|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Estrutura Curricular (EC)*** | | |
| Formulário nº 13 – ***Especificação da Disciplina/Atividade*** | | |
| **Conteúdo de estudos** | | |
| ARTES VISUAIS | | |
| Nome da Disciplina/Atividade | Código | Criação ( ) |
| COMUNICAÇÃO VISUAL I | GCO 00385 | Alteração: nome ( ) CH ( ) |
| Departamento/Coordenação de Execução: GCO | | |
| Carga Horária total: 60 Teórica: 30 Prática: 30 Estágio: X | | |
| Disciplina/Atividade: Obrigatória ( X ) Optativa ( ) AC ( ) | | |
| Objetivos da Disciplina/Atividade: | | |
| Teoria e interação com os dispositivos técnicos necessários aos processos criativos pertencentes à área da Comunicação Visual em publicidade. Por meio de prática laboratorial promover uma aproximação da realidade profissional com a sala de aula no desenvolvimento teórico/prático do aprendizado da criação de marcas, imagens, identidade visual, embalagens, materiais promocionais e campanhas publicitárias para mídias impressas e digitais. | | |
| Descrição da Ementa: | | |
| As origens do design e as aplicações da comunicação visual no contemporâneo. Essência da composição visual: linha, ponto e cor traduzidos como elementos da criação da mensagem: texto e imagem representados em tipologia, fotografia, ilustração e cor. A importância da marca no contexto de comunicação – sistema de identidade visual. A Mensagem publicitária através da comunicação visual impressa: os diferentes suportes – filipetas, folhetos, cartazes, embalagens, capas de livros, CDs/DVDs etc. A importância do layout para teste e convencimento da mensagem. Produção gráfica: principais etapas e processos. | | |
| Bibliografia Básica: | | |
| HOLLIS, Richard. Design gráfico: uma história concisa. 1.ed., 2. tir. São Paulo: Martins Fontes, 2005.  LUPTON, Ellen e PHILIPS, Jennifer Colle. Novos fundamentos do design. São Paulo: Cosac & Naif. 2008.  STRUNCK, Gilberto. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso. Rio Books: Rio de janeiro, 2001. | | |
| Bibliografia Complementar: | | |
| CESAR, Newton. Direção de arte em propaganda. São Paulo: Futura, 2001.  COLLARO, Antonio Celso. Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação. 4 ed. ver. e ampl., São Paulo: Summus, 2000.  DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 1987.  FARINA, Modesto, Psicodinâmica das cores em comunicação, 1990 - Edgard Blücher, São Paulo  GOBÉ, Marc. A Emoção das Marcas. Rio de Janeiro: Negócio Editora, 2002.  HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 1986.  LUPTON, Ellen, 1963. Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes . São Paulo: CosacNaify, 2006.  PEREZ, Clotilde. Signos da marca. Expressividade e sensorialidade. São Paulo: Thomson, 2004. | | |

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Coordenador  Data \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Chefe de Depto/Coordenador  Data \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_ |