



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	
<p>Ementa:</p> <p>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 <i>All Type</i> para mídias impressas e OOH. Desenvolvimento de texto para Vídeo e Rádio. Desenvolvimento de posts para Redes Sociais.</p>			
<p>Conteúdo Programático</p> <p>Estrutura do texto publicitário</p> <p>Título, subtítulo, texto e slogan: tipos e funções</p> <p>Esquema Aristotélico e linhas apolínea e dionisíaca em textos publicitários</p> <p>Relação entre os signos verbal e visual na comunicação publicitária</p> <p>Estudo sobre a segmentação e a adequação de texto à mídia e ao público-alvo</p> <p>Linguagem textual da mídia impressa</p> <p>A linguagem textual na comunicação <i>All Type</i></p> <p>Texto publicitário para vídeo</p> <p>Texto publicitário para rádio</p> <p>Post publicitário em rede social</p>			



Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas
1	Revisão dos conteúdos da disciplina de Linguagem Textual I	CARRASCOZA, J.A. <i>Do Caos à Criação Publicitária</i> . São Paulo: Editora Saraiva, 2008.
2	Revisão dos conteúdos da disciplina de Linguagem Textual I	CARRASCOZA, J.A. <i>Do Caos à Criação Publicitária</i> . São Paulo: Editora Saraiva, 2008.
3	Estrutura do texto publicitário Título, subtítulo, texto e slogan: tipos e funções	HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. <i>Redação publicitária: para cursos de comunicação, publicidade e propaganda</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004.
4	Esquema Aristotélico e linhas apolínea e dionisiaca em textos publicitários	HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. <i>Redação publicitária: para cursos de comunicação, publicidade e propaganda</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004.
5	Esquema Aristotélico e linhas apolínea e dionisiaca em textos publicitários	HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. <i>Redação publicitária: para cursos de comunicação, publicidade e propaganda</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004.
6	Relação entre os signos verbal e visual na comunicação publicitária	CARRASCOZA, J.A. <i>Do Caos à Criação Publicitária</i> . São Paulo: Editora Saraiva, 2008.
7	Revisão	
8	Prova intermediária	
9	Estudo sobre a segmentação e a adequação de texto à mídia e ao público-alvo	CARRASCOZA, J.A. <i>Redação Publicitária - Estudos Sobre a Retórica do Consumo</i> . São Paulo: Futura, 2003.
10	Estudo sobre a segmentação e a adequação de texto à mídia e ao público-alvo	CARRASCOZA, J.A. <i>Redação Publicitária - Estudos Sobre a Retórica do Consumo</i> . São Paulo: Futura, 2003.
11	Linguagem textual da mídia impressa	CARVALHO, Nelly de. <i>Publicidade. A linguagem da sedução</i> . São Paulo: Ática, 2000.



12	A linguagem textual na comunicação <i>All Type</i>	HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. <i>Redação publicitária: para cursos de comunicação, publicidade e propaganda</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004.
13	Texto publicitário para vídeo (roteiro) Atividade Projeto Interdisciplinar	CARRASCOZA, J.A. <i>Do Caos à Criação Publicitária</i> . São Paulo: Editora Saraiva, 2008.
14	Texto publicitário para vídeo (roteiro) Atividade Projeto Interdisciplinar	CARRASCOZA, J.A. <i>Do Caos à Criação Publicitária</i> . São Paulo: Editora Saraiva, 2008.
15	Texto publicitário para rádio	CARRASCOZA, J.A. <i>Do Caos à Criação Publicitária</i> . São Paulo: Editora Saraiva, 2008.
16	Post publicitário em rede social	CARRASCOZA, J.A. <i>Do Caos à Criação Publicitária</i> . São Paulo: Editora Saraiva, 2008.
17	Atividade 2 (Projeto Interdisciplinar)	
18	Revisão	
19	Avaliação intermediária 2 (Prova)	
19	Prova substitutiva.	
21	Prova final.	

Instrumentos avaliativos:

A N1 será formada por uma prova, valor 10,0 (peso 7), e uma nota de trabalhos, valor 10 (peso 3).

A N2 será formada por uma prova, valor 10,0 (peso 7), e uma nota de trabalhos, valor 10 (peso 3).

Bibliografia Básica:

CARRASCOZA, J.A. *Do Caos à Criação Publicitária*. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

CARVALHO, Nelly de. *Publicidade*. A linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 2000.

HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. *Redação publicitária: para cursos de comunicação, publicidade e propaganda*. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004.



Bibliografia Complementar:

BASBAUM, Sérgio R. *Sinestesia, arte e tecnologia: fundamentos da cromossonia*. São Paulo: Annablume, 2002.

CARRASCOZA, J.A. *Redação Publicitária - Estudos Sobre a Retórica do Consumo*. São Paulo: Futura, 2003.

FIGUEIREDO, Celso. *Redação Publicitária: Sedução pela Palavra*. São Paulo: Cengage, 2015.

FRASER, Tom. *O guia completo da cor: livro essencial para a consciência das cores*. São Paulo: Senac, 2007.

LARA, Milton. *Publicidade. A máquina de divulgar*. São Paulo: SENAC, 2010.

MANTLE, Jonathan. *Benetton: a família, a empresa e a marca*. São Paulo: Nobel, 1999.

MARTINS, José S. *A natureza emocional da marca: construção de empresas ricas*. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2007.

OGILVY, David. *Confissões de um publicitário*. São Paulo: Difels, 1963.