

**COMPONENTE CURRICULAR****CÓDIGO**  
COM 331  
**NOME**  
Editoração

CARGA HORÁRIA				MÓDULO			SEMESTRE VIGENTE
T	P	E	TOTAL	T	P	E	
68			68h				2019.1

**EMENTA**

Aperfeiçoamento teórico e prático do processo criativo publicitário e da composição visual gráfica. Aspectos da Direção de Arte em publicidade tal como a composição gráfica e a identidade visual; Adequação das campanhas publicitárias e promocionais às diversas estratégias de comunicação.

**OBJETIVOS**

- Apresentar técnicas de criação de campanhas publicitárias e promocionais, possibilitando o desenvolvimento de seu potencial criativo e o refinamento estético na apresentação de peças para diferentes plataformas de divulgação.
- Compreender e estabelecer estruturas visuais adequadas ao conceito criativo;
- Adequar conceitos e estruturas visuais da criação publicitária aos aspectos técnicos dos diversos veículos de comunicação e dos diversos pontos de venda.

**METODOLOGIA**

O curso é teórico/prático e conta com aulas expositivas ilustradas por material didático (slides e apostilas) para apresentação dos conceitos a serem expostos e das técnicas da linguagem gráfica.

Em laboratório, os alunos serão apresentados às ferramentas básicas dos programas Photoshop e Illustrator, que permitirão o desenvolvimento dos exercícios propostos durante o curso.

- Aulas expositivas dialogadas;
- Exercícios práticos realizados em sala;
- Exercícios práticos realizados em casa;
- Criação de manual de identidade visual, com desenvolvimento de marca, campanha publicitária e campanha promocional.

---

## AVALIAÇÃO

---

As avaliações da disciplina serão formativas e acontecerão ao longo do semestre por meio das atividades práticas propostas pelo professor

---

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

---

- Conceito criativo e “unique selling proposition”
- Análise SWOT como subsídio da criação
- Identidade visual – *Visual Style Guide and Branding Policy Manual* como regras da criação.
- Técnicas de composição visual
- Truques publicitários de sedução visual
- A integração de campanhas publicitárias e campanhas promocionais

---

## BIBLIOGRAFIA

---

### Bibliografia básica:

CESAR, N. Direção de arte em propaganda. São Paulo: Futura, 2001.

STRUNCK, Gilberto. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso. Rio de Janeiro: Rio Books, 2003.

WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer. São Paulo: Callis, 2006.

MUNHOZ, Daniella Michelena. Manual de Identidade Visual - Guia Para Construção - 2ª Ed. Rio de Janeiro: 2AB. 2013.

### Bibliografia complementar:

BERTOMEU, José V. Cegato. Criação na propaganda impressa. Rio de Janeiro: Rio Books, 2007.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

MUNHOZ, Daniella Michelena. Manual de Identidade Visual - Guia Para Construção - 2ª Ed. Rio de Janeiro: 2AB. 2013.

SAMARA, Timothy. **Evolução do design da teoria à prática**. Porto Alegre: BOOKMAN COMPANHIA ED, 2010.

VIEIRA, Stalimir. Raciocínio criativo na publicidade; São Paulo: WMF / Martins Fontes, 2007.

---

Assinatura e Carimbo do Chefe do Departamento  
Programa aprovado em reunião plenária do dia / /

---

Assinatura e Carimbo do Coordenador do Curso  
Programa aprovado em reunião plenária do dia / /