁRIA	SEMESTRE DE OFERTA
72H	5º

EMENTA

O surgimento da fotografia, operação de câmera fotográfica e seus acessórios; operações de laboratório: revelação, ampliação, cópia e edição fotográfica; introdução à fotografia digital; composição e linguagem fotográfica; recursos estéticos da fotografia em cor e em preto e branco.

OBJETIVOS

Objetivo Geral

Propiciar aos alunos elaboração de fotografia publicitárias, bem como conhecimentos de técnicas.

Objetivos Específicos

Orientar o aluno a tirar maior proveito de equipamentos de studio;
Discutir a Fotografia Publicitária na prática;
Estimular aos alunos a pesquisa na área da Fotografia Publicitária;
Incentivar aos alunos a pesquisa fotográfica na internet;

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, artísticos e estéticos necessários para a compreensão dos fenômenos da comunicação no sentido de propor soluções a partir do domínio desses conhecimentos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Fotografia e ética;
A cor na Fotografia publicitária;
Os equipamentos de studio;
A fotografia na publicidade;
A Fotografia digital como elemento facilitador na publicidade;
Iluminação de Studio;
Técnicas fotográficas publicitárias;
Fotografia de produtos no studio;
Fotografia de alimentos;
O Adobe Photoshop na publicidade;
Análise do trabalho de fotógrafos consagrados no Brasil e no mundo;
Montagem de banners com peças publicitárias;
Visita técnica em agências de Publicidade.

METODOLOGIA

O curso será ministrado a partir de aulas expositivas, práticas, seminários, projeções de audiovisuais, práticas de laboratório, discussões de textos relativos à fotografia, elaboração e execução de ensaios e expedições fotográficas para principiantes, em grupo ou individuais, pesquisas na internet, visita a agência de publicidade.

Exposições fotográficas com o material dos alunos também farão parte do trabalho durante o semestre.

Confecção de peças publicitárias no estúdio ou fora deste, com temas destacados pelas disciplinas afins ou pelos próprios alunos, também farão parte do trabalho desenvolvido no semestre.

Recursos necessários: Quadro, piloto, apagador, retroprojeter, datashow, computadores com acesso a internet,TV, DVD, jornais, revistas, studio e equipamentos, laboratório e

materiais fotográficos e câmeras fotográficas digitais.

AVALIAÇÃO

Serão realizadas avaliações compostas por provas, atividades em grupo ou individual (produção de campanhas publicitárias, elaboração de blogs etc.).

Obs.: Os trabalhos deverão ser preferencialmente, digitados e entregues em mídias nas datas previamente acordadas pelo professor e alunos com base no calendário acadêmico.

Das provas escritas e/ou práticas constarão os assuntos dados até a aula anterior à avaliação.

Fica acordado que, a entrega posterior a essa data ficará sujeita a penalidade como a redução do seu peso avaliativo.

As avaliações seguirão as orientações citadas abaixo:

I Unidade – Prova prática (6,0), tratamento de fotografias e confecção de campanhas publicitárias(4,0);

II Unidade – Prova prática (6,0), tratamento de fotografias e confecção de campanhas publicitárias (4,0);

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BUSSELLE, Michael. **Tudo sobre fotografia**. São Paulo : Pioneira, 1999.
- DUBOIS, Philippe. **Ato fotográfico**. Campinas: Papyrus, 1994
- FREEMAN, Michael. **Grande manual de fotografia**. Lisboa : Zamboni, 2004.
- HEDGECOE, John. **Curso prático de fotografia**. São Paulo : Circulo do Livro, 1980.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ADAMS, Ansel .**O Negativo**. São Paulo: SENAC, 2001.
- ADAMS, Ansel **A Cópia**. São Paulo: SENAC, 2000.
- BARTHES, Roland. **A Câmara clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

COLEGIADO DO CURSO PUBLICIDADE E PROPAGANDA