

DISCIPLINA: Direção De Arte Publicitária		SEMESTRE: 2009.2	Código: PUB48
PROFESSOR: Rodrigo Duquay da Hora	CARGA HORÁRIA: 60h	CRÉDITOS: 04	Pré-Requisito: Não há
CURSO: Publicidade e Propaganda	HORÁRIO: 5ªf 18h50 às 22h10		

EMENTA

Linguagem visual da propaganda. Elementos visuais do anúncio publicitário. Composição gráfica na propaganda. Identidade visual.

OBJETIVOS

Compreender a importância da organização do layout publicitário quanto à composição e diagramação dos seus elementos; desenvolver a prática da diagramação de peças publicitárias; uso do manual de identidade visual de marca e como diagramá-lo.

Aula	CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	CH.	Lab.	Data
1	Entrega do plano de aula e Apresentação dos objetivos da disciplina.	2	N	06/08
2	Evolução histórica da direção de arte gráfica/ Exercício: primeiro contato com direção de arte.	2	N	06/08
3	Fundamentos da linguagem visual publicitária: expressão publicitária	2	N	13/08
4	Fundamentos da linguagem visual publicitária: criatividade x criação	2	N	13/08
5	Estética Publicitária - aula I	2	N	20/08
6	Estética Publicitária - aula II	2	N	20/08
7	A linguagem visual - fundamentos	2	N	27/08
8	A linguagem visual - estilos.	2	N	27/08
9	Exercício de campo com anúncio	2	N	03/09
10	Exercício de campo com anúncio	2	N	03/09
11	Seção Áurea, Grid simétrico e assimétrico	2	S	10/09
12	exercícios práticos com grid	2	S	10/09
13	desenvolvendo grids. criando grids	2	S	17/09
14	Exercício prático com anúncio	2	S	17/09
15	tipologias - e texto como elemento gráfico	2	N	24/09
16	Exercício prático.	2	N	24/09
17	1º exercício	2	N	03/10
18	Comentários sobre os trabalhos	2	N	03/10
19	fundamentos sobre cor	2	S	10/10
20	cor e publicidade	2	S	10/10
21	Cor e matriz de produção gráfica - tipos e aspectos	2	S	17/10
22	Exercício prático.	2	S	17/10
23	Cartaz e grandes formatos - oficina	2	S	24/10
24	Exercício de oficina	2	S	24/10
25	Mídia dirigida - oficina	2	S	09/11
26	Exercício de oficina	2	S	09/11
27	Direção de Arte e mídias eletrônicas	2	S	15/11
28	Exercício prático.	2	S	15/11
29	Design de Manual - aula I	2	S	22/11
30	Exemplos e casos	2	S	22/11
31	Papelaria e alicações	2	S	29/11
32	Exemplos e casos	2	S	29/11
33	2º exercício	2	N	03/12
34	2º exercício	2	N	03/12
35	2ª chamada	2	N	10/12
36	2ª chamada	2	N	10/12
37	Prova Final	2	N	17/12
		2	N	

METODOLOGIA DE ENSINO APRENDIZAGEM

Aulas expositivas, discussões, dinâmicas em grupos, análises de diagramação de material impresso, exercícios práticos.

METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

Primeiro bimestre: atividades práticas individuais sobre o conteúdo das aulas; trabalho em equipe. Trabalho Individual terá peso 0,6 e em equipe peso 0,4.
 Segundo bimestre: Realização portfolio individual com exercícios em sala; criação de identidade visual em equipe. Portfolio terá peso 0,6 e logotipo peso 0,4.
 Será avaliado o desempenho do aluno durante o semestre. Nos trabalhos em grupo será avaliado o desempenho individual.



Plano de Ensino

DISCIPLINA: Direção De Arte Publicitária		SEMESTRE: 2009.2	Código: PUB48
PROFESSOR: Rodrigo Duquay da Hora	CARGA HORÁRIA: 60h	CRÉDITOS: 04	Pré-Requisito: Não há
CURSO: Publicidade e Propaganda	HORÁRIO: 5ªf 18h50 às 22h10		

BÁSICA:

CESAR, Newton. Direção de arte em propaganda. São Paulo: Futura, 2004. (LIVRO TEXTO)
WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer. São Paulo: Callis, 2005.

COMPLEMENTAR:

ADG. ABC da ADG: Glossário de termos e verbetes utilizados em design gráfico. São Paulo: Melhoramentos, 1998.
BERTOMEU, João Vicente Cegato. Criação na propaganda impressa. 3.ed. São Paulo: Thomson, 2006.
CARVALHO, Nelly de. Publicidade: a linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 1996.
HULBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 1996.

MINI-CURRICULUM VITAE

Rodrigo Duquay (da Hora Pimenta) é bacharel em Comunicação Social - Habilitação Publicidade (1998) e o Mestre em Comunicação (2005) ambos na Universidade Federal de Pernambuco.

Foi professor na UFPE instituição de 1999 a 2002 nas cadeiras de criação publicitária, Redação Publicitária IV e Psicologia Publicitária, onde também assumiu a cadeira de Introdução a Publicidade e Propaganda como estagiário docente (2004), Em diversas instituições particulares ministra aulas na graduação e pós-graduação desde 2003. Sua atividade no mercado de comunicação e marketing começa em 1992 no Bandepe, tendo passado pela Rede Globo Nordeste, Alternativa Produções e por último na Creatto Comunicação onde foi sócio e diretor de planejamento por 8 anos. Atualmente é Coordenador e Professor do bacharelado em Publicidade e Propaganda na Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP) e professor na FBV, atuando desde 2005 atua como consultor de planejamento de propaganda e estratégias de exposição de marcas.

Data: ____/____/____

Professor

Coordenador