



**Superintendência da Educação Profissional e Tecnológica – SUPROT**

**Ementa – Técnico em Publicidade 2018.2**

<b>Eixo Tecnológico:</b> Produção Cultural e Design	
<b>Curso:</b> Técnico em Publicidade	
<b>COMPONENTES CURRICULARES</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
Empreendedorismo e Intervenção Social	40
Introdução à Publicidade e Propaganda	40
Ética e Legislação Publicitária	40
Redação Publicitária	60
Fotografia	60
Produção Gráfica	80
Oficina de Comunicação Audiovisual	60
Produção em Áudio	60
Marketing Digital	60
Mídia e Pesquisa de Mercado	60
Produção Audiovisual	80
Política e Gestão Cultural	80
<b>TOTAL</b>	<b>720 horas</b>

**Componente Curricular:** Empreendedorismo e Intervenção Social

**Carga Horária:** 40 horas

**Ementa:**

A disciplina Empreendedorismo Cultural pretende trabalhar os aspectos que envolvem o campo da Cultura, noções de empreendedorismo na área cultural, conceitos sobre Economia criativa e ideias sobre produto e projeto cultural. Dessa maneira, a disciplina irá focar na pesquisa teórica e prática, a partir de leitura de textos e estudos de casos sobre a cadeia produtiva da formação em curso, tipos de empreendedorismo criativo e os setores que compõem a economia criativa, além de trabalhar as noções de desenvolvimento e elaboração de projetos culturais.

**Componente Curricular:** Introdução à Publicidade e Propaganda

**Carga Horária:** 40 horas

**Ementa:**

Publicidade e propaganda: conceitos e definições. História da publicidade no Brasil. Processos contemporâneos em publicidade e propaganda: aspectos técnicos e teóricos. A publicidade de vendas



**Superintendência da Educação Profissional e Tecnológica – SUPROT**

**Ementa – Técnico em Publicidade 2018.2**

e a publicidade institucional. Os atores envolvidos na atividade publicitária: agências, anunciantes, veículos e fornecedores.

**Componente Curricular:** Ética e Legislação Publicitária

**Carga Horária:** 40 horas

**Ementa:**

Estudo da ética como norma subjetiva do comportamento humano, regida pela consciência individual, e como norma objetiva regida pela lei, determinando os valores que regem o comportamento social. Conceitos de moral e cidadania. A responsabilidade social do publicitário e a transformação da consciência humana pela participação social. Conselho de Auto-regulamentação publicitária (CONAR). Ética e mídia: exemplos concretos. Disposições constitucionais referentes à Comunicação. Lei Geral das Telecomunicações. Direito autoral e de uso de som e imagem. Regulamentação profissional. A publicidade e propaganda e as legislações pertinentes aos direitos humanos e ao consumidor.

**Componente Curricular:** Redação Publicitária

**Carga Horária:** 60 horas

**Ementa:**

Tema e conceitos de campanhas. Os elementos redacionais das peças publicitárias: título, texto argumentativo, imagem, slogan e assinatura. Argumentação racional e emocional. Adequação de mensagens publicitárias aos meios de comunicação. Estrutura e conteúdo da mensagem persuasiva. Conceitos e aplicações práticas de técnicas de redação publicitária para mídia impressa.

**Componente Curricular :** Fotografia

**Carga Horária:** 60 horas

**Ementa:**

História da Fotografia. Características e propriedades da luz. Câmera escura; a câmera fotográfica. Novas tecnologias. Domínio teórico da linguagem e estética da imagem fotográfica. Possibilidades da fotografia como meio de expressão. Noções de iluminação: luz natural e artificial. Prática de laboratório fotográfico P&B. Organização do estúdio. Prática de estúdio e de externas. Oficinas de criatividade abordando a linguagem fotográfica, as técnicas de iluminação e de composição. Fotografia na publicidade. Operação de câmeras fotográficas e seus acessórios. Fotografia digital e programas de edição da fotografia publicitária. Fotografia e anúncio publicitário.

**Componente Curricular:** Produção Gráfica

**Carga Horária:** 80 horas

**Ementa:**

Fundamentos da comunicação visual e da produção gráfica. Processos de produção gráfica: da composição até a produção e acabamento das peças publicitárias. Do layout à arte final. Processos de impressão, tipos de suporte, formatos, orçamento e atualização dos avanços tecnológicos nas artes gráficas.

**Componente Curricular:** Oficina de Comunicação Audiovisual

**Carga Horária:** 60 horas

**Ementa:**



**Superintendência da Educação Profissional e Tecnológica – SUPROT**

**Ementa – Técnico em Publicidade 2018.2**

Elementos básicos da comunicação sonora, da comunicação imagética e da comunicação audiovisual. Interações entre som e a imagem. A imagem e o som. As especificidades dos elementos da linguagem audiovisual. Prática de comunicação audiovisual com elaboração de produtos laboratoriais. Preparação de roteiro audiovisual. Pesquisa e criação. Noções de produção, decupagem, processos de gravação, edição e pós-produção.

**Componente Curricular:** Produção em Áudio

**Carga Horária:** 60 horas

**Ementa:**

Publicidade radiofônica. Tipos de anúncio para rádio. Criação, produção e gravação: os fornecedores (estúdios de áudio), recursos para execução, adequação de verba X criação, levantamento de custos, negociação, gravação e edição para rádio. Realização de anúncios publicitários em rádio. Produções sonoras para outras mídias e finalidades não publicitárias: sound design, podcasting, sonorização de ponto de venda, espera telefônica, carro de som. Produção de peças publicitárias para meios audiovisuais (TV, cinema, mídias móveis, internet). Análise técnica de roteiro; orçamentação; formação de equipe. Planejamento de produção: cronograma, fluxograma e custos. Realização de anúncios publicitários em audiovisual.

**Componente Curricular:** Marketing Digital

**Carga Horária:** 60 horas

**Ementa:**

Conceituação de marketing, função e ambiente mercadológico. Inter-relacionamento da função mercadológica com as demais funções da empresa. Visão Mercadológica: produto, preço, distribuição e comunicação. Marketing digital, Plano de Marketing. Conceituação de público e de opinião pública. Natureza, formação e conteúdo da opinião pública. Pesquisa de marketing: tipos, técnicas e métodos. Amostragem. Planejamento da pesquisa, coleta, organização, análise e interpretação de dados. Rotinas produtivas da publicidade e da propaganda e as novas tecnologias. Informação, tecnologia e publicidade. O computador como ferramenta. Banco de dados e redes de informação. Os avanços na tecnologia da imagem. Arquitetura da informação digital. Editoração eletrônica e design digital. O caráter hipermediático da web. A Telemática e o surgimento da economia digital. Comércio eletrônico e e-business. Publicidade na Internet. Estudos de casos de marketing digital. Estratégias de abordagem de público nas mídias móveis.

**Componente Curricular:** Mídia e Pesquisa de Mercado

**Carga Horária:** 60 horas

**Ementa:**

Conceitos e técnicas básicas de mídia. Papel, funções e importância do profissional de Mídia na estrutura da agência de propaganda. Os meios de comunicação como veículos de propaganda: jornal, revista, outdoor, rádio, televisão, cinema e mídias externas. Características, vantagens e desvantagens de cada meio, qualificação, penetração e comercialização. Técnicas básicas de pesquisa de mídia e sua utilização. Leitura, análise e uso de pesquisas e de tabelas de preço. Relação da atividade de mídia com a de criação. Análise de casos.

**Componente Curricular:** Produção Audiovisual

**Carga Horária:** 80 horas

**Ementa:**



**Superintendência da Educação Profissional e Tecnológica – SUPROT**

**Ementa – Técnico em Publicidade 2018.2**

A comunicação audiovisual em Publicidade e Propaganda. Prática de comunicação audiovisual com elaboração de produtos laboratoriais. Preparação de roteiro para comerciais. Diferentes versões para o tratamento do roteiro A produção publicitária audiovisual para diferentes meios. Produção. Pré-produção e decupagem. Processo de gravação. Edição e pós-produção. Analisa e produz Propaganda Institucional para mídia eletrônica.

**Componente Curricular:** Política e Gestão Cultural

**Carga Horária:** 80 horas

**Ementa:**

Conceitos e abordagens de cultura. Temas relevantes do campo cultural na contemporaneidade. Conceito de políticas culturais. Políticas culturais no Brasil. Políticas culturais na Bahia. Cultura, Identidade e Território. Territórios de Identidade e sua interface com a cultura local. Organização e gestão cultural. Modelos e práticas de gestão cultural: pública, privada e comunitária. Interrelações dos diferentes atores sociais na consolidação da gestão cultural. Cultura como processo. Gestão cultural e seus agentes. Conceitos correlatos e constituintes da gestão cultural. Gestão cultural e participação.