



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: ENEX 50877	
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 : Product Placement e Re-cut</p> <p>Projeto de produção de conteúdo (caráter publicitário e/ou autoral) em suas diferentes etapas: pré-produção, produção e pós-produção</p> <p>Publicidade audiovisual em plataforma digital : características e exemplos</p> <p>Publicidade audiovisual em plataforma digital : produção e edição avançada</p>				



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



3	Edição	prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t) RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)
4	Atividade: Edição	DANCYGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)  RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)
5	Atividade: Edição	DANCYGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)  RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)
6	Atividade: Divisão de grupos e funções Desenvolver proposta para inserção/ product placement Pesquisa de material para inserção	DANCYGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)
7	Atividade: Edição	DANCYGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. Rio de Janeiro:



		Elsevier, 2003. (778.535 D175t)
8	Atividade: Edição	DANCYGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)
9	Atividade: Edição / entrega N1  REAPRESENTAÇÃO DO PLANO DE ENSINO/AULA  N2 Branded Content (marca cria seu conteúdo audiovisual)  - Modelo de roteiro e de proposta De conteúdo audiovisual para marca (nota individual) Desenvolver proposta de branded content para marca  <u>OBS: o roteiro audiovisual deverá ser elaborado nas aulas à partir do briefing desenvolvido em Projeto Profissional III.</u>	BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)  CONTENT MARKETING INSTITUTE. Disponível em <a href="http://contentmarketinginstitute.com">http://contentmarketinginstitute.com</a>  PALACIOS, Fernando. O guia completo do storytelling. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.  RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)
10	Desenvolvimento de roteiro audiovisual+ storyboard / Individual (branded content)	BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)  CONTENT MARKETING INSTITUTE. Disponível em <a href="http://contentmarketinginstitute.com">http://contentmarketinginstitute.com</a>



		<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/ Individual (branded content)</p> <p>Formação de grupos e escolha do roteiro para produção</p> <p>Pré-produção : planejamento das gravações, iluminação, sonorização, locações, figurinos e objetos de cena.</p>	<p>BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário. 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>
12	Gravação do Branded Content - grupo	WATTS, Harris. Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999. (791.4302 W351d)
	Gravação do Branded Content - grupo	WATTS, Harris. Direção de câmera: um manual de



13		técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999. (791.4302 W351d)
14	Gravação e Edição do Branded Content - grupo	<p>DANCYGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)</p> <p>RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)</p> <p>WATTS, Harris. Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999. (791.4302 W351d)</p>
15	Gravação e Edição do Branded Content- grupo	<p>DANCYGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)</p> <p>RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)</p> <p>WATTS, Harris. Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999. (791.4302 W351d)</p>
16	Edição do Branded Content - grupo	DANCYGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e



		<p>prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)</p> <p>RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)</p>
17	Edição do Branded Content - grupo	<p>DANCYGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)</p> <p>RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)</p>
18	Edição Final / Entrega N2	
19	Exibição dos trabalhos/ Devolutiva / Orientações para sub	
20	SUB (INDIVIDUAL)	
21	PF (INDIVIDUAL)	



### Instrumentos Avaliativos

N1 – Trailer + Inserção de produto ( individual/dupla)

N2 – Roteiro Audiovisual para Branded Content/ (individual) + Vídeo Piloto produzido (grupo)

### 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.

### 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)

RODRIGUEZ, Angel. A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)

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)