|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Componente Curricular: Exclusivo de curso ( X ) Eixo Comum ( ) Eixo Universal ( ) | | | |
| Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA  MKT E CRIAÇÃO | | Núcleo Temático: LINGUAGENS, TÉCNICAS E TECNOLOGIA | |
| Nome do Componente Curricular:  LINGUAGEM TEXTUAL II | | | Código do Componente Curricular: |
| Carga horária:  4 horas aula  64h/ 76ha | ( X ) Sala de aula  ( ) Laboratório  ( ) EaD | Etapa: 2 | |
| Ementa:  Análise da estrutura da redação persuasiva (Lógica Aristotélica) e definição dos modelos Apolíneo e Dionisíaco. Estabelecimento de relações entre os signos verbal e visual na comunicação publicitária (título/figura; título/tipografia). Descrição e detalhamento das camadas de redação nas mídias (título, subtítulo, texto, slogan), seus tipos e funções. Estudo sobre a segmentação e adequação de texto à mídia e público. Características da Mídia impressa. Desenvolvimento de anúncio *All Type* para mídias impressas e OOH. | | | |
| Conteúdo Programático  Estrutura do texto publicitário  Título, subtítulo, texto e slogan: tipos e funções  Esquema Aristotélico e linhas apolínea e dionisíaca em textos publicitários  Relação entre os signos verbal e visual na comunicação publicitária  Estudo sobre a segmentação e a adequação de texto à mídia e ao público-alvo  Linguagem textual da mídia impressa  A linguagem textual na comunicação *All Type*  Texto publicitário para mídias impressas e OOH. | | | |
| *Instrumentos Avaliativos*  A N1 será formada por uma prova, valor 10 (peso 7), e três notas de trabalho, valor 10 (peso 1).  A N2 será formada por uma prova, valor 10 (peso 7), e três notas de trabalho, valor 10 (peso 1).  *A nota do projeto interdisciplinar deve ser uma das três notas de trabalho da N1 ou da N2* | | | |
| *Bibliografia Básica:*  CARRASCOZA, J.A.  **Do Caos à Criação Publicitária**. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.  CARVALHO, Nelly de. (2000). **Publicidade**. A linguagem da sedução. São Paulo: Ática.  HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. **Redação publicitária: para cursos de comunicação, publicidade e propaganda***.* Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004. | | | |
| *Bibliografia Complementar:*  BERTOMEU, João Vicente. **Criação na Propaganda Impressa.** São Paulo: Thomson, 2006.  COSTA VAL, Maria Da Graça. **Redação e textualidade**.São Paulo: Martins Fontes, 1999.  FIGUEIREDO, Celso. **Redação publicitária**: sedução pela palavra. São Paulo: Cengage Learning, 2009.  MARTINS, Zeca. **Redação publicitária: a prática na prática**. São Paulo: Atlas, 2006.  PEREZ, Clotilde. **Signos da marca**: expressividade e sensorialidade. São Paulo: Thomson, 2004.  PREDEBON, José (org). **Propaganda: profissionais ensinam como se faz**. São Paulo Atlas 2005. | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Semana** | **Tópico do conteúdo** | **Referências Bibliográficas** | | **1** | **Apresentação do plano de ensino**  **Revisão dos conteúdos da disciplina de Linguagem Textual I** | CARRASCOZA, J.A. *Do Caos à Criação Publicitária*. São Paulo: Editora Saraiva, 2008. | | **2** | **Revisão dos conteúdos da disciplina de Linguagem Textual I** | CARRASCOZA, J.A. *Do Caos à Criação Publicitária*. São Paulo: Editora Saraiva, 2008. | | **3** | **Estrutura do texto publicitário**  **Título, subtítulo, texto e slogan: tipos e funções** | HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. *Redação publicitária: para cursos de comunicação,* *publicidade e propaganda.* Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004. | | **4** | **Estrutura do texto publicitário**  **Título, subtítulo, texto e slogan: tipos e funções** | HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. *Redação publicitária: para cursos de comunicação,* *publicidade e propaganda.* Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004. | | **5** | **Esquema Aristotélico e linhas apolínea e dionisíaca em textos publicitários** | HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. *Redação publicitária: para cursos de comunicação,* *publicidade e propaganda.* Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004. | | **6** | **Esquema Aristotélico e linhas apolínea e dionisíaca em textos publicitários** | HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. *Redação publicitária: para cursos de comunicação,* *publicidade e propaganda.* Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004. | | **7** | **Projeto interdisciplinar II (produção de texto)** |  | | **8** | **Prova N1**  **Retomada do plano de ensino** |  | | **9** | **Relação entre os signos verbal e visual na comunicação publicitária** | CARRASCOZA, J.A. *Do Caos à Criação Publicitária*. São Paulo: Editora Saraiva, 2008. | | **10** | **Estudo sobre a segmentação e a adequação de texto à mídia e ao público-alvo** | CARRASCOZA, J.A. *Redação Publicitária - Estudos Sobre a Retórica do Consumo*. São Paulo: Futura, 2003. | | **11** | **Estudo sobre a segmentação e a adequação de texto à mídia e ao público-alvo** | CARRASCOZA, J.A. *Redação Publicitária - Estudos Sobre a Retórica do Consumo*. São Paulo: Futura, 2003. | | **12** | **Linguagem textual da mídia impressa** | CARVALHO, Nelly de. *Publicidade.* A linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 2000. | | **13** | **Linguagem textual da mídia impressa** | CARVALHO, Nelly de. *Publicidade.* A linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 2000. | | **14** | ***All Type*** | HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. *Redação publicitária: para cursos de comunicação,* *publicidade e propaganda.* Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004. | | **15** | **Texto publicitário para mídias impressas e OOH.** | HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. *Redação publicitária: para cursos de comunicação,* *publicidade e propaganda.* Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004. | | **16** | **Texto publicitário para mídias impressas e OOH.** | HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. *Redação publicitária: para cursos de comunicação,* *publicidade e propaganda.* Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004. | | **17** | **Prova N2** |  | | **18** | **Prova substitutiva** |  | | **19** | Vista de provas |  | | **20** | Prova final |  | |