

**ECO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
Centro de Filosofia e Ciências Humanas – CFCH
Escola de Comunicação – ECO
Curso de Publicidade e Propaganda

Grade Curricular

4º Período	Código da disciplina	Horas	Créditos
Direção Arte em Public. e Prop. I	ECL393	60	3
Marketing para Public. e Prop.	ECA257	60	4
Pesquisa Merc. Opinião Pública	ECA254	60	4
Redação Publicitária I	ECL254	60	3
Atividades Acadêmicas de Livre Escolha		60	4
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Habilitação)		30	2
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Teoria)		60	4

5º Período	Código da disciplina	Horas	Créditos
Comp. Consum. e Segmentação	ECA252	60	4
Mídia	ECA253	60	4
Planejamento de Campanhas	ECA251	60	3
Atividades Acadêmicas de Livre Escolha		60	3
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Habilitação)		30	2
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Teoria)		60	4

6º Período	Código da disciplina	Horas	Créditos
Criação Mídias Contemporâneas	ECL391	60	3
Criação Publicitária	ECL249	60	3
História da Propaganda	ECA381	60	4
Atividades Acadêmicas de Livre Escolha		30	2
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Habilitação)		30	2
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Teoria)		60	4

7º Período	Código da disciplina	Horas	Créditos
Assessoria de Comunicação	ECA373	30	2
Gestão Organiz. P/ Comunicação	ECA486	30	2
Legislação e Ética em Comunicação	ECA374	60	4
Projeto Experimental I	ECA484	60	3
Atividades Acadêmicas de Livre Escolha		30	2
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Habilitação)		60	4
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Teoria)		30	2

8º Período	Código da disciplina	Horas	Créditos
Projeto Experimental em Publicidade Propaganda	ECAY04	180	6
Atividades Acadêmicas de Livre Escolha		90	6
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Habilitação)		30	2
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Teoria)		30	2

Ementa e Bibliografia

Disciplinas Obrigatórias

Nome	Assessoria de Comunicação				
Código:	ECA373	CH:	30	CR:	2

Ementa

Divulgação como ferramenta de Comunicação de Marketing. Planejamento de Comunicação adequado aos objetivos da organização. Imagem pública. Comunicação interna nas organizações. Lobby e relações políticas. Relações comunitárias.

Bibliografia

CAHEN, Roger. *Tudo que seus gurus de Comunicação Social não lhe ensinaram*. São Paulo: Best Seller, 1990.

DOTHY, Dorothy. *Divulgação Jornalística e Relações Públicas*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1990.

KOTLER, Phillip. *Administração de Marketing*. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

NOGUEIRA, Nemércio. *Opinião pública e democracia: desafios à empresa*. São Paulo: Nobel, 1987.

POAYRES, Walter. *Imagem Pública*. São Paulo: Globo, 1998.

Nome	Comp. Consum. e Segmentação				
Código:	ECA252	CH:	60	CR:	4

Ementa

Estudo do mercado consumidor, modelos do comportamento do consumidor e fatores influenciadores. Decisão de compra e adoção de novos produtos. Bases para segmentação dos mercados, identificação de segmentos e mercados atrativos.

Bibliografia

- ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. *Comportamento do consumidor*. Rio de Janeiro: LTC, 1995.
- KOTLER, Philip. *Administração de Marketing: a edição do novo milênio*. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- RIES, Al.; TROUT, Jack. *Posicionamento*. São Paulo: Pioneira, 1993.
- SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. *Comportamento do consumidor*. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- UNDERHILL, Paco. *Vamos às compras: a ciência do consumo*. Rio de Janeiro: Campus, 1.

Nome	Criação Mídias Contemporâneas				
Código:	ECL391	CH:	60	CR:	3

Ementa

Processos de criação em publicidade abordando as mídias e ações alternativas existentes no mercado publicitário contemporâneo. Conceitos criativos. Criação de peças e ações promocionais e institucionais.

Bibliografia

- ANDERSON, Chris. *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2006.
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. *Marketing 4.0: do tradicional ao digital*. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- ATEM, Guilherme Nery; OLIVEIRA, Thaiane Moreira de; AZEVEDO, Sandro Tôrres de (Orgs.). *Ciberpublicidade: discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática*. Rio de Janeiro: E-papers, 2014.

Nome	Criação Publicitária				
Código:	ECL249	CH:	60	CR:	3

Ementa

Processos de criação em publicidade: imagens, argumentos e roteiros. Identificação e análise de produções publicitárias. Direção de criação. Conceitos criativos. Do briefing ao anúncio. Criação de comerciais promocionais e institucionais.

Bibliografia

CAMERON, Julia. *Guia prático para a criatividade*. Rio de Janeiro: Ediomia, 1996.

DUAILLIBI, R.; SIMONSEN JR., H. *Criatividade: a formulação de alternativas em marketing*. São Paulo: McGraw-Hill, 1971.

OSTROWER, Fayga. *Criatividade e processos de criação*. Petrópolis: Vozes, 1997.

VIEIRA, Stalimir. *Raciocínio criativo na publicidade*. São Paulo: Loyola, 1999.

VESTERGAARD, Torben. *A linguagem da propaganda*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

Nome	Direção Arte em Publ. e Prop. I				
Código:	ECL393	CH:	60	CR:	3

Ementa

Uso de comunicação visual na elaboração de trabalhos para atingir os objetivos do planejamento publicitário. Conceitos criativos, temas de campanhas e direção de arte.

Bibliografia

Básica:

CESAR, Newton. *Direção de arte em propaganda*. Brasília: SENAC, 2006.

LUPTON, Ellen. *Pensar com tipos*. São Paulo: CosacNaify, 2006.

AUMONT, Jacques. *A imagem*. São Paulo: Papyrus, 14ª ed., 2009.

MENNA BARRETO, Roberto. *Criatividade em propaganda*. São Paulo: Summus, 13ª ed., 2004.

BARTOMEU, João Vicente. *Criação em propaganda impressa*. São Paulo: Futura, 2002.

Nome	Gestão Organiz. P/ Comunicação				
Código:	ECA486	CH:	30	CR:	2

Ementa

Teorias de organização e de administração. Princípios e funções organizacionais. O ambiente sócio-organizacional, modelos e cenários. Organização inovadora. Planejamento e implementação de plano de ação administrativa. Tecnologia de informação gerencial. Comportamento organizacional.

Bibliografia

CHIAVENATO, Idalberto. *Teoria geral da administração*. São Paulo: McGraw Hill, 1979.

RIBEIRO, Julio (et.al.). *Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar*. São Paulo: Atlas, 1995.

SANTANNA, Armando. *Propaganda, teoria, técnica e prática*. São Paulo: Pioneira, 1998.

Nome	História da Propaganda				
Código:	ECA381	CH:	60	CR:	4

Ementa

Formação e desenvolvimento da atividade publicitária no Brasil e no exterior. Atualidades. Contextualização da atividade a partir de fatos sociais, políticos, econômicos, culturais e tecnológicos.

Bibliografia

CASSRASCOZA, João Anzanelo. *A evolução do texto publicitário*. São Paulo: Futura, 1999.

CASTELO BRANCO, Renato; MARTENSEN, Rodolfo Lima; REIS, Fernando. *História da propaganda no Brasil*. São Paulo: T. A. Queiroz, 1990.

OLESEN, Jens; BARROS, Altino. *McCann: 50 anos em 2*. São Paulo: Siciliano, 1995.

PERISCINOTO, Alex. *Mais vale o que se aprende que o que te ensinam*. São Paulo: Best Seller, 1995.

VEIRA, Lula. *Loucuras de um publicitário*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

Nome	Legislação e Ética em Comunicação				
Código:	ECA374	CH:	60	CR:	4

Ementa

Ética e direito: o tradicional e na civilização tecnológica. Direito à informação. Legislação de atividades de comunicação. Direitos e deveres. Direito autoral. Legislação específica. Código de defesa do consumidor. Regulamentação da profissão.

Bibliografia

ANDRÉ, Alberto. *Ética e códigos da comunicação social*. Porto Alegre: Sagra-Luzzato, 1995.

GIACOMINI FILHO, Gino. *Consumidor versus Propaganda*. São Paulo: Summus, 1991.

Vademecum jurídico das empresas de radiodifusão. Brasília: ABERT. Legislação disponível na página http://208.184.234.136/a_juri.cfm

Nome	Marketing para Publicidade e Propaganda				
Código:	ECA257	CH:	60	CR:	4

Ementa

Fundamentos, teoria e prática do marketing com ênfase no comportamento do consumidor e nas funções de comunicação e seus efeitos. Composto mercadológico e suas potencialidades. Plano de ação mercadológica.

Bibliografia

AMBROSIO, Vicente. *Plano de marketing passo a passo*. Rio de Janeiro: Reichman & Affonso, 1999.

BOONE, Louis E. KURTZ, David L. *Marketing contemporâneo*. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing: a edição do novo milênio*. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

NICKELS, W.; WOOD, M. *Marketing: relacionamentos, qualidade, valor*. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

SOUZA, F. A. Madia. *Marketing pleno*. São Paulo: Makron Books, 1999.

Nome	Mídia			
-------------	-------	--	--	--

Código:	ECA253	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Fundamentos conceituais de mídia. Técnicas básicas de pesquisa de mídia e sua utilização. Leitura, análise e uso de pesquisas e de tabelas de preço. Planejamento estratégico de mídia. Relação da atividade de mídia com a de criação.

Bibliografia

KOCH, V. *A interação pela linguagem*. São Paulo: Contexto, 1992.

MANEY, K. *O futuro da megamídia*. São Paulo: Makron Books, 1997.

TAHARA, Mizuho. *Contato imediato com a mídia*. São Paulo: Summus, 1994.

RIES, Al.; TROUT, Jack. *Posicionamento: como a mídia faz a sua cabeça*. São Paulo: Pioneira, 1993.

SCHWARTZ, T. *Mídia: o segundo Deus*. São Paulo: Summus, 1995.

Nome	Pesquisa Merc. Opinião Pública				
-------------	--------------------------------	--	--	--	--

Código:	ECA254	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Pesquisa de mercado; tipos, técnicas e métodos. Amostragem. Planejamento da pesquisa, coleta, organização, análise e interpretação de dados. Conceituação de público e de opinião pública. Natureza, formação e conteúdo da opinião pública.

Bibliografia

AAKER, David A.; KUMAR, V.; DAY, George S. *Pesquisa de mercado*. S. Paulo: Atlas, 2001.

BOYD JR, Harper; WESTFALL, Ralf. *Pesquisa mercadológica*. Rio de Janeiro: FGV, 1993.

LANE, Robert E. *A opinião pública*. Rio de Janeiro: Zahar, 1996.

POYARES, Walter. *Imagem pública*. São Paulo: Globo, 1998.

SAMARA, Beatriz Santos. *Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia*. São Paulo: Makron Books, 1997.

Nome	Planejamento de Campanhas				
-------------	---------------------------	--	--	--	--

Código:	ECA251	CH:	60	CR:	3
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo dos fundamentos teóricos do planejamento de comunicação e propaganda e suas principais técnicas de elaboração e execução.

Bibliografia

CESAR, C. *Como falar no rádio - prática de locução AM e FM*. São Paulo: Ibrasa, 1990.

PRADO, E. *Estrutura da informação radiofônica*. São Paulo: Summus, 1989.

CHANTLER, P. e HARRIS, S. *Radiojornalismo*. São Paulo: Summus, 1992.

PORCHAT, M. E. *Manual de radiojornalismo (Jovem Pan)*. São Paulo: Atica. 1990.

Nome	Projeto Experimental em Publicidade Propaganda				
Código:	ECA484	CH:	180	CR:	6

Ementa

Elaboração do trabalho de final de curso correspondente à habilitação do aluno. Confirmação do tema e do orientador. Coleta e tratamento dos dados e informações. Revisão da literatura. Normas para elaboração de monografias e relatórios técnicos.

Bibliografia

- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. *Metodologia científica*. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.
- DENCKER, A. F. M. *Pesquisa Empírica em Ciências Humanas (com ênfase em comunicação)*. São Paulo: Futura. 2000.
- KÖCHE, J. C. *Fundamentos de metodologia científica*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 1996.
- RUSSO, M.; CAVALCANTI, I. G. M. et al. *Manual para elaboração e normalização de dissertações e teses*. Rio de Janeiro: [s.n.], 1997. 1v. Original datilografado.

Nome	Projeto Experimental I				
Código:	ECA484	CH:	60	CR:	3

Ementa

Etapas de desenvolvimento do trabalho de final de curso; escolha do tema e do orientador; definição de objetivos; delimitação do tema; pesquisa bibliográfica; métodos de pesquisa; plano de trabalho; normas para elaborar monografias e relatórios técnicos.

Bibliografia

- DENCKER, A. F. M. *Pesquisa Empírica em Ciências Humanas (com ênfase em comunicação)*. São Paulo: Futura. 2000.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. *Metodologia científica*. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.
- KÖCHE, J. C. *Fundamentos de metodologia científica*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 1996.
- RUSSO, M.; CAVALCANTI, I. G. M. et al. *Manual para elaboração e normalização de dissertações e teses*. Rio de Janeiro: [s.n.], 1997. 1v. Original datilografado

Nome	Redação Publicitária I				
Código:	ECL254	CH:	60	CR:	3

Ementa

Estudo das técnicas de redação de propaganda em diferentes meios: impresso, eletrônico, cinematográfico, radiofônico, etc. O texto publicitário nas diferentes mídias. Evolução histórica, peças

notáveis. Fases e estilos. Principais expressões brasileiras. Briefing publicitário e redação do anúncio. O anúncio como uma solução possível do problema mercadológico.

Bibliografia

ANZANELLO CARRASCOZA, João. *Redação publicitária: estudos sobre a retórica do consumo*. São Paulo: Futura, 2003.

BARRETO, Tiago. *Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário*. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2010.

CESAR, Newton. *Mídia eletrônica: a criação de comerciais para TV, rádio e internet*. Rio de Janeiro: 2AB, 2008.

FIGUEIREDO, Celso. *Redação publicitária: sedução pela palavra*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

Disciplinas Complementares de Escolha Restrita

Grupo de Habilitação

Nome	Administração em Publicidade e Propaganda				
Código:	ECA472	CH:	60	CR:	4

Ementa

Administração: princípios, conceitos e funções. Teorias de administração. O ambiente sócio-organizacional. Modelos de gestão, cenários. Processo de organização. Organização inovadora. Planejamento e implementação de um plano de ação administrativo em publicidade e propaganda.

Nome	Agência Experimental				
Código:	ECL510	CH:	60	CR:	2

Ementa

Desenvolvimento de portfólio de trabalho com vistas à apresentação do aluno ao mercado, abrangendo todo o campo da propaganda: do briefing ao planejamento, da pesquisa ao diagnóstico, da consulta ao planejamento de mídia, da criação à produção publicitária.

Nome	Apresent. e Interpret. em Vídeo				
Código:	ECL507	CH:	30	CR:	1

Ementa

Os diversos tipos de apresentação de programas de TV, telejornalismo, esportes, auditório, entrevistas, variedades. Apresentação em planos fechados e abertos. A leitura do script televisivo. Respiração, expressão facial e corporal, gesto, olhar, projeção e articulação vocal, interpretação do texto e postura.

Nome	Assessoria de Imprensa e de Comunicação				
-------------	---	--	--	--	--

Código:	ECL471	CH:	60	CR:	3
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Assessoria de imprensa: história, técnicas, produtos e serviços. A assessoria de imprensa como braço da assessoria de comunicação. O conceito de comunicação organizacional integrada e suas ferramentas: da teoria à prática. Cultura organizacional e fluxos de comunicação no interior das organizações. O papel estratégico da comunicação no gerenciamento de crises de imagem. Do relacionamento com a mídia ao relacionamento em rede. Assessoria de imprensa e mídias digitais: desafios e oportunidades.

Nome	Cálculo Custos Matérias Primas				
-------------	--------------------------------	--	--	--	--

Código:	ECA351	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Organização das empresas de comunicação. Custos editoriais. Administração de recursos. Análise de custos. Preparação de orçamentos. Matérias-primas e insumos. Tipos de impressão, custo industrial, lucro e margem de distribuição, cálculo de preço. Políticas governamentais para matérias-primas.

Nome	Computação Gráfica P/ Vídeo				
-------------	-----------------------------	--	--	--	--

Código:	ECA371	CH:	60	CR:	3
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Teoria e prática da Computação Gráfica aplicada à Televisão. Princípios e fundamentos da constituição da imagem digital. Programas auxiliados por computador para desenho, tratamento de imagem, animação 2D e 3D.

Nome	Comunicação Dirigida				
-------------	----------------------	--	--	--	--

Código:	ECA473	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo das técnicas da comunicação dirigida através de propaganda em meios impressos e eletrônicos da sua evolução histórica, fases e estilos, aprofundamento e extensão.

Nome	Comunicação e Cenografia				
-------------	--------------------------	--	--	--	--

Código:	ECA475	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

O espaço cênico como instrumento de comunicação. A linguagem da cenografia. Leitura e avaliação de um projeto cenográfico. Concepção e planejamento de cenários. A relação entre cenografia, o figurino e a iluminação.

Nome	Comunicação e Estatística				
Código:	ECA245	CH:	30	CR:	2

Ementa

Conceitos e noções fundamentais. Séries estatísticas. Preparação de dados para análise estatística. Elaboração de tabelas e gráficos. Captação, organização e análise de dados sobre produtos e mercados. Aplicação de softwares estatísticos.

Nome	Comunicação Política Eleitoral				
Código:	ECL492	CH:	60	CR:	3

Ementa

Estudo da aplicação das técnicas de propaganda aos processos político e eleitoral no planejamento de campanhas.

Nome	Criação Radiofônica				
Código:	ECL255	CH:	60	CR:	3

Ementa

Formas e possibilidades expressivas da linguagem sonora. O rádio como arte do tempo. A linguagem escrita e a linguagem falada. Valores e características do meio rádio. Estrutura do texto radiofônico. Prática de redação, improviso e interpretação.

Nome	Direção Arte em Public. e Prop. II				
Código:	ECL027	CH:	60	CR:	3

Ementa

A direção de Arte Publicitária em meios digitais, eletrônicos e cinematográficos. Conceitos criativos, temas de campanha e direção de arte.

Nome	Edição de Trilha Sonora				
Código:	ECL376	CH:	60	CR:	3

Ementa

Sincronismo imagem-ruído-fala-música. Música incidental e integração da música no espetáculo audiovisual. Funções da música no acompanhamento do espetáculo cênico. Aplicabilidade de cores sonoras que caracterizam e ressaltam o "som da cena".

Nome	Elementos de Linguagem Musical				
Código:	ECL247	CH:	60	CR:	4

Ementa

Noções básicas de teoria musical. Compasso, andamentos ritmo. Música popular e musica erudita. Gêneros e estilos em música. Efeitos expressivos em música. Música e sonoplastia. Música como expressão do momento histórico.

Nome	Est. da Ling. Bras. de Sinais I				
Código:	LEB599	CH:	60	CR:	4

Ementa

Nomes próprios; pronomes pessoais; demonstrativos; possessivos; locativos em sentenças simples do tipo pergunta-resposta com "o que" e "quem" e outros vocábulos básicos; numerais; quantidade; topicalização; flexão verbal; flexão de negação; expressões faciais e corporais; percepção visual; conversação; diálogos; textos: LIBRAS, cultura e comunidade surda.

Nome	Expr. Ling. Com. Pol. e Eleitoral				
Código:	ECL028	CH:	30	CR:	2

Ementa

Estudo da expressão, linguagens e da aplicação das técnicas de propaganda aos processos político e eleitoral no planejamento de campanhas.

Nome	Foto Publicitária				
Código:	ECL508	CH:	60	CR:	3

Ementa

Fundamentos e técnicas da fotografia como instrumento de comunicação aplicada à propaganda. Fotografia química e digital na publicidade. Escolha e orientação do profissional de fotografia com vistas à produção fotográfica aplicada à publicidade. Utilização de bancos de imagens.

Nome	Fotografia Experimental A.				
Código:	ECL023	CH:	30	CR:	2

Ementa

Especialização em teoria e história da fotografia, técnicas e processos experimentais. Fotografia convencional e digital para cinema, vídeo e web.

Nome	Fotografia Experimental B.				
Código:	ECL024	CH:	30	CR:	2

Ementa

Especialização em teoria e história da fotografia, técnicas e processos experimentais. Fotografia

convencional e digital para cinema, vídeo e web.

Nome	Fotografia Experimental C.				
Código:	ECL025	CH:	60	CR:	4

Ementa

Especialização em teoria e história da fotografia, técnicas e processos experimentais. Fotografia convencional e digital para cinema, vídeo e web.

Nome	Fotografia Experimental D.				
Código:	ECL026	CH:	60	CR:	4

Ementa

Especialização em teoria e história da fotografia, técnicas e processos experimentais. Fotografia convencional e digital para cinema, vídeo e web.

Nome	Gravação e Mixagem de Áudio				
Código:	ECA354	CH:	60	CR:	3

Ementa

Tipos de microfones e sua utilização. Técnicas de gravação e mixagem de som. Operação em estúdio, operação em externa. Edição de som. Análise comparativa de gravações. O som no rádio, na televisão, no cinema, no teatro, no disco e no show ao vivo.

Nome	Layout Editorial				
Código:	ECL381	CH:	60	CR:	3

Ementa

História da expressão gráfica. Técnica de preparação do layout. Arte final tradicional e digital. Cores, diagramação, estética e estilos, a tipologia, cálculo de texto e legibilidade, papel e seu aproveitamento. Apresentação dos produtos editoriais: relatórios, manuais etc.

Nome	Marketing para Rádio e TV				
Código:	ECA370	CH:	30	CR:	2

Ementa

Noções de pesquisas de marketing e de audiência. Comportamento da audiência. Análise do ambiente competitivo de RTV. Segmentação. Posicionamento. Composto de marketing para produtos de RTV. Comercialização dos produtos de RTV. Princípios de marketing.

Nome	Organização e Produção Eventos			
-------------	--------------------------------	--	--	--

Código:	ECA001	CH:	60	CR:	3
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Na cultura organizacional contemporânea é recorrente o uso do marketing cultural e da cultura do entretenimento como forma de fortalecimento da identidade de marca das Instituições. A disciplina se propõe a refletir sobre essa prática, discutindo-a conceitualmente e ainda operacionalizando as suas ferramentas para a produção do evento Interseção - Semana de Propaganda e Marketing da ECO-UFRJ, que entrou para o calendário da escola no ano de 1999, sob a coordenação docente da professora da disciplina.

Nome	Processos Gráficos				
-------------	--------------------	--	--	--	--

Código:	ECL239	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Processos industriais em diferentes formatos. Tipos de impressoras. Tipos de impressão. Equipamentos e filmes. Papéis e tintas. Fitolito. Fitolito digital. Tipos de provas. Escalas de cores. Relação custo/benefício da impressão em gráfica ou bureau. Novas tecnologias.

Nome	Prod. Public. P/ Rádio TV e Cinema				
-------------	------------------------------------	--	--	--	--

Código:	ECL367	CH:	60	CR:	3
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo das técnicas de produção em televisão, rádio e cinema (RTVC) aplicadas à realização do anúncio para a propaganda nesses meios. O processo de produção de peças publicitárias para TV, rádio e cinema. Enfoque prático que permita ao aluno o contato com os equipamentos de cada meio.

Nome	Produção de Audiovisual				
-------------	-------------------------	--	--	--	--

Código:	ECA355	CH:	60	CR:	3
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Fases e equipe da realização de produto audiovisual privilegiando o ponto de vista da produção. O mercado hoje. Novas tecnologias e possibilidades profissionais. Análise de roteiro do ponto de vista da produção. Análise técnica, orçamento, cronograma.

Nome	Produção de Mídias Digitais				
-------------	-----------------------------	--	--	--	--

Código:	ECA005	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Elaboração, desenvolvimento e instalação de arquivos complexos para meios digitais. Produção de animação 2D e 3D. Arquivos de peças publicitárias desenvolvidos em linguagem HTML.

Nome	Produção Gráfica				
-------------	------------------	--	--	--	--

Código:	ECL366	CH:	60	CR:	3
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Fundamentos da comunicação visual e da produção gráfica. Preparação e desenvolvimento das artes convencionais e das artes digitais. Etapas de um projeto gráfico - da composição até a produção e acabamento das peças publicitárias. Do layout à arte final.

Nome	Produção para a Internet				
-------------	--------------------------	--	--	--	--

Código:	ECL515	CH:	60	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Elaboração, instalação e manutenção de uma homepage. Aspectos avançados do processo de produção digital; desenvolvimento de plugins; programas de interface cliente/servidor WWW; programação interativa na Internet.

Nome	Produção Radiofônica				
-------------	----------------------	--	--	--	--

Código:	ECL388	CH:	60	CR:	3
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Técnicas de realização de programas de rádio. Da idéia ao roteiro. Desenvolvimento, gravação e apresentação de programas. Os gêneros radiofônicos: a revista, o documentário, a crônica e o humor. Do esquete ao radioteatro.

Nome	Programação Visual				
-------------	--------------------	--	--	--	--

Código:	ECL517	CH:	60	CR:	3
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Elementos de sinalização, linguagens verbais e não verbais. Introdução ao design: 2D e 3D.

Nome	Promoção e Merchandising				
-------------	--------------------------	--	--	--	--

Código:	ECL453	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Fundamentos das técnicas de promoção de vendas e de merchandising. Análise de casos específicos. Planejamento de campanhas específicas.

Nome	Rádio e TV Comunitários				
-------------	-------------------------	--	--	--	--

Código:	ECL509	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

O rádio e a TV como meios de expressão comunitários. A formação e a gestão de uma emissora de

rádio e de TV. Análise de casos.

Nome	Redação Publicitária II				
Código:	ECL029	CH:	60	CR:	3

Ementa

Aprofundamento do estudo das técnicas de redação de propaganda em meios. O texto publicitário nas diferentes mídias. O spot radiofônico e o jingle. O roteiro audiovisual. Evolução histórica. Fases e estilos. Principais expressões brasileiras. Briefing publicitário e redação do anúncio. O anúncio como possível solução do problema mercadológico.

Nome	Roteiro e Red. de Audiovisual				
Código:	ECL256	CH:	60	CR:	3

Ementa

O roteiro e os processos de produção audiovisual. Funções e usos do texto no audiovisual. O processo de criação e os elementos do roteiro. O drama, formas de apresentação do roteiro. Diálogos e narração. Adaptação de obras literárias.

Nome	Seminário Comun. Marketing A.				
Código:	ECW005	CH:	60	CR:	4

Ementa

Especialização em comunicação e marketing. Conteúdos de marketing especializado.

Nome	Seminário Comun. Marketing B.				
Código:	ECW006	CH:	60	CR:	4

Ementa

Especialização em comunicação e marketing. Conteúdos de marketing especializado.

Nome	Seminário Comun. Marketing C.				
Código:	ECW007	CH:	60	CR:	4

Ementa

Especialização em comunicação e marketing. Conteúdos de marketing especializado.

Nome	Seminário Comun. Marketing D.				
Código:	ECW008	CH:	60	CR:	4

Ementa

Especialização em comunicação e marketing. Conteúdos de marketing especializado.

Nome	Seminário Comun. Marketing E.				
Código:	ECW009	CH:	60	CR:	4

Ementa

Especialização em comunicação e marketing. Conteúdos de marketing especializado.

Nome	Seminário Comun. Marketing F.				
Código:	ECW010	CH:	30	CR:	2

Ementa

Especialização em comunicação e marketing. Conteúdos de marketing especializado.

Nome	Seminário em Comunicação A.				
Código:	ECS500	CH:	30	CR:	2

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação B.				
Código:	ECS501	CH:	30	CR:	2

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação C.				
Código:	ECS502	CH:	30	CR:	2

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação D.				
Código:	ECS503	CH:	30	CR:	2

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação E.				
-------------	-----------------------------	--	--	--	--

Código:	ECS504	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação F.				
-------------	-----------------------------	--	--	--	--

Código:	ECS505	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação G.				
-------------	-----------------------------	--	--	--	--

Código:	ECS005	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação H.				
-------------	-----------------------------	--	--	--	--

Código:	ECS006	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação I.				
-------------	-----------------------------	--	--	--	--

Código:	ECS008	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação J.				
-------------	-----------------------------	--	--	--	--

Código:	ECS009	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação K.			
-------------	-----------------------------	--	--	--

Código:	ECS010	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação L.			
-------------	-----------------------------	--	--	--

Código:	ECS011	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação M.			
-------------	-----------------------------	--	--	--

Código:	ECS012	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação N.			
-------------	-----------------------------	--	--	--

Código:	ECS013	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Seminário em Comunicação O.			
-------------	-----------------------------	--	--	--

Código:	ECS014	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.

Nome	Tópicos Especiais Criação A.			
-------------	------------------------------	--	--	--

Código:	ECL030	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Especialização em teoria e história dos processos criativos, técnicas e processos experimentais. Processos de criação para mídias convencionais e digitais.

Nome	Tópicos Especiais Criação B.			
-------------	------------------------------	--	--	--

Código:	ECL031	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Especialização em teoria e história dos processos criativos, técnicas e processos experimentais. Processos de criação para mídias convencionais e digitais.

Nome	Tópicos Especiais Criação C.			
-------------	------------------------------	--	--	--

Código:	ECL032	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Especialização em teoria e história dos processos criativos, técnicas e processos experimentais. Processos de criação para mídias convencionais e digitais.

Nome	Tópicos Especiais Criação D.			
-------------	------------------------------	--	--	--

Código:	ECL033	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Especialização em teoria e história dos processos criativos, técnicas e processos experimentais. Processos de criação para mídias convencionais e digitais.

Grupo Teoria

Nome	Comunic. Cidad. Política I			
-------------	----------------------------	--	--	--

Código:	ECS510	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Indivíduo, sociedade e construção da noção de cidadania na modernidade. Meios de comunicação, as fronteiras e interações entre o público e o privado. Análise do caso brasileiro.

Nome	Comunic. Cidad. Política II			
-------------	-----------------------------	--	--	--

Código:	ECS511	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

As relações de poder nos processos de comunicação. Processos subjetivos em jogo nas configurações contemporâneas de poder. Impacto das novas tecnologias sobre discursos e práticas políticas. Análise do contexto brasileiro.

Nome	Comunic. Cidad. Política III			
-------------	------------------------------	--	--	--

Código:	ECS512	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Emergências de novos sujeitos sociais e a rearticulação do campo da política. Globalização, fragmentação e pluralidade no mundo contemporâneo.

Nome	Comunic. Cidad. Política IV				
-------------	-----------------------------	--	--	--	--

Código:	ECS513	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Tópicos especiais em comunicação e política.

Nome	Comunic. e Arte Contemp. I				
-------------	----------------------------	--	--	--	--

Código:	ECS506	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

O hipertexto como campo conceitual múltiplo, com seus sistemas, programas e interfaces, que vão da multimídia à Web, que permite reencenar e repensar a história e a cultura da escrita.

Nome	Comunic. e Arte Contemp. II				
-------------	-----------------------------	--	--	--	--

Código:	ECS507	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

A imagem em suas dimensões técnicas, discursivas, cognitivas e afetivas. Análise das alterações provocadas pelas novas tecnologias da imagem, em particular a realidade virtual e a multimídia sobre os sistemas comunicacionais.

Nome	Comunic. e Arte Contemp. III				
-------------	------------------------------	--	--	--	--

Código:	ECS508	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Os processos interativos experimentais em obras que transformaram a produção estética do século XX através de trabalhos gerados por operações com novos dispositivos tecnológicos de comunicação. Discutir a construção de interfaces poéticas que inauguram um amplo e novo campo da comunicação como arquitetura da informação.

Nome	Comunic. e Arte Contemp. IV				
-------------	-----------------------------	--	--	--	--

Código:	ECS509	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Tópicos especiais em arte contemporânea.

Nome	Comunic. Espetac. Cultura I			
-------------	-----------------------------	--	--	--

Código:	ECS518	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Os novos rituais da comunicação e as novas formas de sociabilidade. As redefinições do sagrado e do profano. Mitologias da pós-modernidade. Análise do caso brasileiro.

Nome	Comunic. Espetac. Cultura II			
-------------	------------------------------	--	--	--

Código:	ECS519	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

A lógica política e cultural do consumo. Estilo de vida, consumo e cidadania. A redefinição das fronteiras: mídia e culturas híbridas. Análise do caso brasileiro.

Nome	Comunic. Espetac. Cultura III			
-------------	-------------------------------	--	--	--

Código:	ECS520	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Da cultura letrada ao audiovisual: da narrativa literária à narrativa cinematográfica e televisiva. Análise comparativa e tendências contemporâneas.

Nome	Comunic. Espetac. Cultura IV			
-------------	------------------------------	--	--	--

Código:	ECS521	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Apresentação das principais teorias e movimentos cinematográficos. O cinema das origens. O Cinema Narrativo Clássico. Vanguardas Históricas. O Cinema Moderno. Cinema no Brasil. Para além do Cinema.

Nome	Comunic. Espetac. Cultura V			
-------------	-----------------------------	--	--	--

Código:	ECS522	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Estética, teoria do gosto e razão das formas sensíveis na vida social. A obra de arte em face da produção e consumo em massa de bens culturais. Os meios de comunicação enquanto dispositivos de estetização: sociedade do espetáculo e crítica contemporânea da estética.

Nome	Comunic. Espetac. Cultura VI			
-------------	------------------------------	--	--	--

Código:	ECS523	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Tópicos especiais sobre a espetacularização da cultura contemporânea.

Nome	Comunic. Glob. Soc. Tecn. I			
-------------	-----------------------------	--	--	--

Código:	ECS514	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Espaço e Globalização na Sociedade Tecnocomunicacional. Espacialidade e novas distribuições entre o humano e no não-humano. Hibridismo cultural e mediação generalizada. A cultura como interface: os novos processos de individuação e virtualização. Excesso de informação e agentes informacionais no espaço da rede.

Nome	Comunic. Glob. Soc. Tecn. II			
-------------	------------------------------	--	--	--

Código:	ECS515	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Espaço e Globalização na Sociedade Tecnocomunicacional. Espacialidade e novas distribuições entre o humano e no não-humano. Hibridismo cultural e mediação generalizada. A cultura como interface: os novos processos de individuação e virtualização. Excesso de informação e agentes informacionais no espaço da rede.

Nome	Comunic. Glob. Soc. Tecn. III			
-------------	-------------------------------	--	--	--

Código:	ECS516	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Sujeito e Comunicação na tecnocultura Globalizada. Mídia e valor na tecnocultura; mediação generalizada e rede; disciplina e controle. As tecnologias da informação e a multiplicação cognitiva: bancos de dados, dividuação e excesso de informação na determinação da subjetividade, inteligência artificial e consciência contemporânea. Sociabilidade e identidade na internet

Nome	Comunic. Glob. Soc. Tecn. IV			
-------------	------------------------------	--	--	--

Código:	ECS517	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Tópicos especiais sobre globalização e sociedade tecnológica.

Nome	Consumo Verde			
-------------	---------------	--	--	--

Código:	ECA506	CH:	45	CR:	3
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Educação formal, Continuada, Profissionalizante, TV e Rádio Educativa. Tecnologias Educacionais, Produção de Programas Educativos para Rádio, Televisão, Vídeo e Internet, Equipamentos, Escolha da mídia, Pré-Produção, Produção, Pós-Produção.

Nome	Fund. Direitos Humanos			
-------------	------------------------	--	--	--

Código:	NEP110	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Visa a necessidade e a possibilidade de uma fundamentação filosófica dos direitos humanos, para determinar o conteúdo e construir argumentos racionais na sua implementação. Identificando os principais desafios para afirmação e a realização dos direitos humanos e conhecer algumas propostas contemporâneas de Fundamentação Filosófica dos Direitos Humanos.

Nome	Fund. Polít. Públicas Dir. Hum.				
Código:	NEP120	CH:	60	CR:	4

Ementa

Tem por finalidade discutir a necessidade e a possibilidade de uma fundamentação filosófica das políticas públicas, para construir argumentos racionais na sua implementação e identificar os principais desafios para sua afirmação e realização. Conhecer algumas propostas contemporâneas de fundamentação filosófica das políticas em direitos humanos.

Nome	Teoria Direitos Fundamentais				
Código:	NEP101	CH:	60	CR:	4

Ementa

Tem como objetivo discutir uma teoria dos direitos fundamentais com base nas normas positivadas constitucionais, no direito comparado e na jurisprudência, proporcionando ao aluno uma visão sobre alcance e limites da proteção e promoção destes direitos.

Nome	Tóp. Esp. Polít. Públ. Dir. Hum. I				
Código:	NEP130	CH:	60	CR:	4

Ementa

Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção.

Nome	Tóp. Esp. Polít. Públ. Dir. Hum. II				
Código:	NEP140	CH:	60	CR:	4

Ementa

Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção.

Nome	Tóp. Esp. Polít. Públ. Dir. Hum. III				
-------------	--------------------------------------	--	--	--	--

Código:	NEP141	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção.

Nome	Tóp. Esp. Polít. Públ. Dir. Hum. IV				
-------------	-------------------------------------	--	--	--	--

Código:	NEP142	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção.

Nome	Tóp. Esp. Polít. Públ. Dir. Hum. V				
-------------	------------------------------------	--	--	--	--

Código:	NEP143	CH:	60	CR:	4
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção.

Nome	Tóp. Esp. Polít. Públ. Dir. Hum. VI				
-------------	-------------------------------------	--	--	--	--

Código:	NEP144	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção.

Nome	Tóp. Esp. Polít. Públ. Dir. Hum. VII				
-------------	--------------------------------------	--	--	--	--

Código:	NEP145	CH:	30	CR:	2
----------------	--------	------------	----	------------	---

Ementa

Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção.