

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: PRODUÇÃO DE CONTEÚDO AUDIOVISUAL		Código do Componente Curricular: ENEX50877	
Carga horária: 4 horas aula 64h/ 76ha	( ) Sala de aula ( X ) Laboratório ( ) EaD	Etapa: 6	
<p>Ementa:</p> <p>Análise dos principais aspectos técnicos e tecnológicos da realização audiovisual com foco na aplicação para mercado publicitário e produção de conteúdo. Pesquisa sobre diferentes formatos e sua adequação às diferentes propostas. Desenvolvimento de roteiro. Experimentação de audiovisual no marketing e na propaganda. Processo de realização de produção de conteúdo audiovisual.</p>			
<p>Conteúdo Programático</p> <p>Panorama do mercado audiovisual</p> <p>Produção de conteúdo: características e exemplos / diferentes formatos</p> <p>Exercícios de edição</p> <p>Projeto de produção de conteúdo (caráter publicitário e/ou autoral) em suas diferentes etapas: pré-produção, produção e pós-produção</p>			
<b>Sem</b>	<b>Tópico do conteúdo</b>	<b>Referências Bibliográficas</b>	
<b>1</b>	<p>Apresentação do programa e professor</p> <p>Dinâmica da aula</p> <p>Explicar 3 propostas de trabalho</p> <p>1 - Re-cut ou Trailer (ênfase na edição)</p> <p>2 - Inserção de produto (proposta individual)</p> <p>posteriormente os alunos se reunirão</p> <p>em grupos e, dentre as propostas,</p>	<p>BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário</i>. São Paulo: Ed. SENAC, 2004.</p> <p>(659,14 B273v)</p>	

	<p>escolhem 1 para produzir) (N1)</p> <p>3 - Websérie de branded content (proposta individual de projeto; posteriormente os alunos se reunirão em grupos e, dentre as propostas, escolhem 1 para desenvolver o piloto) (N2)</p>	
2	<p>Atividade:</p> <p>Divisão de grupos e funções</p> <p>Desenvolver argumento do trailer ou do re-cut</p> <p>Pesquisa de filme para trailer ou estudo do material para recut</p>	<p>BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário</i>. São Paulo: Ed. SENAC, 2004.</p> <p><b>(659.14 B273v)</b></p>
3	<p>Atividade:</p> <p>Desenvolver argumento do trailer ou do re-cut</p> <p>Pesquisa de filme para trailer ou estudo do material para recut</p> <p>Início das edições</p>	<p>BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário</i>. São Paulo: Ed. SENAC, 2004.</p> <p><b>(659.14 B273v)</b></p>
4	<p>Atividade:</p> <p>Edição</p>	<p>DANCYGER, Ken. <i>Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática</i>. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.</p> <p><b>(778.535 D175t)</b></p>
5	<p>Atividade:</p> <p>Edição</p>	<p>DANCYGER, Ken. <i>Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática</i>. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.</p> <p><b>(778.535 D175t)</b></p>
6	<p>Atividade:</p>	

	Edição / entrega N1	
7	<p>Conceito e exemplos: Apresentação dos trabalhos N2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Product Placement (inserção do produto)</li> <li>- Branded Content (marca cria seu produto audiovisual)</li> <li>- Modelo de roteiro e de proposta de série</li> </ul> <p>Atividade (nota individual) Desenvolver proposta de product placement para uma marca à escolha Desenvolver proposta de websérie de branded content para a mesma marca</p>	<p>BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário</i>. São Paulo: Ed. SENAC, 2004. <b>(659.14 B273v)</b></p>
8	<p>Atividade (nota individual)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenvolver proposta de product placement para uma marca à escolha</li> <li>- Desenvolver proposta de websérie de branded content para a mesma marca</li> </ul> <p><b>OBS: o roteiro poderá ser elaborado nas aulas de criação publicitária e deverá ser ajustado para a linguagem audiovisual com a aprovação do professor.</b></p>	<p>BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário</i>. São Paulo: Ed. SENAC, 2004. <b>(659.14 B273v)</b></p>
9	SEMANA DE COMUNICAÇÃO	
10	<p>Atividades N2: O grupo se reúne e, dentre todas as propostas individuais, escolhe:</p>	<p>PALACIOS, Fernando. <i>O guia completo do storytelling</i>. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 proposta de Product Placement e</li> <li>- 1 de Branded content para desenvolver o roteiro e produzir o piloto da websérie (os alunos vão gravar o piloto da websérie)</li> <li>- Iniciam ambos os trabalhos</li> </ul>	
<b>11</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gravação/ edição Product Placement</li> <li>- elaboração do roteiro do piloto de Branded</li> </ul>	PALACIOS, Fernando. O guia completo do storytelling. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016
<b>12</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gravação/ edição Product Placement</li> <li>- elaboração do roteiro do piloto de Branded</li> </ul>	CONTENT MARKETING INSTITUTE Disponível em <a href="http://contentmarketinginstitute.com">http://contentmarketinginstitute.com</a>
<b>13</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gravação/ edição Product Placement</li> <li>- elaboração do roteiro do piloto de Branded</li> </ul>	CONTENT MARKETING INSTITUTE Disponível em <a href="http://contentmarketinginstitute.com">http://contentmarketinginstitute.com</a>
<b>14</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Finalização Product Placement</li> </ul>	BONASIO, V. <i>Televisão</i> : manual de produção & direção. Belo Horizonte: Leitura, 2002. (791.45 B699t)
<b>15</b>	-Gravações e edições piloto da websérie de branded content	BONASIO, V. <i>Televisão</i> : manual de produção & direção. Belo Horizonte: Leitura, 2002. (791.45 B699t)
<b>16</b>	-Gravações e edições piloto da websérie de branded content	WATTS, Harris. <i>On camera</i> : o curso de produção de filme e video da BBC. São Paulo: Summus, 1990. (778.594 W344o)
<b>17</b>	-Gravações e edições piloto da websérie de branded content	WATTS, Harris. <i>On camera</i> : o curso de produção de filme e video da BBC. São Paulo: Summus, 1990. (778.594 W344o)
	-Gravações e edições piloto da	WATTS, Harris. <i>On camera</i> : o curso de produção de filme e video da

<b>18</b>	websérie de branded content	BBC. São Paulo: Summus, 1990. (778.594 W344o)
<b>19</b>	Edição / Entrega N2	
<b>20</b>	SUB (INDIVIDUAL)	
<b>21</b>	PF (INDIVIDUAL)	

***Bibliografia Básica:***

BARRETO, Tiago. *Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário*. São Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)

BONASIO, V. *Televisão: manual de produção & direção*. Belo Horizonte: Leitura, 2002. (791.45 B699t)

PALACIOS, Fernando. *O guia completo do storytelling*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016. (COMPRAR)

***Bibliografia Complementar:***

CONTENT MARKETING INSTITUTE. Disponível em <http://contentmarketinginstitute.com>

DANCYGER, Ken. *Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)

GERBASE, Carlos. *Direção de Atores*. Rio de Janeiro: Artes e Ofícios, 2003. (791.43 G361c)

WATTS, Harris. *Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema*. São Paulo: Summus, 1999. (791.4302 W351d)

WATTS, Harris. *On camera: o curso de produção de filme e video da BBC*. São Paulo: Summus, 1990. (778.594 W344o)