



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

**PLANO DE REPOSIÇÃO DE AULAS, ESTÁGIOS E COMPONENTES CURRICULARES
PRÁTICOS (*)
SEMESTRE DE 2020.1**

ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.1, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.
- A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):
ICA2099	Criação	01
Docente(s): Gustavo Luiz de Abreu Pinheiro		

CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64h	32h	32h	-

Conteúdos, etapas e atividades práticas a repor:

A reposição abordará o estudo da criatividade e do processo criativo. Terá como foco a prática criativa aplicada à mensagem publicitária, com ênfase nas estratégias para o desenvolvimento de peças avulsas e campanhas. Deste modo, serão abordadas técnicas e estratégias de criação, frente aos variados meios de comunicação. No decorrer do processo, haverá aplicação prática do conteúdo na criação de uma campanha publicitária.

O conteúdo programático será organizado do seguinte modo:

Semana 1 –Apresentação e discussão do projeto de aulas remotas da disciplina. Definições de criatividade. A natureza e anatomia do processo criativo.

Semana 2 - A diferença entre criatividade estratégica e criatividade de expressão. Estudo dos fatores de inibição à criatividade.

Semana 3 – Seminário sobre o livro De onde vem as boas ideias, de Steven Johnson. Início da atividade prática para criação de um produto com fins publicitários.

Semana 4 - Definição do conceito criativo e discussão sobre seu papel nas mensagens persuasivas. Procedimentos que facilitam abordagens criativas para problemas de comunicação.

Semana 5 - O conceito de relevância e o seu papel na comunicação publicitária criativa.

Semana 6 – Estudantes apresentam os resultados da primeira atividade prática da disciplina: a criação de um produto para promover uma marca.

Semana 7 - Leitor-modelo e o desvio lúdico na construção de mensagens criativas. Procedimentos que facilitam abordagens criativas para problemas de comunicação.

Semana 8 - O papel da cultura da conexão no desenvolvimento da mensagem publicitária criativa.

Semana 9- Visões teóricas que buscam explicar o processo persuasivo. Projeção, identificação e rejeição como estratégias de persuasão.

Semana 10 - Necessidades humanas. Promessa básica e promessa secundária. Definição da afirmação básica, do tom e do tema criativo. Elementos para redação e elaboração do *briefing de criação*.

Semana 11 – Criação e adaptação de um conceito criativo para diferentes plataformas de comunicação.

Semana 12 - Criação para formatos publicitários veiculados na internet, com ênfase no desenvolvimento do projeto final (campanha publicitária)

Semana 13 - Criação de peças para mídia impressa e *out of home* da campanha publicitária, de modo a atender o briefing do projeto final.

Semana 14 – Orientação remota do projeto final – campanha publicitária

Semana 15 – Orientação a distância do processo de finalização da campanha publicitária

Semana 16 – Apresentação e avaliação da campanha publicitária e finalização do semestre.

Formato adotado na reposição (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>): Tendo em vista a atual pandemia de coronavírus que se alastra pelo país, a reposição de aulas da disciplina precisa ocorrer de forma exclusivamente remota. As aulas presenciais no laboratório estão impossibilitadas, pois não é possível garantir distanciamento social durante as atividades e o simples deslocamento de estudantes usando transportes públicos para o Campus do Pici representa um risco à saúde deles e de suas famílias.
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>):
Data de início da reposição das atividades:		Data prevista de término:
23/ 11/ 2020		05/ 04/ 2020
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas na reposição de conteúdos e de atividades práticas:		

A disciplina acontecerá utilizando, de forma conjunta, os ambientes de virtuais Sigaa e Solar. Serão utilizados como formas de interação os seguintes recursos tecnológicos: webconferência, fórum, quadro branco multiusuário, compartilhamento de tela, zoom, bate-papo, notas compartilhadas, emissão de notícias, de feedbacks virtuais e e-mails.

No decorrer da disciplina recorreremos a diferentes estratégias didáticas:

- Discussões em grupo, sejam elas síncronas durante webconferências ou assíncronas por meio de participação em fóruns.
- Desenvolvimento de projetos práticos.
- Leituras supervisionadas.
- Apresentações orais acompanhadas ou não de slides.
- Disponibilização e exibição de vídeos.

Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:

A supervisão das atividades dos estudantes acontecerá por meio de feedbacks virtuais utilizando webconferências, respostas em fóruns, trocas de mensagens e acompanhamento dos cronogramas a serem cumpridos no desenvolvimento de projetos. Ao final do semestre, a média do estudante será composta pelas seguintes notas:

- Notas dos exercícios realizados ao longo da disciplina, com ênfase na criação de peças publicitárias avulsas para diferentes plataformas de comunicação.
- Nota pelo desenvolvimento de campanha publicitária.

Os quesitos de avaliação serão os seguintes:

- Capacidade de definir criativamente um conceito para uma mensagem persuasiva.
- Capacidade de materializar visualmente e verbalmente um conceito, de modo a torná-lo compreensível e adaptado à plataforma de comunicação em que será veiculado.
- Capacidade de fundamentar e defender teoricamente as escolhas conceituais dos projetos desenvolvidos.
- Nível de participação em sala de aula durante o processo de desenvolvimento da atividade.
- Cumprimento dos prazos estabelecidos para cada projeto.

Local e Data:

_____, _____ de _____ de 2020.

Aprovado em:

____/____/____

*** São necessárias as assinaturas do Professor e do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.**



Documento assinado eletronicamente por **ALAN EDUARDO DOS SANTOS GÓES**, **Coordenador de Graduação**, em 16/01/2026, às 11:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1678651** e o código CRC **2ACEDE5D**.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Reposição, com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o *Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA*.

Referência: Processo nº 23067.048597/2020-56

SEI nº 1678651



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

**PLANO DE REPOSIÇÃO DE AULAS, ESTÁGIOS E COMPONENTES CURRICULARES
PRÁTICOS (*)
SEMESTRE DE 2020.1**

ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.1, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.
- A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte – Ica		Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):
ICA 2026	Programação Visual em Publicidade e Propaganda	
Docente(s):		
Joaquim Francisco Cordeiro Neto		

CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64h/aula	32h/aula	32h/aula	

Conteúdos, etapas e atividades práticas a repor:

27/11 Apresentação da Disciplina
04/12 Fundamentos da estética e do design
11/12 Elementos básicos da comunicação visual
18/12 Princípios de organização
08/01 Cores
15/01 Tipografia
22/01 – 29/01 Projeto História da Arte e do Design
05/02 Imagem
12/02 Princípios básicos da composição
19/02 Grids: juntando todas as peças
26/02 – 05/03 Conceito de marca e identidade visual.
26/03 – 09/04 Projeto Identidade Visual Pessoal

Formato adotado na reposição (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>):
---	---	--

	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>):
Data de início da reposição das atividades:		Data prevista de término:
27/11/2020		09/04/2020
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas na reposição de conteúdos e de atividades práticas:		
<p>A disciplina aborda o aspecto visual da publicidade, buscando a compreensão dos tipos de relacionamentos existentes entre os elementos que compõem esse sistema de significação. Ressalta a importância da imagem no mundo contemporâneo e suas implicações para o desenvolvimento da linguagem visual.</p> <p>Em "Programação Visual em Publicidade e Propaganda", além de recursos didáticos assíncronos, investiremos no método <i>learn-by-doing</i> com exercícios individuais e coletivos síncronos adequados ao contexto remoto que fortaleçam o envolvimento dialógico e o aprendizado significativo dos estudantes.</p> <p>Todas interações correspondentes à disciplina ocorrerão em AVA disponibilizados pela Universidade Federal do Ceará e integrados ao sistema SI3.</p>		
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:		
<p>Além do registro de frequência, durante a disciplina, os discentes realizarão dois projetos – adequadas ao contexto remoto – correspondentes aos conteúdos didáticos expostos. Os exercícios resultarão em artefatos digitais (leiautes, imagens, esquemas, frameworks e vídeos) que serão arquivados em portfólio online apresentados à turma seguindo cronograma estabelecido pelo professor, contando com processo de qualificação, revisão e sofisticação antes da avaliação final, potencializando o valor do <i>feedback</i> coletivo e o aprendizado significativo dos estudantes.</p>		
Local e Data:		
Fortaleza, 30 de novembro de 2020.		

Aprovado em:

____/____/____

*** São necessárias as assinaturas do Professor e do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.**



Documento assinado eletronicamente por **ALAN EDUARDO DOS SANTOS GÓES**, **Coordenador de Graduação**, em 16/01/2026, às 11:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1678701** e o código CRC **2AD30585**.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Reposição, com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o *Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA*.

Referência: Processo nº 23067.048597/2020-56

SEI nº 1678701



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

**PLANO DE REPOSIÇÃO DE AULAS, ESTÁGIOS E COMPONENTES CURRICULARES
PRÁTICOS (*)
SEMESTRE DE 2020.1**

ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.1, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.
- A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte - Ica		Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):
ICA2040	Informática e Comunicação	T02
Docente(s):		
Joaquim Francisco Cordeiro Neto		

CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64 h/aula	32 h/aula	32 h/aula	

Conteúdos, etapas e atividades práticas a repor:

1. Introdução à Disciplina: Apresentação detalhada do programa da disciplina, plano e método de ensino. O papel da comunicação visual na comunicação social e publicidade de produtos midiáticos impressos e digitais.
2. Computação gráfica aplicada: Visão geral, histórico, classificação, experimentação e instrumentalização em aplicativos de computação gráfica aplicados à prática da publicidade.
3. Elementos da mensagem visual: Estudo dos elementos da imagem e da composição: definição, características e funções que possibilitam a leitura da sintaxe e linguagem visual.
4. Definição de formatos e suportes: Conhecimento de suportes gráficos. Estudo da tecnologia de processos gráficos. Consequências da escolha do acabamento na estética, praticidade, comunicação e custos dos artefatos impressos e digitais.
5. Composição cromática: Sistematização, classificação, natureza, estruturação e propriedades da cor. A cor enquanto linguagem e comunicação visual em seus aspectos técnicos, funcionais e expressivos e enquanto elemento de interpretação visual em seus aspectos fisiológicos, psicológicos e culturais.
6. Tipografia: Origem e evolução da tipografia moderna: aspectos formais, funcionais, linguísticos, técnicos e comunicacionais. Possibilidades expressivas: a imagem da palavra. Técnicas e ferramentas para pesquisa e concepção de elementos tipográficos, letras e alfabetos.

Formato adotado na reposição (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>):
---	---	--

	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>):	
Data de início da reposição das atividades:		Data prevista de término:	
01/12/2020		06/04/2021	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas na reposição de conteúdos e de atividades práticas:			
<p>Com o avanço, democratização e integração das ferramentas e interfaces de comunicação, vivemos em um ambiente em que as ideias e conceitos de comunicação visual e gráfica são compreendida e utilizadas em nosso cotidiano como recursos de diálogo e expressão. Por isso, desde o início de sua formação, a descoberta dos conceitos, ferramentas e técnicas de comunicação visual surge como recurso indispensável ao exercício da publicidade em suas mais distintas atividades.</p> <p>A disciplina de "Informática e Comunicação", ofertada durante o cenário imposto pela pandemia de Covid-19, proporcionará aos estudantes oportunidades de aprendizado que envolvam a descoberta dos elementos, princípios, ferramentas e técnicas fundamentais de comunicação visual envolvidas no exercício da atividade publicitária. O método <i>learn-by-doing</i> com exercícios individuais e coletivos síncronos adequados ao contexto remoto – somado aos recursos didáticos assíncronos – fortalecerá o envolvimento dialógico e o aprendizado significativo dos estudantes.</p> <p>As interações correspondentes à disciplina ocorrerão usando softwares, aplicativos e plataformas gratuitas de amplo acesso e vinculadas à prática da comunicação. além do AVA disponibilizado pela Universidade Federal do Ceará e integrado ao sistema SI3.</p>			
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:			
<p>Além do registro de frequência, durante a disciplina, os discentes realizarão atividade avaliativas – adequadas ao contexto remoto – correspondentes aos conteúdos didáticos expostos. Os exercícios resultarão em artefatos digitais (leiautes, imagens, esquemas, frameworks e vídeos) que serão arquivados em portfólio online apresentados à turma seguindo cronograma estabelecido pelo professor, contando com processo de qualificação, revisão e sofisticação antes da avaliação final, potencializando o valor do <i>feedback</i> coletivo crítico e o aprendizado significativo dos estudantes.</p>			

Local e Data:

Fortaleza, 30 de novembro de 2020.

Aprovado em:

____/____/____

*** São necessárias as assinaturas do Professor e do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.**



Documento assinado eletronicamente por **ALAN EDUARDO DOS SANTOS GÓES**, **Coordenador de Graduação**, em 16/01/2026, às 11:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1678705** e o código CRC **AD1FE31E**.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Reposição, com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o *Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA*.

Referência: Processo nº 23067.048597/2020-56

SEI nº 1678705



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

**PLANO DE REPOSIÇÃO DE AULAS, ESTÁGIOS E COMPONENTES CURRICULARES
PRÁTICOS (*)
SEMESTRE DE 2020.1**

ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.1, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.
- A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):
ICA2107	Redação Publicitária I	01
Docente(s):		

CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64h	32h	32h	

Conteúdos, etapas e atividades práticas a repor:

A reposição abordará o papel do redator na atividade publicitária e discutirá de que modo o conhecimento retórico contribui para esta prática. Serão abordados os elementos verbais da mensagem publicitária: título, texto, assinatura de campanha e slogan, bem como os demais componentes icônicos e linguísticos da mensagem publicitária. Os estudantes desenvolverão atividades práticas sobre estilos de argumentação e identidade verbal para os os diferentes meios de comunicação, ganhando fluência e flexibilidade na produção destes textos.

O conteúdo programático será organizado do seguinte modo:

Semana 1 –Apresentação e discussão do projeto de aulas remotas da disciplina. O papel do redator na atividade publicitária. As diferentes fases e funções da Retórica. O texto como argumento. Retórica e os métodos de elaboração textual: exórdio, narração, confirmação e peroração.

Semana 2 - Contribuições dos estudos sobre retórica para o trabalho do redator publicitário. Rede semântica e a evolução do texto publicitário. Coerência verbal e conceitual no processo criativo dos elementos textuais das mensagens persuasivas.

Semana 3 – Figuras de Linguagem: aspectos fonológicos, morfológicos, sintáticos e semânticos da mensagem publicitária figurada. Denotação e conotação.

Semana 4 - Estudantes apresentam os resultados da primeira atividade prática da disciplina: a criação de um texto em formato publicitário.

Semana 5 - Funções do título no anúncio publicitário. Procedimentos para criação de títulos. Aspectos morfológicos na construção de títulos. Funções da linguagem. Soluções verbais para anúncios.

Semana 6 – O papel do slogan e da assinatura de campanha na mensagem publicitária. Desinibição, fluência e flexibilidade na construção de títulos, textos e slogans.

Semana 7 - Os diferentes formatos de texto publicitário. A estrutura circular. Coesão e coerência no texto publicitário. Organização e pontuação.

Semana 8 - O papel da descrição e da narração na concepção de mensagens persuasivas.

Semana 9- A abordagem emotiva para o texto publicitário e o processo de criação de anúncios dionisíacos. Arquétipos e a concepção criativa de personagens. O desenvolvimento de narrativa baseada na jornada do herói.

Semana 10 - Mudanças de clichê, intertextualidade e o mimetismo do redator publicitário.

Semana 11 –O texto publicitário para os diferentes formatos publicitários na internet.

Semana 12 - O texto para a mensagem publicitária audiovisual. Desinibição, fluência e flexibilidade na construção de roteiros.

Semana 13 - O texto para a mensagem publicitária em mídia sonora. Desinibição, fluência e flexibilidade na construção de roteiros.

Semana 14 – O universo verbal e tom de voz da marca como base para produção de textos para diferente meios e formatos publicitários.

Semana 15 – Orientação a distância do processo de finalização da atividade final – criação do universo verbal para uma marca

Semana 16 – Apresentação e avaliação da atividade final

Formato adotado na reposição (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>): Tendo em vista a atual pandemia de coronavírus que se alastra pelo país, a reposição de aulas da disciplina precisa ocorrer de forma exclusivamente remota. As aulas presenciais no laboratório estão impossibilitadas, pois não é possível garantir distanciamento social durante as atividades e o simples deslocamento de estudantes usando transportes públicos para o Campus do Pici representa um risco à saúde deles e de suas famílias.
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>):

Data de início da reposição das atividades:

Data prevista de término:

25/ 11/ 2020

7/ 4/ 2021

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas na reposição de conteúdos e de atividades práticas:

A disciplina acontecerá utilizando, de forma conjunta, os ambientes de virtuais Sigaa e Solar. Serão utilizados como formas de interação os seguintes recursos tecnológicos: webconferência, fórum, quadro branco multiusuário, compartilhamento de tela, zoom, bate-papo, notas compartilhadas, emissão de notícias, de feedbacks virtuais e e-mails.

No decorrer da disciplina recorreremos a diferentes estratégias didáticas:

- Discussões em grupo, sejam elas síncronas durante webconferências ou assíncronas por meio de participação em fóruns.
- Desenvolvimento de projetos práticos.
- Leituras supervisionadas.
- Apresentações orais acompanhadas ou não de slides.
- Disponibilização e exibição de vídeos.
- Produção de fichamento e de mapa conceitual sobre textos.

Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:

A supervisão das atividades dos estudantes acontecerá por meio de feedbacks virtuais utilizando webconferências, respostas em fóruns, trocas de mensagens e acompanhamento dos cronogramas a serem cumpridos no desenvolvimento de projetos. A nota final resultará da média alcançada em duas avaliações:

- Nota pela produção de variados exercícios desenvolvidos ao longo da disciplina, como parte das estratégias didáticas.
- Nota individual pela criação de universo verbal e tom de voz para uma marca, aplicados a três postagens para redes sociais.

Os quesitos de avaliação serão os seguintes:

- Capacidade de definir criativamente um conceito para uma mensagem verbal persuasiva.
- Capacidade de materializar verbalmente um conceito, de modo a torná-lo compreensível e adaptado à plataforma de comunicação em que será veiculado.
- Capacidade de fundamentar e defender teoricamente as escolhas verbais dos projetos desenvolvidos.
- Nível de participação durante o processo de desenvolvimento da atividade.

Local e Data:

_____, _____ de _____ de 2020.

Aprovado em:

____/____/____

*** São necessárias as assinaturas do Professor e do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.**



Documento assinado eletronicamente por **ALAN EDUARDO DOS SANTOS GÓES**, **Coordenador de Graduação**, em 16/01/2026, às 11:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1678716** e o código CRC **DCC78DAC**.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Reposição, com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o *Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA*.

Referência: Processo nº 23067.048597/2020-56

SEI nº 1678716



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

**PLANO DE REPOSIÇÃO DE AULAS, ESTÁGIOS E COMPONENTES CURRICULARES
PRÁTICOS (*)
SEMESTRE DE 2020.1**

ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.1, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.
- A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte		Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):
ICA2034	Laboratório de Publicidade e Propaganda	
Docente(s):		
Antonio Wellington de Oliveira Junior		

CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra
160HA		160HA	

Conteúdos, etapas e atividades práticas a repor:

Unidade I

A Agência de Propaganda, a Agência de Comunicação, Outros setores afins. Diferenciações entre estes tipos de empresa/ Funções e serviços afins e diferenciados. Estrutura básica e administrativa na Agência de Propaganda: Direção, Gerência, Administração, Finanças, Atendimento, Planejamento, Criação, Produção, Mídia

Unidade II

O Desenvolvimento e o processo dos trabalhos. Definição de segmentos de clientes. Prospecção. Visita (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO). Atendimento (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO). Relatórios. Formação das Agências. Elaboração de Cronogramas

Unidade III

Aplicabilidade e visão integrada das ferramentas de comunicação e de publicidade e propaganda. Planejar e definir estratégias. Criar. Trabalhar a mídia. Estabelecer Características básicas e comparativas entre estas ferramentas. Reuniões de avaliação (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO).

Unidade IV

Tarefas de Produção. Orçamentos. Determinação de verbas de propaganda e de uma campanha integrada de comunicação. ☐ A verba de criação/produção. ☐ A verba de veiculação. ☐ A verba para o composto de comunicação (Mix / promoção / rrpp / pesquisa / imprensa).

Unidade V

Campanhas Publicitárias: Elaboração. Finalização. Apresentação (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO). Aprovação (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO). Veiculação (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO). Peças gráficas (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO). ☐ Peças audiovisuais. ☐ Peças de mídia interativa - Outras peças (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO).

Formato adotado na reposição (marcar apenas um):

	<p>Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>):</p>
<p>100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais</p>	<p>O acesso aos espaços físicos da universidade está vetado.</p>
	<p>Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>):</p>
<p>Híbrido (parte remota + parte presencial)</p>	
<p>Data de início da reposição das atividades:</p>	
<p>Data prevista de término:</p>	
<p>24/11/2020</p>	<p>08/04/2021</p>
<p>Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas na reposição de conteúdos e de atividades práticas:</p>	

- . AULAS REMOTAS SÍNCRONAS
- . CONTEÚDO REMOTO ASSÍNCRONO (DOCUMENTÁRIOS, TUTORIAIS, WEBNÁRIOS, PODCASTS)
- . LEITURAS ORIENTADAS ASSÍCRONAS
- . ORIENTAÇÕES DE PROJETOS SÍNCRONAS E ASSÍNCRONAS

Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:

FREQUÊNCIA

APRESENTAÇÃO DE TRABALHO FINAL

Local e Data:

FORTALEZA, 04 de dezembro de 2020.

Aprovado em:

____/____/____

*** São necessárias as assinaturas do Professor e do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.**



Documento assinado eletronicamente por **ALAN EDUARDO DOS SANTOS GÓES**, Coordenador de **Graduação**, em 16/01/2026, às 11:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site

https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0,
informando o código verificador **1688856** e o código CRC **FDBF5554**.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Reposição, com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o *Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA*.

Referência: Processo nº 23067.048597/2020-56

SEI nº 1688856



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

**PLANO DE REPOSIÇÃO DE AULAS, ESTÁGIOS E COMPONENTES CURRICULARES
PRÁTICOS (*)
SEMESTRE DE 2020.1**

ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.1, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.
- A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte		Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):
ICA2040	INFORMÁTICA E COMUNICAÇÃO	T01
Docente(s):		
ALAN EDUARDO DOS SANTOS GÓES		

CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64H	32H	32H	

Conteúdos, etapas e atividades práticas a repor:

01/12/20 Apresentação do plano da disciplina. O papel da comunicação visual na comunicação social e publicidade de produtos midiáticos impressos e digitais.

08/12/20 O que é Alfabetismo visual?

15/12/20 Sintaxe e composição da Comunicação Visual.

Elementos básicos da Comunicação Visual.

Entrega das atividades do Módulo 1:

22/12/20

Participação: formulário sobre os principais conceitos do módulo.

Nota: Podcast ou vídeo sobre como a Comunicação visual é utilizada em diversas linguagens.

12/01/20 **Tipografia: conceitos essenciais, classificação e recursos de computação gráfica para editoração**

19/01/20 **Tipografia: conceitos essenciais, classificação e recursos de computação gráfica para editoração**

26/01/20 **A tipografia, anatomia, tamanho, escala, classificação.**

**MÓDULO
02**

Famílias tipográficas, pontuação, lettering, logotipos.

02/02/20

Entrega das atividades do Módulo 2 (presença: filme Helvetica/ nota: formulário)

09/02/20 Composição cromática em ambientes digitais.

23/02/20 A cor, simbologia e semiótica das cores.

MÓDULO

3

Definições e classificações de

cores.

02/03/20

Entrega das atividades do módulo 3

09/03/20 Iremos expor nessa aula, os aspectos básicos de softwares de criação de desenhos vetoriais. Cores e Tipografia

nesses softwares. Ferramentas básicas

MÓDULO

4

16/03/20 Nessa aula iremos desvendar as ferramentas básicas dos softwares de edição e manipulação de imagem.

Ferramentas alternativas de desenho vetorial e edição de imagem.

23/03/20

Entrega das atividades bônus do módulo 4

30/03/20 Encerramento da disciplina/apresentação do trabalho final

Formato adotado na reposição (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	<p>Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>):</p> <p>As medidas restritivas tomadas para deter a disseminação do corona virus impedem a realização de aulas em laboratórios, pois os mesmos não estão equipados para o distanciamento social e o não compartilhamento de objetos.</p>	
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	<p>Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>):</p>	
Data de início da reposição das atividades:		Data prevista de término:	
01/12/2020		30/03/2020	
<p>Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas na reposição de conteúdos e de atividades práticas:</p>			
<p>Encontros síncronos e videoaulas assíncronas.</p> <p>Leituras orientadas e discussão de textos.</p> <p>Orientações de atividades e exercícios adaptados para a realidade técnica e familiar dos alunos.</p> <p>Discussão e avaliação das atividades.</p>			
<p>Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:</p>			

FREQUÊNCIA DE CADA FÓRUM, ATIVIDADES DE RECAPITULAÇÃO DO CONTEÚDO (TEXTOS, VÍDEOS E ÁUDIOS SOBRE O CONTEÚDO), WEBCONFERÊNCIAS

Avaliações Virtuais (Construção de Portfólio e atividades aplicadas – exercícios de montagem, filmagem, manipulação de imagem)

Local e Data:

Fortaleza, 30 de dezembro de 2020

Aprovado em:

____/____/____

*** São necessárias as assinaturas do Professor e do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.**



Documento assinado eletronicamente por **ALAN EDUARDO DOS SANTOS GÓES, Coordenador de Graduação**, em 16/01/2026, às 11:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1730103** e o código CRC **504D5A89**.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Reposição, com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o *Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA*.

Referência: Processo nº 23067.048597/2020-56

SEI nº 1730103



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

**PLANO DE REPOSIÇÃO DE AULAS, ESTÁGIOS E COMPONENTES CURRICULARES
PRÁTICOS (*)
SEMESTRE DE 2020.1**

ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.1, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.
- A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:
ICA - Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):
ICA2031	PRODUÇÃO PUBLICITARIA EM TV E CINEMA	T01
Docente(s):		
ALAN EDUARDO DOS SANTOS GÓES		

CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64H	32H	32H	

Conteúdos, etapas e atividades práticas a repor:

1.

AULAS E AVALIAÇÕES

ATIVIDADES	Data	Tipo (Pres/Acomp)	Descrição
Videoconferência	25/11	videoconferência	Discussão sobre a disciplina e modelo remoto.
Videoconferência	02/12	videoconferência	Apresentação do plano de disciplina. Linguagem audiovisual.
Aula 01	09/12	material	O plano na linguagem audiovisual. Enquadramentos, tipos de ângulos.
	16/12	videoconferência	
Aula 02	13/01	material	Fases de produção audiovisual no contexto publicitário. Pré-produção, produção e pós-produção.
	20/01	videoconferência	
Aula 03	27/01	material	Profissionais envolvidos na produção e no set de filmagem.
	03/02	videoconferência	
Aula 04	10/02	material	O roteiro publicitário. O briefing. Narrativa clássica.
	24/02	videoconferência	
Aula 05	03/03	material	O roteiro publicitário. Criação de personagens e cenas.
	10/03	videoconferência	

17/03 material

Aula 06

Questões técnicas de set, direção, fotografia e edição.

24/03 videoconferência

Encerramento da
disciplina

31/03 videoconferência Apresentação do trabalho final

Formato adotado na reposição (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>): As medidas restritivas tomadas para deter a disseminação do corona virus impedem a realização de aulas em laboratórios, pois os mesmos não estão equipados para o distanciamento social e o não compartilhamento de objetos.
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para essa opção de reposição</i>):
Data de início da reposição das atividades:		Data prevista de término:
25/11/2020		31/03/2020

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas na reposição de conteúdos e de atividades práticas:

Encontros síncronos e videoaulas assíncronas.

Leituras orientadas e discussão de textos.

Orientações de atividades e exercícios adaptados para a realidade técnica e familiar dos alunos.

Discussão e avaliação das atividades.

Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:

FREQUÊNCIA DE CADA FÓRUM, ATIVIDADES DE RECAPITULAÇÃO DO CONTEÚDO (TEXTOS, VÍDEOS E ÁUDIOS SOBRE O CONTEÚDO), WEBCONFERÊNCIAS

Avaliações Virtuais (Construção de Portfólio e atividades aplicadas – exercícios de montagem, filmagem, manipulação de imagem)

Local e Data:

FORTALEZA, 30 de dezembro de 2020.

Aprovado em:

____/____/____

*** São necessárias as assinaturas do Professor e do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.**



Documento assinado eletronicamente por **ALAN EDUARDO DOS SANTOS GÓES, Coordenador de Graduação**, em 16/01/2026, às 11:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1730191** e o código CRC **E99C71B5**.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Reposição, com informações

cadastrais do componente curricular em total consonância com o *Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA*.

Referência: Processo nº 23067.048597/2020-56

SEI nº 1730191



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Plano de Ensino (Adaptação)

Estágios e Componentes curriculares práticos (*)

Semestre 2020.2

ATENÇÃO!

Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.2, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.

Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.

A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código do componente curricular	Componente Curricular:	Turma:
ICA2099	Criação	
Docente(s): Gustavo Luiz de Abreu Pinheiro		

CH total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64h	32h	32h	

Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:

A disciplina abordará o estudo da criatividade e do processo criativo. Terá como foco a prática criativa aplicada à mensagem publicitária, com ênfase nas estratégias para o desenvolvimento de peças avulsas e campanhas. Deste modo, serão abordadas técnicas e estratégias de criação, frente aos variados meios de comunicação. No decorrer do processo, haverá aplicação prática do conteúdo na criação de uma campanha publicitária.

O conteúdo programático será organizado do seguinte modo:

Semana 1 –Apresentação e discussão do projeto de aulas remotas da disciplina. Definições de criatividade. A natureza e anatomia do processo criativo.

Semana 2 - A diferença entre criatividade estratégica e criatividade de expressão. Estudo dos fatores de inibição à criatividade.

Semana 3 – Seminário sobre o livro De onde vem as boas ideias, de Steven Johnson. Início da atividade prática para criação de um produto com fins publicitários.

Semana 4 - Definição do conceito criativo e discussão sobre seu papel nas mensagens persuasivas. Procedimentos que facilitam abordagens criativas para problemas de comunicação.

Semana 5 - O conceito de relevância e o seu papel na comunicação publicitária criativa.

Semana 6 – Estudantes apresentam os resultados da primeira atividade prática da disciplina: a criação de um produto para promover uma marca.

Semana 7 - Leitor-modelo e o desvio lúdico na construção de mensagens criativas. Procedimentos que facilitam abordagens criativas para problemas de comunicação.

Semana 8 - O papel da cultura da conexão no desenvolvimento da mensagem publicitária criativa.

Semana 9- Visões teóricas que buscam explicar o processo persuasivo. Projeção, identificação e rejeição como estratégias de persuasão.

Semana 10 - Necessidades humanas. Promessa básica e promessa secundária. Definição da afirmação básica, do tom e do tema criativo. Elementos para redação e elaboração do *briefing de criação*.

Semana 11 – Criação e adaptação de um conceito criativo para diferentes plataformas de comunicação.

Semana 12 - Criação para formatos publicitários veiculados na internet, com ênfase no desenvolvimento do projeto final (campanha publicitária)

Semana 13 - Criação de peças para mídia impressa e *out of home* da campanha publicitária, de modo a atender o briefing do projeto final.

Semana 14 – Orientação remota do projeto final – campanha publicitária

Semana 15 – Orientação a distância do processo de finalização da campanha publicitária

Semana 16 – Apresentação e avaliação da campanha publicitária e finalização do semestre.

Formato adotado (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa: Tendo em vista a atual pandemia de coronavírus que se alastra pelo país, a reposição de aulas da disciplina precisa ocorrer de forma exclusivamente remota. As aulas presenciais no laboratório estão impossibilitadas, pois não é possível garantir distanciamento social durante as atividades e o simples deslocamento de estudantes usando transportes públicos para o Campus do Pici representa um risco à saúde deles e de suas famílias.
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa:

Data de início das atividades:**Data prevista de término:**

__23__ / __11__ / __2020__

__05__ / __04__ / __2021__

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas ao de conteúdos e de atividades práticas:

A disciplina acontecerá utilizando, de forma conjunta, os ambientes de virtuais Sigaa e Solar. Serão utilizados como formas de interação os seguintes recursos tecnológicos: webconferência, fórum, quadro branco multiusuário, compartilhamento de tela, zoom, bate-papo, notas compartilhadas, emissão de notícias, de feedbacks virtuais e e-mails.

No decorrer da disciplina recorreremos a diferentes estratégias didáticas:

- Discussões em grupo, sejam elas síncronas durante webconferências ou assíncronas por meio de participação em fóruns.
- Desenvolvimento de projetos práticos.
- Leituras supervisionadas.
- Apresentações orais acompanhadas ou não de slides.
- Disponibilização e exibição de vídeos.

Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:

A supervisão das atividades dos estudantes acontecerá por meio de feedbacks virtuais utilizando webconferências, respostas em fóruns, trocas de mensagens e acompanhamento dos cronogramas a serem cumpridos no desenvolvimento de projetos. Ao final do semestre, a média do estudante será composta pelas seguintes notas:

- Notas dos exercícios realizados ao longo da disciplina, com ênfase na criação de peças publicitárias avulsas para diferentes plataformas de comunicação.
- Nota pelo desenvolvimento de campanha publicitária.

Os quesitos de avaliação serão os seguintes:

- Capacidade de definir criativamente um conceito para uma mensagem persuasiva.
- Capacidade de materializar visualmente e verbalmente um conceito, de modo a torná-lo compreensível e adaptado à plataforma de comunicação em que será veiculado.
- Capacidade de fundamentar e defender teoricamente as escolhas conceituais dos projetos desenvolvidos.
- Nível de participação em sala de aula durante o processo de desenvolvimento da atividade.
- Cumprimento dos prazos estabelecidos para cada projeto.

Local e Data:

Fortaleza, 23 de novembro de 2021.

Aprovado em:

03/02/2021

São necessárias as assinaturas do professor e do Chefe do Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino, com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA.



Documento assinado eletronicamente por **ARAGUACY PAIXAO ALMEIDA FILGUEIRAS, Diretora**, em 04/02/2021, às 09:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **GUSTAVO LUIZ DE ABREU PINHEIRO**, Professor do **Magistério Superior**, em 04/02/2021, às 12:54, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1776791** e o código CRC **2901978F**.

Referência: Processo nº 23067.004442/2021-99

SEI nº 1776791



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Plano de Ensino (Adaptação)

Estágios e Componentes curriculares práticos (*)

Semestre 2020.2

ATENÇÃO!

Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.2, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.

Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.

A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte – ICA		Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código do componente curricular	Componente Curricular:	Turma:
ICA 2026	Programação Visual em Publicidade e Propaganda	
Docente(s):		
Joaquim Francisco Cordeiro Neto		

CH total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64h	32h	32h	
Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:			
<p>27/11 Apresentação da Disciplina</p> <p>04/12 Fundamentos da estética e do design</p> <p>11/12 Elementos básicos da comunicação visual</p> <p>18/12 Princípios de organização</p> <p>08/01 Cores</p> <p>15/01 Tipografia</p> <p>22/01 – 29/01 Projeto História da Arte e do Design</p> <p>05/02 Imagem</p> <p>12/02 Princípios básicos da composição</p> <p>19/02 Grids: juntando todas as peças</p> <p>26/02 – 05/03 Conceito de marca e identidade visual.</p> <p>26/03 – 09/04 Projeto Identidade Visual Pessoal</p>			
Formato adotado (marcar apenas um):			
<input checked="" type="checkbox"/>	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa: As restrições impostas pela pandemia somadas às orientações sanitárias tornam inadequadas as atividades presenciais em ambiente laboratorial de forma a garantir a segurança dos participantes e a realização das práticas de ensino e aprendizado significativo que integram a disciplina. Por isso, houve a adequação possível e viável, neste momento, para que os encontros ocorram, enquanto necessário, na modalidade remota.	
<input type="checkbox"/>	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa:	
Data de início das atividades:		Data prevista de término:	

27/11/2020	09/04/2020
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas ao de conteúdos e de atividades práticas:	
<p>A disciplina aborda o aspecto visual da publicidade, buscando a compreensão dos tipos de relacionamentos existentes entre os elementos que compõem esse sistema de significação. Ressalta a importância da imagem no mundo contemporâneo e suas implicações para o desenvolvimento da linguagem visual.</p> <p>Em "Programação Visual em Publicidade e Propaganda", além de recursos didáticos assíncronos, investiremos no método <i>learn-by-doing</i> com exercícios individuais e coletivos síncronos adequados ao contexto remoto que fortaleçam o envolvimento dialógico e o aprendizado significativo dos estudantes.</p> <p>Todas interações correspondentes à disciplina ocorrerão em AVA disponibilizados pela Universidade Federal do Ceará e integrados ao sistema SI3.</p>	
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:	
<p>Além do registro de frequência, durante a disciplina, os discentes realizarão dois projetos – adequadas ao contexto remoto – correspondentes aos conteúdos didáticos expostos. Os exercícios resultarão em artefatos digitais (leiautes, imagens, esquemas, frameworks e vídeos) que serão arquivados em portfólio online apresentados à turma seguindo cronograma estabelecido pelo professor, contando com processo de qualificação, revisão e sofisticação antes da avaliação final, potencializando o valor do <i>feedback</i> coletivo crítico e o aprendizado significativo dos estudantes.</p>	
Local e Data:	
Fortaleza, 27 de novembro de 2020.	
Aprovado em:	03/02/2021

São necessárias as assinaturas do professor e do Chefe do Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino, com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA.



Documento assinado eletronicamente por **ARAGUACY PAIXAO ALMEIDA FILGUEIRAS, Diretora**, em 04/02/2021, às 09:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Joaquim Francisco Cordeiro Neto, Professor 3 Grau**, em 04/02/2021, às 14:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1776980** e o código CRC **382C0930**.

Referência: Processo nº 23067.004442/2021-99

SEI nº 1776980



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Plano de Ensino (Adaptação)

Estágios e Componentes curriculares práticos (*)

Semestre 2020.2

ATENÇÃO!

Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.2, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.

Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.

A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte - ICA		Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código do componente curricular	Componente Curricular:	Turma:
ICA2040	Informática e Comunicação	
Docente(s):		
Joaquim Francisco Cordeiro Neto		

CH total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64 h	32 h	32 h	

Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:

1. Introdução à Disciplina: Apresentação detalhada do programa da disciplina, plano e método de ensino. O papel da comunicação visual na comunicação social e publicidade de produtos midiáticos impressos e digitais.
2. Computação gráfica aplicada: Visão geral, histórico, classificação, experimentação e instrumentalização em aplicativos de computação gráfica aplicados à prática da publicidade.
3. Elementos da mensagem visual: Estudo dos elementos da imagem e da composição: definição, características e funções que possibilitam a leitura da sintaxe e linguagem visual.
4. Definição de formatos e suportes: Conhecimento de suportes gráficos. Estudo da tecnologia de processos gráficos. Consequências da escolha do acabamento na estética, praticidade, comunicação e custos dos artefatos impressos e digitais.
5. Composição cromática: Sistematização, classificação, natureza, estruturação e propriedades da cor. A cor enquanto linguagem e comunicação visual em seus aspectos técnicos, funcionais e expressivos e enquanto elemento de interpretação visual em seus aspectos fisiológicos, psicológicos e culturais.
6. Tipografia: Origem e evolução da tipografia moderna: aspectos formais, funcionais, linguísticos, técnicos e comunicacionais. Possibilidades expressivas: a imagem da palavra. Técnicas e ferramentas para pesquisa e concepção de elementos tipográficos, letras e alfabetos.

Formato adotado (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa: As restrições impostas pela pandemia somadas às orientações sanitárias tornam inadequadas as atividades presenciais em ambiente laboratorial de forma a garantir a segurança dos participantes e a realização das práticas de ensino e aprendizado significativo que integram a disciplina. Por isso, houve a adequação possível e viável, neste momento, para que os encontros ocorram, enquanto necessário, na modalidade remota.
---	---	--

Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa:
Data de início das atividades:	Data prevista de término:
01/12/2020	06/04/2021
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas ao de conteúdos e de atividades práticas:	
<p>Com o avanço, democratização e integração das ferramentas e interfaces de comunicação, vivemos em um ambiente em que as ideias e conceitos de comunicação visual e gráfica são compreendida e utilizadas em nosso cotidiano como recursos de diálogo e expressão. Por isso, desde o início de sua formação, a descoberta dos conceitos, ferramentas e técnicas de comunicação visual surge como recurso indispensável ao exercício da publicidade em suas mais distintas atividades.</p> <p>A disciplina de "Informática e Comunicação", ofertada durante o cenário imposto pela pandemia de Covid-19, proporcionará aos estudantes oportunidades de aprendizado que envolvam a descoberta dos elementos, princípios, ferramentas e técnicas fundamentais de comunicação visual envolvidas no exercício da atividade publicitária. O método <i>learn-by-doing</i> com exercícios individuais e coletivos síncronos adequados ao contexto remoto – somado aos recursos didáticos assíncronos – fortalecerá o envolvimento dialógico e o aprendizado significativo dos estudantes.</p> <p>As interações correspondentes à disciplina ocorrerão usando softwares, aplicativos e plataformas gratuitas de amplo acesso e vinculadas à prática da comunicação. além do AVA disponibilizado pela Universidade Federal do Ceará e integrado ao sistema SI3.</p>	
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:	
<p>Além do registro de frequência, durante a disciplina, os discentes realizarão atividade avaliativas – adequadas ao contexto remoto – correspondentes aos conteúdos didáticos expostos. Os exercícios resultarão em artefatos digitais (leiautes, imagens, esquemas, frameworks e vídeos) que serão arquivados em portfólio online apresentados à turma seguindo cronograma estabelecido pelo professor, contando com processo de qualificação, revisão e sofisticação antes da avaliação final, potencializando o valor do <i>feedback</i> coletivo crítico e o aprendizado significativo dos estudantes.</p>	
Local e Data:	
Fortaleza, 30 de novembro de 2020.	
Aprovado em:	03/02/2021

São necessárias as assinaturas do professor e do Chefe do Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino, com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA.



Documento assinado eletronicamente por **ARAGUACY PAIXAO ALMEIDA FILGUEIRAS, Diretora**, em 04/02/2021, às 09:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Joaquim Francisco Cordeiro Neto, Professor 3 Grau**, em 04/02/2021, às 14:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1777030** e o código CRC **49B64213**.

Referência: Processo nº 23067.004442/2021-99

SEI nº 1777030



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Plano de Ensino (Adaptação)

Estágios e Componentes curriculares práticos (*)

Semestre 2020.2

ATENÇÃO!

Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.2, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.

Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.

A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código do componente curricular	Componente Curricular:	Turma:
ICA2107	Redação Publicitária I	01
Docente(s):		
Gustavo Luiz de Abreu Pinheiro		

CH total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64h	32h	32h	

Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:

O conteúdo abordará o papel do redator na atividade publicitária e discutirá de que modo o conhecimento retórico contribui para esta prática. Serão abordados os elementos verbais da mensagem publicitária: título, texto, assinatura de campanha e slogan, bem como os demais componentes icônicos e linguísticos da mensagem publicitária. Os estudantes desenvolverão atividades práticas sobre estilos de argumentação e identidade verbal para os os diferentes meios de comunicação, ganhando fluência e flexibilidade na produção destes textos.

O conteúdo programático será organizado do seguinte modo:

Semana 1 –Apresentação e discussão do projeto de aulas remotas da disciplina. O papel do redator na atividade publicitária. As diferentes fases e funções da Retórica. O texto como argumento. Retórica e os métodos de elaboração textual: exórdio, narração, confirmação e peroração.

Semana 2 - Contribuições dos estudos sobre retórica para o trabalho do redator publicitário. Rede semântica e a evolução do texto publicitário. Coerência verbal e conceitual no processo criativo dos elementos textuais das mensagens persuasivas.

Semana 3 – Figuras de Linguagem: aspectos fonológicos, morfológicos, sintáticos e semânticos da mensagem publicitária figurada. Denotação e conotação.

Semana 4 - Estudantes apresentam os resultados da primeira atividade prática da disciplina: a criação de um texto em formato publicitário.

Semana 5 - Funções do título no anúncio publicitário. Procedimentos para criação de títulos. Aspectos morfológicos na construção de títulos. Funções da linguagem. Soluções verbais para anúncios.

Semana 6 – O papel do slogan e da assinatura de campanha na mensagem publicitária. Desinibição, fluência e flexibilidade na construção de títulos, textos e slogans.

Semana 7 - Os diferentes formatos de texto publicitário. A estrutura circular. Coesão e coerência no texto publicitário. Organização e pontuação.

Semana 8 - O papel da descrição e da narração na concepção de mensagens persuasivas.

Semana 9- A abordagem emotiva para o texto publicitário e o processo de criação de anúncios dionisíacos. Arquétipos e a concepção criativa de personagens. O desenvolvimento de narrativa baseada na jornada do herói.

Semana 10 - Mudanças de clichê, intertextualidade e o mimetismo do redator publicitário.

Semana 11 –O texto publicitário para os diferentes formatos publicitários na internet.

Semana 12 - O texto para a mensagem publicitária audiovisual. Desinibição, fluência e flexibilidade na construção de roteiros.

Semana 13 - O texto para a mensagem publicitária em mídia sonora. Desinibição, fluência e flexibilidade na construção de roteiros.

Semana 14 – O universo verbal e tom de voz da marca como base para produção de textos para diferente meios e formatos publicitários.

Semana 15 – Orientação a distância do processo de finalização da atividade final – criação do universo verbal para uma marca

Semana 16 – Apresentação e avaliação da atividade final

Formato adotado (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa: Tendo em vista a atual pandemia de coronavírus que se alastra pelo país, a reposição de aulas da disciplina precisa ocorrer de forma exclusivamente remota. As aulas presenciais no laboratório estão impossibilitadas, pois não é possível garantir distanciamento social durante as atividades e o simples deslocamento de estudantes usando transportes públicos para o Campus do Pici representa um risco à saúde deles e de suas famílias.
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa:
Data de início das atividades:		Data prevista de término:
25/ 11/ 2020		7/ 4/ 2021
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas ao de conteúdos e de atividades práticas:		

A disciplina acontecerá utilizando, de forma conjunta, os ambientes de virtuais Sigaa e Solar. Serão utilizados como formas de interação os seguintes recursos tecnológicos: webconferência, fórum, quadro branco multiusuário, compartilhamento de tela, zoom, bate-papo, notas compartilhadas, emissão de notícias, de feedbacks virtuais e e-mails.

No decorrer da disciplina recorreremos a diferentes estratégias didáticas:

- Discussões em grupo, sejam elas síncronas durante webconferências ou assíncronas por meio de participação em fóruns.
- Desenvolvimento de projetos práticos.
- Leituras supervisionadas.
- Apresentações orais acompanhadas ou não de slides.
- Disponibilização e exibição de vídeos.
- Produção de fichamento e de mapa conceitual sobre textos.

Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:

A supervisão das atividades dos estudantes acontecerá por meio de feedbacks virtuais utilizando webconferências, respostas em fóruns, trocas de mensagens e acompanhamento dos cronogramas a serem cumpridos no desenvolvimento de projetos. A nota final resultará da média alcançada em duas avaliações:

- Nota pela produção de variados exercícios desenvolvidos ao longo da disciplina, como parte das estratégias didáticas.
- Nota individual pela criação de universo verbal e tom de voz para uma marca, aplicados a três postagens para redes sociais.

Os quesitos de avaliação serão os seguintes:

- Capacidade de definir criativamente um conceito para uma mensagem verbal persuasiva.
- Capacidade de materializar verbalmente um conceito, de modo a torná-lo compreensível e adaptado à plataforma de comunicação em que será veiculado.
- Capacidade de fundamentar e defender teoricamente as escolhas verbais dos projetos desenvolvidos.
- Nível de participação durante o processo de desenvolvimento da atividade.

Local e Data:

Fortaleza, 23 de novembro de 2020.

Aprovado em:

03/02/2021

São necessárias as assinaturas do professor e do Chefe do Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino, com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA.



Documento assinado eletronicamente por **ARAGUACY PAIXAO ALMEIDA FILGUEIRAS, Diretora**, em 04/02/2021, às 09:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **GUSTAVO LUIZ DE ABREU PINHEIRO, Professor do Magistério Superior**, em 04/02/2021, às 12:55, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1777055** e o código CRC **E6EA2C3A**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Plano de Ensino (Adaptação)

Estágios e Componentes curriculares práticos (*)

Semestre 2020.2

ATENÇÃO!

Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.2, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.

Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.

A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código do componente curricular	Componente Curricular:	Turma:
ICA2034	Laboratório de Publicidade e Propaganda	
Docente(s):		
Antonio Wellington de Oliveira Junior		

CH total	CH Teórica	CH Prática	Outra
160H		160H	

Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:

Unidade I

A Agência de Propaganda, a Agência de Comunicação, Outros setores afins. Diferenciações entre estes tipos de empresa/ Funções e serviços afins e diferenciados. Estrutura básica e administrativa na Agência de Propaganda: Direção, Gerência, Administração, Finanças, Atendimento, Planejamento, Criação, Produção, Mídia

Unidade II

O Desenvolvimento e o processo dos trabalhos. Definição de segmentos de clientes. Prospecção. Visita (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO). Atendimento (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO). Relatórios. Formação das Agências. Elaboração de Cronogramas

Unidade III

Aplicabilidade e visão integrada das ferramentas de comunicação e de publicidade e propaganda. Planejar e definir estratégias. Criar. Trabalhar a mídia. Estabelecer Características básicas e comparativas entre estas ferramentas. Reuniões de avaliação (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO).

Unidade IV

Tarefas de Produção. Orçamentos. Determinação de verbas de propaganda e de uma campanha integrada de comunicação. ☐ A verba de criação/produção. ☐ A verba de veiculação. ☐ A verba para o composto de comunicação (Mix / promoção / rpp / pesquisa / imprensa).

Unidade V

Campanhas Publicitárias: Elaboração. Finalização. Apresentação (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO). Aprovação (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO). Veiculação (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO). Peças gráficas (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO). ☐ Peças audiovisuais. ☐ Peças de mídia interativa - Outras peças (CONTEÚDO ADAPTADO PARA O FORMATO REMOTO).

Formato adotado (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa: O acesso aos espaços físicos da universidade está vetado.
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa:
Data de início das atividades:		Data prevista de término:
24/11/2020		08/04/2021
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas ao de conteúdos e de atividades práticas:		
. AULAS REMOTAS SÍNCRONAS . CONTEÚDO REMOTO ASSÍNCRONO (DOCUMENTÁRIOS, TUTORIAIS, WEBNÁRIOS, PODCASTS) . LEITURAS ORIENTADAS ASSÍCRONAS . ORIENTAÇÕES DE PROJETOS SÍNCRONAS E ASSÍNCRONAS		
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:		
FREQUÊNCIA APRESENTAÇÃO DE TRABALHO FINAL		
Local e Data:		
FORTALEZA, 04 de dezembro de 2020.		
Aprovado em:		03/02/2021

São necessárias as assinaturas do professor e do Chefe do Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino, com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA.



Documento assinado eletronicamente por **ARAGUACY PAIXAO ALMEIDA FILGUEIRAS**, **Diretora**, em 04/02/2021, às 09:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **ANTONIO WELLINGTON DE OLIVEIRA JUNIOR**, **Professor do Magistério Superior**, em 04/02/2021, às 09:50, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1777098** e o código CRC **20C15B8E**.

Referência: Processo nº 23067.004442/2021-99

SEI nº 1777098



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Plano de Ensino (Adaptação)

Estágios e Componentes curriculares práticos (*)

Semestre 2020.2

ATENÇÃO!

Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.2, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.

Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.

A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código do componente curricular	Componente Curricular:	Turma:
ICA2040	INFORMÁTICA E COMUNICAÇÃO	T01
Docente(s):		
ALAN EDUARDO DOS SANTOS GÓES		

CH total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64H	32H	32H	

Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:

Apresentação do plano da disciplina. O papel da comunicação visual na comunicação social e publicidade de produtos midiáticos impressos e digitais.

08/12/20 O que é Alfabetismo visual?

15/12/20 Sintaxe e composição da Comunicação Visual.

Elementos básicos da Comunicação Visual.

Entrega das atividades do Módulo 1:

MÓDULO 01

22/12/20

Participação: formulário sobre os principais conceitos do módulo.

Nota: Podcast ou vídeo sobre como a Comunicação visual é utilizada em diversas linguagens.

12/01/20 Tipografia: conceitos essenciais, classificação e recursos de computação gráfica para editoração

19/01/20 Tipografia: conceitos essenciais, classificação e recursos de computação gráfica para editoração

MÓDULO 02

26/01/20 A tipografia, anatomia, tamanho, escala, classificação.

Famílias tipográficas, pontuação, lettering, logotipos.

02/02/20

Entrega das atividades do Módulo 2 (presença: filme Helvetiva/ nota: formulário)

09/02/20 Composição cromática em ambientes digitais.

23/02/20 A cor, simbologia e semiótica das cores.

02/03/20 Definições e classificações de cores.

Entrega das atividades do módulo 3

09/03/20 Iremos expor nessa aula, os aspectos básicos de softwares de criação de desenhos vetoriais. Cores e Tipografia

nesses softwares. Ferramentas básicas

16/03/20 Nessa aula iremos desvendar as ferramentas básicas dos softwares de edição e manipulação de imagem.

23/03/20 Ferramentas alternativas de desenho vetorial e edição de imagem.

Entrega das atividades bônus do módulo 4

MÓDULO 3

MÓDULO 4

**Encerramento da
30/03/20 disciplina/apresentação do trabalho
final**

Formato adotado (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa: As medidas restritivas tomadas para deter a disseminação do corona virus impedem a realização de aulas em laboratórios, pois os mesmos não estão equipados para o distanciamento social e o não compartilhamento de objetos.
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa:

Data de início das atividades:

Data prevista de término:

01/12/2020

30/03/2021

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas ao de conteúdos e de atividades práticas:

Encontros síncronos e videoaulas assíncronas.

Leituras orientadas e discussão de textos.

Orientações de atividades e exercícios adaptados para a realidade técnica e familiar dos alunos.

Discussão e avaliação das atividades.

Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:

FREQUÊNCIA DE CADA FÓRUM, ATIVIDADES DE RECAPITULAÇÃO DO CONTEÚDO (TEXTOS, VÍDEOS E ÁUDIOS SOBRE O CONTEÚDO), WEBCONFERÊNCIAS

Avaliações Virtuais (Construção de Portfólio e atividades aplicadas – exercícios de montagem, filmagem, manipulação de imagem)

Local e Data:

Fortaleza, 30 de dezembro de 2020.

Aprovado em:

03/02/2021

São necessárias as assinaturas do professor e do Chefe do Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino, com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA.



Documento assinado eletronicamente por **ARAGUACY PAIXAO ALMEIDA FILGUEIRAS, Diretora**, em 04/02/2021, às 09:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **ALAN EDUARDO DOS SANTOS GÓES, Professor do Magistério Superior**, em 04/02/2021, às 09:59, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1777146** e o código CRC **EA80E30A**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Plano de Ensino (Adaptação)

Estágios e Componentes curriculares práticos (*)

Semestre 2020.2

ATENÇÃO!

Este formulário atende ao disposto na Portaria MEC 544/2020 e deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no semestre 2020.2, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.

Para cada componente, deve haver um formulário preenchido.

A proposta contida neste formulário deverá ser aprovada nas devidas instâncias do curso e, após aprovação, remetida em processo SEI para a COPAC/PROGRAD para os trâmites formais no âmbito da Pró-Reitoria de Graduação, a fim de ser analisada e apensada ao PPC, em conformidade ao que determinam os §§ 4º e 6º do artigo 1º da Portaria 544/2020.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
ICA - Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código do componente curricular	Componente Curricular:		Turma:
ICA2031	Produção Publicitária em TV e Cinema		
Docente(s):			
ALAN EDUARDO DOS SANTOS GÓES			

CH total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64H	32H	32H	

Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:

25/11- Discussão sobre a disciplina e modelo remoto (síncrona)

02/12- Apresentação do plano de disciplina. Linguagem audiovisual. (síncrona)

09/12- O plano na linguagem audiovisual. Enquadramentos, tipos de ângulos. (atividades assíncronas)

16/12- O plano na linguagem audiovisual. Enquadramentos, tipos de ângulos. (atividade síncrona)

13/01- Fases de produção audiovisual no contexto publicitário. Pré-produção, produção e pós-produção. (atividades assíncronas)

20/01- Fases de produção audiovisual no contexto publicitário. Pré-produção, produção e pós-produção. (atividade síncrona)

27/01- Profissionais envolvidos na produção e no set de filmagem. (atividades assíncronas)

03/02- Profissionais envolvidos na produção e no set de filmagem. (atividade síncrona)

10/02- O roteiro publicitário. O briefing. Narrativa clássica. (atividades assíncronas)

21/02- O roteiro publicitário. O briefing. Narrativa clássica (atividade síncrona)

03/03- O roteiro publicitário. Criação de personagens e cenas. (atividades assíncronas)

10/03- O roteiro publicitário. Criação de personagens e cenas. (atividade síncrona)

17/03- Questões técnicas de set, direção, fotografia e edição. (atividades assíncronas)

24/03- Questões técnicas de set, direção, fotografia e edição. (atividade síncrona)

31/03- Apresentação do trabalho final e encerramento da disciplina. (atividade síncrona)

Formato adotado (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa: As medidas restritivas tomadas para deter a disseminação do corona virus impedem a realização de aulas em laboratórios, pois os mesmos não estão equipados para o distanciamento social e o não compartilhamento de objetos.	
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa:	
Data de início das atividades:		Data prevista de término:	
25/11/2020		31/03/2021	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas ao de conteúdos e de atividades práticas:			
<p>Encontros síncronos e videoaulas assíncronas.</p> <p>Leituras orientadas e discussão de textos.</p> <p>Orientações de atividades e exercícios adaptados para a realidade técnica e familiar dos alunos.</p> <p>Discussão e avaliação das atividades.</p>			
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:			
<p>FREQUÊNCIA DE CADA FÓRUM, ATIVIDADES DE RECAPITULAÇÃO DO CONTEÚDO (TEXTOS, VÍDEOS E ÁUDIOS SOBRE O CONTEÚDO), WEBCONFERÊNCIAS</p> <p>Avaliações Virtuais (Construção de Portfólio e atividades aplicadas – exercícios de montagem, filmagem, manipulação de imagem)</p>			
Local e Data:			
FORTALEZA, 30 de dezembro de 2020.			

São necessárias as assinaturas do professor e do Chefe do Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica.

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino, com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas – SIGAA.



Documento assinado eletronicamente por **ARAGUACY PAIXAO ALMEIDA FILGUEIRAS, Diretora**, em 04/02/2021, às 09:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **ALAN EDUARDO DOS SANTOS GÓES, Professor do Magistério Superior**, em 04/02/2021, às 10:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1777219** e o código CRC **EACB3927**.