|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Componente Curricular: Exclusivo de curso ( X ) Eixo Comum ( ) Eixo Universal ( ) | | | |
| Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - CRIAÇÃO | | Núcleo Temático: LINGUAGENS, TÉCNICAS E TECNOLOGIAS | |
| Nome do Componente Curricular:  DIREÇÃO DE ARTE I | | | Código do Componente Curricular: |
| Carga horária:  2 horas aula  32h/ 38ha | ( ) Sala de aula  ( X ) Laboratório  ( ) EaD | Etapa: 5 | |
| Ementa:  Aplicação dos fundamentos de composição e Gestalt na direção de arte publicitária (forma e espaço, simetria e assimetria, estilos de leiaute, ritmo e contraste, etc.). Aplicação dos fundamentos de cor na direção de arte publicitária (legibilidade, harmonia, contraste, etc.). Introdução aos fundamentos da tipografia (anatomia do tipo, seleção de fontes, espaçamento, legibilidade e leiturabilidade, hierarquia, etc.). Introdução aos principais critérios de escolha e edição de imagens fotográficas na direção de arte publicitária. Desenvolvimento de campanha publicitária em meios impressos. | | | |
| Conteúdo Programático  **1. Fundamentos de composição aplicados na direção de arte**  1.1. Noções básicas de composição  1.2. Forma e espaço  1.3. Simetria e assimetria  1.4. Ritmo e contraste  1.5. Tamanho e formato  1.6. Conceito de grid/diagrama  1.7. Conceito de Identidade e sistemas expandidos  **2. Fundamentos de cor aplicados na direção de arte**  2.1. Legibilidade, contraste e harmonia  2.2. Associação de cores  2.3. Cor como informação  **3. Fundamentos da tipografia aplicados na direção de arte**  3.1. Anatomia dos tipos  3.2. Compreensão e seleção de fontes  3.3. Ênfase e hierarquia tipográfica  3.3. Legibilidade e visibilidade  3.4. Tipografia como imagem  **4.** **Fotografia na direção de arte**  4.1. Critérios de escolha e edição (corte, composição, significado)  4.2. Interação entre texto e imagem | | | |
| |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Sem** | **Tópico do conteúdo** | **Referências Bibliográficas** | | **1** | Apresentação |  | | **2** | Fundamentos da Composição aplicados à Direção de Arte |  | | **3** | Fundamentos da Cor aplicados à Direção de Arte | DABNER, David; STEWART, Sandra; ZEMPOL, Eric. Curso de Design Gráfico: Princípios e práticas. São Paulo: Editora G. Gili, 2014. | | **4** | Atividade avaliada I |  | | **5** | Fundamentos da tipografia aplicados à Direção de Arte | LUPTON, Ellen. Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes. São Paulo: Cosac & Naify, 2006. | | **6** | Atividade avaliada II |  | | **7** | Fotografia na Direção de Arte | LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer C.; BORGES, Cristian. Novos fundamentos do  design. São Paulo: Cosac & Naify, 2008. | | **8** | Atividade avaliada III |  | | **9** | Atividade avaliada III |  | | **10** | **Reapresentação do Plano de Ensino**  Projeto Interdisciplinar: desenvolvimento do símbolo (paleta cromática, tipografia e variações básicas do símbolo) para o Festival de Música |  | | **11** | Projeto Interdisciplinar: desenvolvimento do símbolo (paleta cromática, tipografia e variações básicas do símbolo) para o Festival de Música |  | | **12** | Projeto Interdisciplinar: desenvolvimento do símbolo (paleta cromática, tipografia e variações básicas do símbolo) para o Festival de Música |  | | **13** | Introdução aos fundamentos da comunicação em ponto de venda |  | | **14** | Desenvolvimento de redesign do rótulo de um produto |  | | **15** | Desenvolvimento das peças do PDV |  | | **16** | Desenvolvimento das peças do PDV |  | | **17** | Desenvolvimento das peças do PDV |  | | **18** | Apresentação dos trabalhos / devolutiva |  | | **19** | Período de Provas Substitutivas |  | | **20** | Período de Provas Finais |  | | **21** | Encerramento |  | | | | |
| *Instrumentos Avaliativos*  *N1 –* Atividade Composição e Cor; Atividade Tipografia; Atividade Fotografia  *N2 –* INTERDISCIPLINAR - Atividade de desenvolvimento do símbolo; Atividade de desenvolvimento do redesign de rótulo e comunicação no PDV | | | |
| *Bibliografia Básica:*  DABNER, David; STEWART, Sandra; ZEMPOL, Eric. Curso de Design Gráfico: Princípios e práticas. São Paulo: Editora G. Gili, 2014.  LUPTON, Ellen. Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes. São Paulo: Cosac & Naify, 2006.  LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer C.; BORGES, Cristian. Novos fundamentos do  design. São Paulo: Cosac & Naify, 2008. | | | |
| *Bibliografia Complementar:*  BERGSTRÖN, Bo. *Fundamentos da comunicação visual*. São Paulo: Edições Rosari, 2009. (COMPRAR!)  BRINGHURST, Robert. *Elementos do estilo tipográfico*. São Paulo: Cosac & Naify, 2006.  CESAR, Newton. *Direção de Arte em Propaganda*. São Paulo: Futura, 2000.  DONDIS, D. A. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 1991.  SAMARA, Timothy; BOTTMANN, Denise. *Grid: construção e desconstrução*. São Paulo: Cosac & Naify, 2007. | | | |