



|  |  |   |                    |
|--|--|---|--------------------|
| 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:<br>PRODUÇÃO DE CONTEÚDO AUDIOVISUAL   |  | Código do Componente Curricular:ENEX 50877          |                    |
| Carga horária:<br>4 horas aula<br>64h/ 76ha  | ( ) Sala de aula<br>( X ) Laboratório<br>( ) EaD | Etapa: 6  |                    |
| Ementa:<br><br>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.   |  |   |                    |
| Conteúdo Programático<br><br>Panorama do mercado audiovisual<br>Produção de conteúdo: características e exemplos / diferentes formatos<br>Exercícios de edição<br>Projeto de produção de conteúdo (caráter publicitário e/ou autoral) em suas diferentes etapas: pré-produção, produção e pós-produção<br>Publicidade audiovisual em plataforma digital : características e exemplos<br>Publicidade audiovisual em plataforma digital : produção e edição avançada |  |   |                    |



| Sem | Tópico do conteúdo   | Referências Bibliográficas   |
|-----|--|--|
| 1   | <p>Apresentação do programa e professor (aderência)</p> <p>Dinâmica da aula</p> <p>Explicar 3 propostas de trabalho</p> <p>1 - Re-cut /Trailer (ênfase na edição) (N1)</p> <p>2 - Inserção de produto/ product placement (proposta individual; posteriormente os alunos se reunirão em grupos e, dentre as propostas, escolhem 1 para produzir) (N1)</p> <p>3 - Websérie de branded content (proposta individual de projeto e roteiro audiovisual; posteriormente os alunos se reunirão em grupos e, dentre as propostas, escolhem 1 para desenvolver o piloto) (N2)</p> | <p>BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário</i>. São Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)</p> <p>WATTS, Harris. <i>On camera: o curso de produção de filme e video da BBC</i>. São Paulo: Summus, 1990. (778.594 W344o)</p>   |
| 2   | <p>Atividade:</p> <p>Divisão de grupos e funções</p> <p>Desenvolver argumento do trailer/ re-cut</p> <p>Pesquisa de filme para trailer ou estudo do material para recut</p>  | <p>BONASIO, V. <i>Televisão: manual de produção &amp; direção</i>. Belo Horizonte: Leitura, 2002. (791.45 B699t)</p> <p>DANCYGER, Ken. <i>Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática</i>. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)</p> <p>RODRIGUEZ, Angel. <i>A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual</i>. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)</p> |
|     |  |  |

|   |   |  |
|---|---|--|
| 3 | Atividade:<br>Edição  | DANCYGER, Ken. <i>Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)<br>RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)     |
| 4 | Atividade:<br>Edição  | DANCYGER, Ken. <i>Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)<br><br>RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d) |
| 5 | Atividade:<br>Edição  | DANCYGER, Ken. <i>Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)<br><br>RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d) |
| 6 | Atividade:<br>Divisão de grupos e funções<br>Desenvolver proposta para inserção/<br>product placement<br>Pesquisa de material para inserção | DANCYGER, Ken. <i>Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)   |
| 7 | Atividade:<br>Edição  | DANCYGER, Ken. <i>Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)   |
| 8 | Atividade:<br>Edição  | DANCYGER, Ken. <i>Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)   |
|   | Atividade:<br>Edição / entrega N1   | BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário</i> . São  |

|    |  |  |
|----|--|--|
| 9  | <p><b>N2 Branded Content (marca cria seu conteúdo audiovisual)</b></p> <p>- Modelo de roteiro e de proposta de série (nota individual)<br/>Desenvolver proposta de websérie de branded content para a marca</p> <p><b><u>OBS: o roteiro publicitário poderá ser elaborado nas aulas de criação publicitária e deverá ser ajustado para roteiro de produção audiovisual com a aprovação do professor.</u></b></p> | <p>Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)</p> <p>CONTENT MARKETING INSTITUTE. Disponível em <a href="http://contentmarketinginstitute.com">http://contentmarketinginstitute.com</a></p> <p>PALACIOS, Fernando. O guia completo do storytelling. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.</p> <p>RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)</p>  |
| 10 | <p>Desenvolvimento de roteiro audiovisual+ storyboard para web série/ Individual (branded content)</p>   | <p>BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário</i>. São Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)</p> <p>CONTENT MARKETING INSTITUTE. Disponível em <a href="http://contentmarketinginstitute.com">http://contentmarketinginstitute.com</a></p> <p>PALACIOS, Fernando. O guia completo do storytelling. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.</p> <p>RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)</p> |
| 11 | <p>Desenvolvimento de roteiro audiovisual+ storyboard para web série/ Individual (branded content)</p> <p>Formação de grupos e escolha do roteiro para produção</p>  | <p>BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário</i>. São Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)</p> <p>CONTENT MARKETING INSTITUTE. Disponível em</p>   |

|    |  |  |
|----|--|--|
|    | Pré-produção : planejamento das gravações, iluminação, sonorização, locações, figurinos e objetos de cena. | <a href="http://contentmarketinginstitute.com">http://contentmarketinginstitute.com</a><br><br>PALACIOS, Fernando. O guia completo do storytelling. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.<br><br>RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)  |
| 12 | Gravação do Branded Content (web série) - grupo  | WATTS, Harris. <i>Direção de câmera</i> : um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999. (791.4302 W351d)   |
| 13 | Gravação do Branded Content (web série) - grupo  | WATTS, Harris. <i>Direção de câmera</i> : um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999. (791.4302 W351d)   |
| 14 | Gravação e Edição do Branded Content (web série) - grupo   | DANCYGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)<br><br>RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)<br><br>WATTS, Harris. <i>Direção de câmera</i> : um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999. (791.4302 W351d) |
| 15 | Gravação e Edição do Branded Content (web série) - grupo   | DANCYGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)<br><br>RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2  |



|    |   |  |
|----|---|--|
|    |   | R696d)<br><br>WATTS, Harris. <i>Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema</i> . São Paulo: Summus, 1999. (791.4302 W351d)   |
| 16 | Edição do Branded Content (web série) - grupo             | DANCYGER, Ken. <i>Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)<br><br>RODRIGUEZ, Angel. <i>A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual</i> . São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d) |
| 17 | Edição do Branded Content (web série) - grupo             | DANCYGER, Ken. <i>Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)<br><br>RODRIGUEZ, Angel. <i>A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual</i> . São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d) |
| 18 | Edição Final / Entrega N2                                 | DANCYGER, Ken. <i>Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)<br><br>RODRIGUEZ, Angel. <i>A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual</i> . São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d) |
| 19 | Exibição dos trabalhos/ Devolutiva / Orientações para sub |  |
| 20 | SUB (INDIVIDUAL)  |  |



|  |                 |  |
|--|-----------------|--|
| 21   | PF (INDIVIDUAL) |  |
| <i>Instrumentos Avaliativos</i>  |                 |  |
| N1 – Trailer + Inserção de produto ( individual/dupla)   |                 |  |
| N2 – Roteiro Audiovisual para Branded Content/ web série (individual) + Piloto Web série   |                 |  |
| <i>Bibliografia Básica:</i>  |                 |  |
| BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário</i> . São Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)     |                 |  |
| BONASIO, V. <i>Televisão: manual de produção &amp; direção</i> . Belo Horizonte: Leitura, 2002. (791.45 B699t)                             |                 |  |
| PALACIOS, Fernando. <i>O guia completo do storytelling</i> . Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.   |                 |  |
| <i>Bibliografia Complementar:</i>  |                 |  |
| CONTENT MARKETING INSTITUTE. Disponível em <a href="http://contentmarketinginstitute.com">http://contentmarketinginstitute.com</a>         |                 |  |
| DANCYGER, Ken. <i>Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t) |                 |  |
| GERBASE, Carlos. <i>Direção de Atores</i> . Rio de Janeiro: Artes e Ofícios, 2003. (791.43 G361c)  |                 |  |
| RODRIGUEZ, Angel. <i>A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual</i> . São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)                               |                 |  |
| WATTS, Harris. <i>Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema</i> . São Paulo: Summus, 1999. (791.4302 W351d)               |                 |  |
| WATTS, Harris. <i>On camera: o curso de produção de filme e video da BBC</i> . São Paulo: Summus, 1990. (778.594 W344o)                    |                 |  |