



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 II		Código do Componente Curricular: ENEX50230
Carga horária: 2 horas aula 32h/ 38ha	() Sala de aula (X) Laboratório () EaD	Etapas: 6
<p>Ementa:</p> <p>Aprofundamento dos fundamentos de Direção de Arte. Desenvolvimento de campanha de PDV. Observação das questões de identidade de marca e de produto na Direção de Arte de uma campanha de PDV. Observação dos hábitos e do comportamento do consumidor no ponto de venda como critérios para a escolha e direção de arte de peças em uma campanha de PDV. Introdução ao universo da embalagem: funções, materiais, linguagem e atributos mercadológicos. Aplicação dos conceitos de produção gráfica na escolha, criação e arte-finalização de peças para uma campanha de PDV.</p>		
<p>Conteúdo Programático</p> <p>1. O ponto-de-venda e o material de PDV</p> <ul style="list-style-type: none">1.1. <i>Merchandising</i>, promoção e propaganda1.2. Percepção Visual no PDV1.3. Critérios básicos para a eficácia de exposição no PDV1.4. Áreas negativas e áreas positivas de exposição no PDV1.5. A linguagem visual da embalagem e seus atributos mercadológicos1.6. Critérios e procedimentos criativos para uma campanha de PDV1.7. Materiais de PDV: displays, banners, adesivos, faixas de gôndola, etc. <p>2. Campanha promocional no PDV</p> <ul style="list-style-type: none">2.1. Briefing de campanha2.2. Estudo de campo: análise da exposição do produto no ponto-de-venda2.3. Análise das principais matrizes de linguagem visual do produto e/ou marca2.4. Desenvolvimento de layout conceito/<i>concept board</i> para a campanha de PDV		



2.5. Layout e arte finalização de peças de PDV

2.6. Prototipagem e produção gráfica de peças de PDV

Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas
1	Apresentação	
2	O ponto-de-venda e o material de PDV	
3	Briefing	
4	Arquitetura da Informação e UX	
5	Pesquisa de campo	
6	Análise dos dados da pesquisa de campo	
7	Criação e layout de <i>concept board</i>	
8	Criação e layout de <i>concept board</i>	
9	Embalagens: conceito e execução	
10	Entrega e devolutiva da primeira etapa do projeto (<i>concept</i> e layout da embalagem)	
11	Conceitos de arte final de PDV e e-commerce	
12	Criação e arte-finalização de peças de PDV e e-commerce	



13	Criação e arte-finalização de peças de PDV e e-commerce	
14	Criação e arte-finalização de peças de PDV e e-commerce	
15	Criação e arte-finalização de peças de PDV e e-commerce	
16	Criação e arte-finalização de peças de PDV e e-commerce	
17	Prototipagem e produção gráfica das peças de PDV e e-commerce	
18	Entrega e devolutiva da segunda etapa do projeto (PDV e e-commerce)	

Bibliografia Básica:

BLESSA, Regina. Merchandising no Ponto-de-Venda. São Paulo: Editora Atlas, 4ª edição, 2010.

DABNER, David; STEWART, Sandra; ZEMPOL, Eric. Curso de Design Gráfico: Princípios e práticas. São Paulo: Editora G. Gili, 2014.

PEÓN, Maria Luísa. Sistemas de identidade visual. Rio de Janeiro: 2AB.

Bibliografia Complementar:

LONGO, Walter. Marketing e comunicação na era pós-digital: as regras mudaram. São Paulo: HSM do Brasil, 2014.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer C.; BORGES, Cristian. Novos fundamentos do design. São Paulo: Cosac & Naify, 2008.

MESTRINER, Fabio. Design de embalagem: curso básico. São Paulo: Pearson, 2007.

STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: Um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores. Rio de Janeiro: Rio Books, c 2001.

STRUNCK, Gilberto. Compras por Impulso. Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2011.