



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO**  
**CENTRO DE ARTES**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>		<b>Campus:</b> Goiabeiras	
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b> 31/03/2022			
<b>Docente Responsável:</b> Rosane Vasconcelos Zanotti			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/2921108870339225">http://lattes.cnpq.br/2921108870339225</a>			
<b>Disciplina:</b> Projeto Especial em Publicidade e Propaganda		<b>Código:</b> COS04875	
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga Horária Semestral:</b> 30h	
<b>Créditos:</b> 3	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	15	15	
<b>Ementa:</b> Atendimento, pesquisa, planejamento, criação, produção e controle de campanhas publicitárias e suas diferentes interfaces e estratégias correlatas, em caráter experimental.			
<b>Objetivos Específicos:</b> Articular as diferentes ferramentas da comunicação, de forma planejada, organizada e integrada a fim de produzir campanhas relevantes para os públicos envolvidos no processo de comunicação, assim como para a sociedade como um todo. Planejar cenários e projetos publicitários; criar textos, layouts e interfaces; e produzir campanhas e peças publicitárias em diferentes formatos.			
<b>Conteúdo Programático</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Cenário atual do mercado publicitário</li><li>2. Gestão de marca</li><li>3. Pesquisa, planejamento, atendimento, criação, produção e resultados em Propaganda</li><li>4. Processo criativo e estratégia publicitária</li></ol>			
<b>Metodologia:</b> Aulas expositivas/dialogadas.			

**Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:**

Serão realizadas duas avaliações:

1. Seminário individual (corresponde a 60% da nota final).
2. Avaliação final em grupo (corresponde a 40% da nota final).

No final do período, os estudantes que tiverem a frequência mínima e não alcançarem média igual ou superior a 7 (sete) farão uma prova com todo o conteúdo da disciplina.

**Bibliografia básica:**

CARRASCOZA, João Anzanello. **Do caos à criação publicitária: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade**. São Paulo: Saraiva, 2008. 158, [32] p. ISBN 9788502074224 (broch.). [Número de chamada: 659.1 C313d]

COVALESKI, Rogério. **Cinema e publicidade: intertextos e hibridismos**. Rio de Janeiro, RJ: Confraria do vento, 2015. 286 p. ISBN 9788555320132 (broch.). [Número de chamada: 659.1 C873c]

JONES, John Philip. **A publicidade como negócio: operações, criatividade, planejamento de mídia, comunicações integradas**. São Paulo: Nobel, 2002. 512 p. Inclui bibliografia. ISBN 8521312318 (broch.) [Número de chamada: 659.1 P976]

SANTOS, Gilmar. **Princípios da publicidade**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005. 229 p. (Didática). ISBN 8570414633 (broch.). [Número de chamada: 659.1 S237p]

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio criativo na publicidade**. 5. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2007. 113 p. ISBN 9788560156337 (broch.). [Número de chamada: 659.122 V658r 5.ed.]

**Bibliografia complementar:**

JONES, John Philip (Org.). **A Publicidade na construção de grandes marcas: [brand equity, comunicação integrada, novas marcas, marcas maduras, novos segmentos]**. São Paulo: Nobel, 2005. 430 p. (Biblioteca Grupo de Mídia ) ISBN 9788521312826 (broch.). [Número de chamada: 659.1 P976]

MARTINUZZO, José Antonio. **Os públicos justificam os meios: mídias customizadas e comunicação organizacional na economia da atenção**. São Paulo, SP: Summus, 2014. 150 p. ISBN 9788532309563 (broch.). [Número de chamada: 659.3 M386p]

RABELO, Cláudio. **Faixa Preta em Publicidade e Propaganda: um guia com os novos conceitos, contextos e ferramentas**. Vitória, GSA (2018).

**Cronograma**

**Aula 1:** Apresentação da disciplina e cenário atual do mercado publicitário

**Aula 2:** Perspectiva contemporânea da propaganda

**Aula 3:** Gestão de marca

**Aula 4:** Pesquisa em Propaganda

**Aula 5:** Planejamento em Propaganda

**Aula 6:** Atendimento em Propaganda

**Aula 7:** Criação em Propaganda

**Aula 8:** Produção em Propaganda

**Aula 9:** Controle de resultados em Propaganda

**Aula 10:** Brainstorming

**Aula 11:** Criação de campanha

**Aula 12:** Criação de campanha

**Aula 13:** Apresentação e discussão dos trabalhos

**Aula 14:** Apresentação e discussão dos trabalhos

**Aula 15:** Revisão e análise dos resultados

Professora Rosane Vasconcelos Zanotti – [rosane.zanotti@ufes.br](mailto:rosane.zanotti@ufes.br)