



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: REDAÇÃO PUBLICITÁRIA			Código do Componente Curricular: ENEX50987	
Carga horária: 4 horas aula 64 h / 76 h/a	( ) Sala de aula ( x ) Laboratório ( ) EaD	Etapa: 5 Sem		
<p>Ementa:</p> <p>Estudado discurso persuasivo. Caracterização demensagens publicitárias para diferentes mídias. Segmentação e linguagem. Linguagem Publicitária aplicada à campanha. Pesquisa e análise de mensagens publicitárias veiculadas nessas mídias. Elaboração de linguagem publicitária aplicada aos diferentes meios.</p>				
<p>Conteúdo Programático:</p> <p>Estudo do discurso persuasivo. Segmentação e linguagem.</p> <p>Naming: criação de nomes de marcas e produtos. Criação de slogan</p> <p>Redação para meios diversos. Função e tipos de textos aplicados</p> <p>: anúncios com esquema aristotélico/ anúncios narrativos</p> <p>Redação para meios audiovisuais, web e redes sociais</p> <p>O papel do redator nas ferramentas de comunicação (branding, promoção, merchandising, marketing de relacionamento, ativação, relações públicas, product placement, branded content)</p>				
Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas		



1	Revisão de conteúdos   modelo Aristotélico, Apolíneo e Dionísico. Revisão de conteúdos   funções e figuras de linguagem, intertextualidade	CARRASCOZA, João Anzanello. Redação publicitária: estudos Sobre a retórica do consumo. São Paulo: Futura, 2004.
2	O papel do redator nas ferramentas de comunicação.   do briefing à tráfego criativa	JESUS, Paula Renata de Camargo. Criação Publicitária. Conceitos, ideias e campanhas. 2014. São Paulo: Editora Mackenzie.
3	Públicos-alvo e linguagem institucional, varejo, promocional e institucional.   conceitos de persona e hábitos de consumo.	RIBEIRO, Alceu Leite. Redigir Imaginação e Criatividade. 2003. São Paulo: Madras Editora.
4	Públicos-alvo e linguagem institucional, varejo, promocional e institucional.   conceitos de persona e hábitos de consumo.	RIBEIRO, Alceu Leite. Redigir Imaginação e Criatividade. 2003. São Paulo: Madras Editora.
5	Produção Textual. Aplicação de exercícios e correção de trabalhos.	
6	Análise verbal e anúncios All Type.	JESUS, Paula Renata de Camargo. Criação Publicitária. Conceitos, ideias e campanhas. 2014. São Paulo: Editora Mackenzie.
7	Naming: criação de nomes de marcas e de produtos.	STRUNCK, Gilberto. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso, 2000, Rio de Janeiro: Rio Books
8	Criação de título e de slogan. Tag lines e posicionamento de marca.	FIGUEIREDO, Celso. Redação Publicitária: Sedução pela Palavra. São Paulo: Cengage, 2015, 2ª Ed.
9	Criação de título e de slogan. Tag lines e posicionamento de marca.	FIGUEIREDO, Celso. Redação Publicitária: Sedução pela Palavra. São Paulo: Cengage, 2015, 2ª Ed.
10	Aplicação de P1.	
11	Redação segmentada por meio. Meios Impressos e OOH.	JESUS, Paula Renata de Camargo. Criação Publicitária. Conceitos, ideias e campanhas. 2014. São Paulo: Editora Mackenzie.
12	Redação segmentada por meio. Meios Eletrônicos e Rádio.	JESUS, Paula Renata de Camargo. Criação Publicitária. Conceitos, ideias e campanhas. 2014. São Paulo: Editora



		Mackenzie.
13	Produção Textual.Aplicação de exercícios e correção de trabalhos.	
14	Redação segmentada por meio. Meios Digitais, Conteúdo e Storytelling.	JESUS, Paula Renata de Camargo. Criação Publicitária. Conceitos, ideias e campanhas. 2014. São Paulo: Editora Mackenzie.
15	Redação segmentada por meio. Meios Digitais, Conteúdo e Storytelling.	COMPARATO, Doc. Da criação Ao roteiro. Rio de Janeiro: Rocco, 2000. (791.4302 C737d)
16	Revisão de Conteúdo.	
17	Aplicação de P2.	
18		
19		
20		
21		

**Bibliografia Básica:**

BERLO, D. K. *O Processo de Comunicação*. Martins Fontes: São Paulo, 2003.  
MATTELART, A.; MATTELART, M. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2008.  
MCLUHAN, M. *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. Cultrix: São Paulo, 2007.



*Bibliografia Complementar:*

BRIGGS, A. e BURKE, P. *Uma História Social da Mídia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CASTELLS, M. *Galáxia Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

COELHO NETTO, J. T. *Semiótica, Informação e Comunicação*. São Paulo: Perspectiva, 2003.

LIMA, L. C. (Org.). *Teoria da Cultura de Massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

VILALBA, R. *Teoria da Comunicação*. São Paulo: Ática, 2006.



Universidade Presbiteriana

**Mackenzie**

Centro de Comunicação e Letras – Curso de Publicidade e Propaganda

---



Universidade Presbiteriana

**Mackenzie**

Centro de Comunicação e Letras – Curso de Publicidade e Propaganda

---