



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA 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 adaptadas ao formato remoto:			

Aula 1 - Discussão sobre o modelo remoto.

Aula 2 - Apresentação do plano da disciplina. O papel da comunicação visual na comunicação social e publicidade de produtos midiáticos impressos e digitais.

Aula 3 - O que é Alfabetismo visual?

Aula 4 - Sintaxe e composição da Comunicação Visual.

Aula 5 - Apresentação de exercícios

Aula 6 - Elementos básicos da Comunicação Visual.

Aula 7 - Tipografia: conceitos essenciais, classificação e recursos de computação gráfica para editoração

Aula 8 - A tipografia, anatomia, tamanho, escala, classificação.

Aula 9 - Exercícios de tipografia.

Aula 10 - Famílias tipográficas, pontuação, lettering, logotipos.

Aula 11 - Composição cromática em ambientes digitais. A cor, simbologia e semiótica das cores.

Aula 12 - A cor, simbologia e semiótica das cores.

Aula 13 - Definições e classificações de cores.

Aula 14 - Orientações trabalho final.

Aula 15 - Orientações trabalho final.

Aula 16 - Encerramento da disciplina/apresentação do trabalho final

Formato adotado (marcar apenas um):

		Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):
X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	As medidas restritivas tomadas para deter a disseminação do coronavirus impedem a realização de aulas em laboratórios, pois os mesmos ainda não estão equipados para o distanciamento social, para circulação do ar e o não compartilhamento de ferramentas didáticas.

	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):
Data de início das atividades:		Data prevista de término:
27/09/2021		10/02/2021
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto 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, 29 de setembro de 2021.		
Assinatura do Professor		
Aprovado em	Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica	
03/11/2021		

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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**, **Vice Diretor**, em 03/11/2021, às 15:59, 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**, **Vice Coordenador**, em 04/11/2021, às 13:24, 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 **2321690** e o código CRC **CB317222**.

Referência: Processo nº 23067.044319/2021-19

SEI nº 2321690



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
ICA - Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:		Turma(se houver):
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:			

AULA 1 - Discussão sobre a disciplina e modelo remoto (síncrona)

AULA 2- Apresentação do plano de disciplina. Linguagem audiovisual. (síncrona)

AULA 3 - O plano na linguagem audiovisual. Enquadramentos, tipos de ângulos. (atividades assíncronas)

AULA 4- O plano na linguagem audiovisual. Enquadramentos, tipos de ângulos. (atividade síncrona)

AULA 5- Fases de produção audiovisual no contexto publicitário. Pré-produção, produção e pós-produção. (atividades assíncronas)

AULA 6 - Fases de produção audiovisual no contexto publicitário. Pré-produção, produção e pós-produção. (atividade síncrona)

AULA 7 - Profissionais envolvidos na produção e no set de filmagem. (atividades assíncronas)

AULA 8- Profissionais envolvidos na produção e no set de filmagem. (atividade síncrona)

AULA 9 - O roteiro publicitário. O briefing. Narrativa clássica. (atividades assíncronas)

AULA 10 - O roteiro publicitário. O briefing. Narrativa clássica (atividade síncrona)

AULA 11- O roteiro publicitário. Criação de personagens e cenas. (atividades assíncronas)

AULA 12 - O roteiro publicitário. Criação de personagens e cenas. (atividade síncrona)

AULA 13 Questões técnicas de set, direção, fotografia e edição. (atividades assíncronas)

AULA 14 Questões técnicas de set, direção, fotografia e edição. (atividade síncrona)

AULAS 15 e 16- 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 (<i>motivos considerados para esta opção</i>): As medidas restritivas tomadas para deter a disseminação do coronavírus 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 esta opção</i>):

Data de início das atividades:

Data prevista de término:

27/09/2021

10/02/2022

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) **a serem utilizadas no formato remoto 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, 29 de setembro de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em

Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica

03/11/2021

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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**, Vice Diretor, em 03/11/2021, às 15:59, 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**, Vice Coordenador, em 04/11/2021, às 13:24, 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 **2321819** e o código CRC **244FAB5E**.

Referência: Processo nº 23067.044319/2021-19

SEI nº 2321819



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte		Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:		Turma(se houver):
ICA 2034	LABORATÓRIO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA		T.01A
Docente(s):			
ANTONIO WELLINGTON DE OLIVEIRA JUNIOR			
CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra

160	16	144	
Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:			
<p>Narrativa transmidiática. (aula síncrona e assíncrona)</p> <p>Estudo da inovação e dos novos cenários na prática publicitária. (aula síncrona e assíncrona)</p> <p>Análise e integração da comunicação promocional em diferentes plataformas. (aula síncrona e assíncrona)</p> <p>Planejamento, criação, produção e ativação de ação publicitária multissensorial. (aula síncrona)</p>			
Formato adotado (marcar apenas um):			
X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): Levando em consideração o contexto de insegurança sanitária instaurado pela pandemia de COVID19, o Instituto de Cultura e Arte-ICA decidiu coletivamente pela manutenção do regime remoto, em 2021.2, para todas as suas atividades até que o contexto de saúde pública se normalize ou que as medidas de segurança para o retorno presencial sejam integralmente cumpridas.	
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):	
Data de início das atividades:			Data prevista de término:
27/09/2021			10/02/2022
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:			
<p>Aulas remotas síncronas</p> <p>Aulas remotas assíncronas</p> <p>Acompanhamento de projeto individual remoto síncrono</p>			
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:			

Acompanhamento de projeto individual remoto síncrono.

Apresentação de produto digital de Comunicação ou artes como trabalho final de disciplina.

Local e Data:

Fortaleza, 01 de outubro de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em

Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica

03/11/2021

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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, Vice Diretor**, em 03/11/2021, às 15:59, 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 09/11/2021, às 20:14, 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, 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 **2335470** e o código CRC **8FE569CD**.

Referência: Processo nº 23067.044319/2021-19

SEI nº 2335470



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:
ICA		Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):
ICA3254	ÉTICA APLICADA À CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA	T.01A
Docente(s):		
Glícia Maria Pontes Bezerra		

CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64h	16h	48h	

Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:

Conteúdos:

Desafios contemporâneos para uma atuação ética na criação publicitária.

Leitura crítica da publicidade.

Publicidade enganosa e abusiva.

Estereótipos, padrões e representações sociais.

Criação de campanhas publicitárias.

Aulas:

Apresentação da disciplina
Noções gerais de ética e desafios da criação publicitária hoje
Publicidade de medicamentos - briefing
Publicidade de medicamentos - apresentação / discussão
Publicidade de crédito ou telefonia - briefing
Publicidade de crédito ou telefonia - apresentação / discussão
Propaganda política - briefing
Propaganda política - apresentação / discussão
Publicidade de bebidas alcóolicas e alimentos não saudáveis - briefing
Publicidade de bebidas alcóolicas e alimentos não saudáveis - apresentação / discussão
Publicidade e raça - briefing
Publicidade e raça - apresentação / discussão
Publicidade e padrões de beleza e gênero
Publicidade e padrões de beleza e gênero - apresentação / discussão
Publicidade e influenciadores - briefing
Publicidade e influenciadores - apresentação / discussão
Encerramento do semestre - Conversa com publicitários(as)

Formato adotado (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): As medidas restritivas tomadas para deter a disseminação do coronavírus impedem a realização de aulas em laboratórios, pois os mesmos ainda não estão equipados para o distanciamento social, para circulação do ar e o não compartilhamento de ferramentas didáticas.	
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):	
Data de início das atividades:		Data prevista de término:	
27/ 09/2021		10/ 02/ 2022	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:			
<ul style="list-style-type: none"> • Realização de trabalhos práticos na área de Criação Publicitária com reflexões sobre a atuação ética na profissão. • Articulação entre os eixos teóricos e técnicos da formação em Publicidade e Propaganda; • Discussões contemporâneas sobre a ética na atividade publicitária. • Orientações individuais • Aulas síncronas e assíncronas 			
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:			
Participação em fóruns Presença nas aulas síncronas Entrega das atividades solicitadas Acompanhamento das leituras Criação de anúncios e campanhas publicitárias			

Local e Data:

Fortaleza, 19 de outubro de 2021.

Assinatura do Professor**Aprovado em****Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica**

03/11/2021

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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**, Vice **Diretor**, em 03/11/2021, às 15:59, 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 **GLICIA MARIA PONTES BEZERRA**, **Professor do Magistério Superior**, em 04/11/2021, às 12:48, 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**, **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 **2421574** e o código CRC **1586AA93**.



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte - ICA		Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):
ICA1398	Atendimento e Planejamento de Comunicação	
Docente(s):		
Janice Leal de Carvalho		

CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64h	40h	24h	
Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:			
<p>ROTEIRO AULAS DE ATENDIMENTO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Estrutura da Agência de Publicidade 2.Evolução do papel do atendimento nas agências. 3.Documentação 4.Conceitos de Planejamento de Marketing e Planejamento de Comunicação 5.Briefing 6.Prospecção de Clientes 7.Análise da Situação de Mercado 8.Objetivos de Marketing e de Propaganda 9.Posicionamento 10.Verba 11.Estratégias e Táticas 12.O plano de Comunicação 13.Modelo de Plano de Comunicação 14.Modelo de Plano de Propaganda e Promoção de Vendas 15.Orientações dos Planos 16.Apresentação dos planos 			
Formato adotado (marcar apenas um):			
X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	<p>Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):</p> <p>Em virtude da pandemia de coronavírus e da impossibilidade de aulas presenciais, o conteúdo da disciplina ocorrerá de forma exclusivamente remota, uma vez que não é possível garantir distanciamento social durante as atividades. É necessário frisar também, que os estudantes deslocam-se usando transportes públicos, o que representa um risco à saúde deles.</p>	
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	<p>Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):</p>	
Data de início das atividades:			Data prevista de término:

27/09/2021

10/02/2022

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) **a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:**

Encontros síncronas através do Google Meet.

Leituras e discussão de textos.

Realização de Seminários online.

Discussão e avaliação das atividades.

Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:

- Assiduidade nas atividades (presença nas aulas síncronas, entrega das atividades, cumprimento dos prazos)

- Realização das atividades de Desenvolvimento Briefing e PLano de Comunicação para cliente real.

Local e Data:

Fortaleza, 28 de outubro de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em	Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica
03/11/2021	

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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, Vice Diretor**, em 03/11/2021, às 15:59, 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 **JANICE LEAL DE CARVALHO VASCONCELOS, Professor do Magistério Superior**, em 09/11/2021, às 19:37, 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, 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 **2453463** e o código CRC **FA6F0049**.



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:
Instituto de Cultura e Arte - ICA		Publicidade e Propaganda
Departamento (se houver):		
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):
ICA1396	Marketing	T01A
Docente(s):		
Janice Leal de Carvalho		

CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64h	40h	24h	

Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:

Aula 1 - Apresentação da disciplina / Conceitos

Aula 2 - Fases do Marketing

Aula 3 - Administração de Marketing

Aula 4 - Aula Assíncrona Filme Amor por contrato / Texto A publicidade disfarçada uma análise do filme Amor por contrato (2009) / Resenha do Filme

Aula 5 - Seminários / MKT de Luxo / MKT Alimentício / MKT Esportivo

Aula 6 - Seminários / MKT Turístico / MKT Digital / MKT Sensorial / Responsabilidade Social

Aula 7 - Produto/ Apresentação do Roteiro do Trabalho Desenvolvimento de Produto

Aula 8 - Desenvolvimento de Produto

Aula 9 - Serviços

Aula 10 - Precificação

Aula 11 - Distribuição

Aula 12 - Mix de Comunicação

Aula 13 - Apresentação do trabalho de desenvolvimento de produto

Aula 14 - Planos de Marketing / Prospecção de cliente

Aula 15 - Planejamento de Marketing

Aula 16 - Apresentação do planejamento

Formato adotado (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): Em virtude da pandemia de coronavírus e da impossibilidade de aulas presenciais, o conteúdo da disciplina ocorrerá de forma exclusivamente remota, uma vez que não é possível garantir distanciamento social durante as atividades. É necessário frisar também, que os estudantes deslocam-se usando transportes públicos, o que representa um risco à saúde deles.	
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):	
Data de início das atividades:		Data prevista de término:	
27/09/2021		10/02/2022	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:			
Encontros síncronas através do Google Meet. Leituras e discussão de textos. Realização de Seminários online. Discussão e avaliação das atividades.			
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:			

- Assiduidade nas atividades (presença nas aulas síncronas, entrega das atividades, cumprimento dos prazos)
- Realização das atividades de Desenvolvimento de Produto e Plano de Marketing para cliente real.

Local e Data:

Fortaleza, 28 de outubro de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em	Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica
03/11/2021	

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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, Vice Diretor**, em 03/11/2021, às 15:59, 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 **JANICE LEAL DE CARVALHO VASCONCELOS, Professor do Magistério Superior**, em 09/11/2021, às 19:38, 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, 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 **2453526** e o código CRC **C58D2F97**.

Referência: Processo nº 23067.044319/2021-19

SEI nº 2453526



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA 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	
<p>Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:</p> <p>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.</p> <p>O conteúdo programático será organizado do seguinte modo:</p> <p>Semana 1 –Apresentação e discussão do projeto de aulas remotas da disciplina. Definições de criatividade. A natureza e anatomia do processo criativo.</p> <p>Semana 2 - A diferença entre criatividade estratégica e criatividade de expressão. Estudo dos fatores de inibição à criatividade.</p> <p>Semana 3 – Aula sobre o livro De onde vem as boas ideias, de Steven Johnson. Início da atividade prática para criação de um produto com fins publicitários.</p> <p>Semana 4 Definição do conceito criativo e discussão sobre seu papel nas mensagens persuasivas. Procedimentos que facilitam abordagens criativas para problemas de comunicação.</p> <p>Semana 5 - Estudantes apresentam os resultados da primeira atividade prática da disciplina: a criação de um produto para promover uma marca.</p> <p>Semana 6 – Leitor-modelo e o desvio lúdico na construção de mensagens criativas. Procedimentos que facilitam abordagens criativas para problemas de comunicação.</p> <p>Semana 7 - O conceito de relevância e o seu papel na comunicação publicitária criativa.</p> <p>Semana 8 - O papel da cultura da conexão no desenvolvimento da mensagem publicitária criativa.</p> <p>Semana 9- Visões teóricas que buscam explicar o processo persuasivo. Projeção, identificação e rejeição como estratégias de persuasão.</p> <p>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 <i>briefing de criação</i>.</p> <p>Semana 11 – Criação e adaptação de um conceito criativo para diferentes plataformas de comunicação.</p> <p>Semana 12 - Criação para formatos publicitários veiculados na internet, com ênfase no desenvolvimento do projeto final (campanha publicitária)</p> <p>Semana 13 - Criação de peças para mídia impressa e <i>out of home</i> da campanha publicitária, de modo a atender o projeto final.</p> <p>Semana 14 – Orientação remota do projeto final – campanha publicitária</p> <p>Semana 15 – Orientação a distância do processo de finalização da campanha publicitária</p> <p>Semana 16 – Apresentação e avaliação da campanha publicitária final.</p>			
<p>Formato adotado (marcar apenas um):</p>			

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</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 esta opção</i>):	
Data de início das atividades:		Data prevista de término:	
27/09/2021		10/02/2022	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:			
<p>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, compartilhamento de tela, bate-papo, notas compartilhadas, emissão de notícias, de feedbacks virtuais e e-mails.</p> <p>No decorrer da disciplina recorreremos a diferentes estratégias didáticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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, 29 de outubro de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em

Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica

03/11/2021

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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**, **Vice Diretor**, em 03/11/2021, às 15:59, 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 05/11/2021, às 09:09, 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**, **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 **2455409** e o código CRC **C7E5F1B8**.

Referência: Processo nº 23067.044319/2021-19

SEI nº 2455409



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):	
ICA2096	Direção de Arte	01	
Docente(s):			
Gustavo Luiz de Abreu Pinheiro			
CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra

64h	24h	40h	
Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:			

A reposição abordará o papel do diretor de arte na atividade publicitária e discutirá de que modo o estudo da retórica visual contribui para sua prática profissional. Serão abordados os elementos e princípios da comunicação visual aplicados à construção das mensagens persuasivas. Os estudantes desenvolverão atividades práticas sobre a direção de arte aplicada aos diferentes meios e pontos de contato e sobre a tradução do conceito criativo para a matéria visual.

O conteúdo programático será organizado do seguinte modo:

Semana 1 –Apresentação e discussão do projeto de aulas remotas da disciplina. O papel do diretor de arte na atividade publicitária. Contribuições dos estudos sobre análise da imagem para o trabalho do diretor de arte.

Semana 2 - Metáfora visual, denotação e conotação da imagem; campo tópico e entinemático na argumentação visual. O papel do contexto cultural no processo de construção de sentido da mensagem publicitária.

Semana 3 - Metonímia visual. O olhar do receptor como eixo de articulação do layout publicitário. Interação entre palavra e imagem na comunicação publicitária.

Semana 4 –. Exagero Visual. Marcadores de modalização e níveis de representação da imagem na concepção visual de layouts publicitários.

Semana 5 – Personificação e o processo criativo de mascotes.

Semana 6 –. Coerência formal e conceitual no processo criativo dos elementos de identidade das mensagens persuasivas. A luz como elemento essencial para criação de atmosferas e materialização de estratégias criativas. Criação de layouts com hegemonia do verbal e hegemonia do visual

Semana 7 -. Elementos e princípios da comunicação visual aplicados à concepção de mensagens publicitárias. Estratégias para materializar conceitos graficamente utilizando cor, tipografia, seleção e edição de imagens, técnicas visuais, composição de layout e definições de fundo.

Semana 8 – . A cor no processo criativo: técnicas de harmonização e expressão de conceitos através de definições cromáticas. Direção de arte para mídia Audiovisual. O story-board para filme publicitário e sua concepção visual.

Semana 9- Processos criativos de assinaturas visuais e marcas derivadas para construção de mensagens publicitárias.

Semana 10 - Estratégias para criação de identidade visual para campanhas publicitárias veiculadas em diferentes meios e codificadas em diferentes modos de representação.

Semana 11 – Processos para elaboração de rafs e layouts para impressos . Técnicas de merchandising e a concepção visual de materiais de ponto de venda.

Semana 12 - Direção de arte para a internet. Princípios de arquitetura da informação e processos criativos para o desenvolvimento de hotspots.

Semana 13 – Processos para elaboração de rafs e layouts para impressos . Técnicas de merchandising e a concepção visual de materiais de ponto de venda.

Semana 14 - Direção de arte para a internet. Princípios de arquitetura da informação e processos criativos para o desenvolvimento de hotspots.

Semana 15 – Orientação a distância do processo de finalização da atividade final.

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 (<i>motivos considerados para esta opção</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 esta opção</i>):

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

27/09/2021

10/02/2022

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) **a serem utilizadas no formato remoto 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, compartilhamento de tela, 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 pelo acompanhamento da assiduidade do estudante, de feedbacks virtuais utilizando webconferências, respostas em fóruns, trocas de mensagens e cumprimento dos cronogramas de desenvolvimento de projetos. No decorrer da reposição serão desenvolvidos três projetos práticos, cada um valendo uma nota de 0 a 10. Os quesitos de avaliação serão os seguintes:

- Capacidade de definir visualmente e criativamente um conceito para uma mensagem persuasiva.
- Capacidade de materializar graficamente um conceito, com a devida competência técnica.
- Capacidade de fundamentar e defender teoricamente as escolhas visuais 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, 29 de outubro de 2021.

Assinatura do Professor

**Aprovado
em**

Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica

03/11/2021

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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**, Vice **Diretor**, em 03/11/2021, às 15:59, 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 05/11/2021, às 09:09, 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**, **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 **2455438** e o código CRC **4F65ED43**.

Referência: Processo nº 23067.044319/2021-19

SEI nº 2455438



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):	
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:			
<p>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 diferentes meios de comunicação, ganhando fluência e flexibilidade na produção destes textos.</p> <p>O conteúdo programático será organizado do seguinte modo:</p> <p>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.</p> <p>Semana 2 - Estudantes apresentam os resultados da primeira atividade prática da disciplina: a criação de um texto em formato publicitário.</p> <p>Semana 3 - 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.</p> <p>Semana 4 – Figuras de Linguagem: aspectos fonológicos, morfológicos, sintáticos e semânticos da mensagem publicitária figurada. Denotação e conotação.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Semana 7 - Os diferentes formatos de texto publicitário. A estrutura circular. Coesão e coerência no texto publicitário. Organização e pontuação.</p> <p>Semana 8 - O papel da descrição e da narração na concepção de mensagens persuasivas.</p> <p>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.</p> <p>Semana 10 - Mudanças de clichê, intertextualidade e o mimetismo do redator publicitário.</p> <p>Semana 11 –O texto publicitário para os diferentes formatos publicitários na internet.</p> <p>Semana 12 - O texto para a mensagem publicitária audiovisual. Desinibição, fluência e flexibilidade na construção de roteiros.</p> <p>Semana 13 - O texto para a mensagem publicitária em mídia sonora. Desinibição, fluência e flexibilidade na construção de roteiros.</p> <p>Semana 14 – O universo verbal e tom de voz da marca como base para produção de textos para diferente meios e formatos publicitários.</p> <p>Semana 15 – Orientação a distância do processo de finalização da atividade final – criação do universo</p>			

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 (<i>motivos considerados para esta opção</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 esta opção</i>):

Data de início das atividades:

Data prevista de término:

27/09/2021

10/02/2022

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) **a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:**

A disciplina acontecerá utilizando, de forma conjunta, os ambientes de aprendizagem Sigaa e Solar. Serão utilizados como formas de interação os seguintes recursos tecnológicos: webconferência, fórum, compartilhamento de tela, bate-papo, 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. 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, 29 de outubro de 2021.

Assinatura do Professor

**Aprovado
em**

Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica

03/11/2021	

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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, Vice Diretor**, em 03/11/2021, às 15:59, 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 05/11/2021, às 09:08, 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, 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 **2455575** e o código CRC **A9B5572C**.

Referência: Processo nº 23067.044319/2021-19

SEI nº 2455575



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):	
ICA2103	Produção Publicitária em Rádio	T01	
Docente(s):			
Antônio César da Silva			
CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra

64H	40H	24H	
Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:			
<p>Unidade I – O percurso histórico do rádio</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. História; 2. Compromisso social do rádio 3. A publicidade em rádio <p>Unidade II – Características do rádio e Linguagem radiofônica</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Características do rádio (tecnologia e linguagem) 2. Segmentação em rádio (educativo, comercial, educativo) 3. Locução, roteiro e produção radiofônica 4. Segmentos da publicidade no rádio: institucional, comercial e serviços. 5. Formatos da publicidade: spots, jingles, chamadas 6. Formas de inserção: testemunhal, spot, patrocínio. <p>Unidade III – Produção de peças publicitárias para rádio</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nesta unidade, por conta da adaptação da disciplina para o semestre 2020.1, serão examinadas e analisadas peças de publicidades realizadas por agências locais e nacionais. Os estudantes deverão realizar uma série de análises de diversos tipos de peças. 2. Desenvolvimento de roteiros de spots dos tipos: institucionais e promocionais. 			
Formato adotado (marcar apenas um):			

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): Por conta da Pandemia de COVID-19, optou-se por uma adaptação da disciplina; considerando a manutenção de seu conteúdo teórico e a reformulação de atividades práticas para o modelo remoto.	
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):	
Data de início das atividades:		Data prevista de término:	
27/09/2021		10/02/2022	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aulas síncronas e aulas assíncronas no formato online 2. Leituras Orientadas 3. Realização de Seminário Online 4. Discussão e avaliação das atividades no formato online 			
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:			
<p>- Assiduidade nas atividades (presença nas aulas síncronas, entrega das atividades, cumprimento dos prazos)</p> <p>- Realização das atividades (entrega e eficiência dos produtos - roteiros e análises dos produtos de comunicação pedidos na disciplina e realização de produto final em grupo)</p>			
Local e Data:			

Fortaleza, 29 de outubro de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em

Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica

03/11/2021

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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, Vice Diretor**, em 03/11/2021, às 15:59, 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 CESAR DA SILVA, Professor do Magistério Superior**, em 08/11/2021, às 11:21, 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, 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 **2456898** e o código CRC **3EC38075**.



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura de Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):	
ICA2101	Publicidade Multimídia	T01	
Docente(s):			
Antônio César da Silva			
CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra

64H	40H	32H	
Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:			
<p>UNIDADE 1</p> <p>A Internet: conceitos e noções;</p> <p>A Internet como mídia publicitária: interatividade, formatos e públicos;</p> <p>Formas de comercialização na web;</p> <p>Publicidade e TV Digital;</p> <p>UNIDADE 2</p> <p>Análise e estudo de mídias alternativas;</p> <p>Redação publicitária para Internet;</p> <p>Criação de peças publicitárias para Internet</p> <p>UNIDADE 3</p> <p>Planejamento e produção de peças publicitárias para Internet</p>			
Formato adotado (marcar apenas um):			
X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): Por conta da Pandemia de COVID-19, optou-se por uma adaptação da disciplina; considerando a manutenção de seu conteúdo teórico e a reformulação de atividades práticas para o modelo remoto.	
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):	

Data de início das atividades:		Data prevista de término:	
27/09/2021		10/02/2021	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:			
1. Aulas síncronas e aulas assíncronas no formato online 2. Leituras Orientadas 3. Realização de Seminário Online 4. Discussão e avaliação das atividades no formato online			
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:			
- Assiduidade nas atividades (presença nas aulas síncronas, entrega das atividades, cumprimento dos prazos) - Realização das atividades (entrega e eficiência dos produtos - roteiros e análises dos produtos de comunicação pedidos na disciplina e realização de produto final em grupo)			
Local e Data:			
Fortaleza, 29 de outubro de 2021.			
Assinatura do Professor			
Aprovado em	Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica		
03/11/2021			

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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, Vice Diretor**, em 03/11/2021, às 15:59, 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 CESAR DA SILVA, Professor do Magistério Superior**, em 08/11/2021, às 11:20, 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, 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 **2456936** e o código CRC **6AF7A8CC**.



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte (Ica)		Comunicação Social – Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
—			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:		Turma(se houver):
ICA2026	Programação Visual em Publicidade e Propaganda		T01
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>AULA 01 Apresentação da disciplina</p> <p>AULA 02 Fundamentos da estética e do design</p> <p>AULA 03 Retórica da Imagem</p> <p>AULA 04 Design da Informação</p> <p>AULA 05 Princípios da Organização</p> <p>AULA 06 Cores</p> <p>AULA 07 Tipografia</p> <p>AULA 08 Projeto Experimental 01 (Qualificação)</p> <p>AULA 09 Projeto Experimental 01 (Qualificação)</p> <p>AULA 10 Projeto Experimental 01</p> <p>AULA 11 Grids: juntando todas as peças</p> <p>AULA 12 Conceito de marca e identidade visual</p> <p>AULA 13 Programação Visual em Mídias Sociais Digitais</p> <p>AULA 14 Projeto Experimental 02 (Qualificação)</p> <p>AULA 15 Projeto Experimental 02 (Qualificação)</p> <p>AULA 16 Projeto Experimental 02</p>			
Formato adotado (marcar apenas um):			
X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): 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. 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 (<i>motivos considerados para esta opção</i>):
Data de início das atividades:		Data prevista de término:
27/09/2021		10/02/2022
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto 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 compõe 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, investimentos no método learn-by-doing 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 disponibilizado pela Universidade.</p>		
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:		
<p>Além do registro de frequência, durante a disciplina, os discentes realizarão dois projetos – adequados ao contexto remoto – correspondentes aos conteúdos didáticos expostos. Os exercícios resultarão em artefatos digitais (leiautes, imagens, esquemas, frameworks e vídeos) que serão arquivados em portfolio online apresentados à turma seguindo cronograma estabelecido pelo professor, contando com processos de qualificação, revisão e sofisticação antes da avaliação final, potencializando o valor do feedback coletivo crítico e o aprendizado significativo dos estudantes.</p>		
Local e Data:		
Fortaleza 29 de outubro de 2021.		
Assinatura do Professor		
Aprovado em	Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica	
03/11/2021		

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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**, Vice **Diretor**, em 03/11/2021, às 15:59, 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 04/11/2021, às 13:55, 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**, **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 **2458464** e o código CRC **54E7D47A**.



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte (Ica)		Comunicação Social – Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):	
ICA2099	Criação	T02	
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>A disciplina aborda o estudo da criatividade e dos processos criativos, promovendo os pensamentos dedutivo, indutivo e abdutivo aplicados às práticas criativas de comunicação publicitária.</p> <p>AULA 01 – Apresentação da disciplina.</p> <p>AULA 02 – Pensamento criativo no mundo 4.0</p> <p>AULA 03 – Criatividade estratégica e criatividade de expressão.</p> <p>AULA 04 – Conceito criativo e big Idea.</p> <p>AULA 05 – Estudo dos fatores de inibição à criatividade</p> <p>AULA 06 – Procedimentos que facilitam abordagens criativas para problemas de comunicação.</p> <p>AULA 07 – O papel da cultura da conexão no desenvolvimento da mensagem publicitária criativa</p> <p>AULA 08 – Projeção, identificação e rejeição como estratégias de persuasão</p> <p>AULA 09 – Promessa básica e promessa secundária. Definição da afirmação básica, do tom e do tema criativo.</p> <p>AULA 10 – Elementos para redação e elaboração do briefing de criação</p> <p>AULA 11 – Conceito criativo para diferentes plataformas de comunicação</p> <p>AULA 12 – Criação para formatos publicitários tradicionais</p> <p>AULA 13 – Criação para formatos publicitários alternativos</p> <p>AULA 14 – Projeto Experimental (Qualificação)</p> <p>AULA 15 – Projeto Experimental (Qualificação)</p> <p>AULA 16 – Projeto Experimental</p>			
Formato adotado (marcar apenas um):			

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): 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. 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 (<i>motivos considerados para esta opção</i>):	
Data de início das atividades:		Data prevista de término:	
27/09/2021		10/02/2022	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:			
<p>A disciplina aborda o estudo da criatividade e do processo criativo e técnicas e estratégias de criação, frente aos variados meios de comunicação com aplicação prática do conteúdo na criação de uma campanha publicitária.</p> <p>Em "Criação", além de recursos didáticos assíncronos, investiremos em uma abordagem learn-by-doing 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 disponibilizado pela Universidade e integrados ao sistema SI3 com oferta de conteúdos didáticos assíncronos e encontros síncronos para atividades individuais e coletivas.</p>			
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:			
<p>Além do registro de frequência, durante a disciplina, os discentes realizarão atividades – adequados ao contexto remoto – correspondentes aos conteúdos didáticos expostos. Os exercícios serão acompanhados de requisitos, restrições e critérios de avaliação específicos que resultarão em apresentações e artefatos digitais, seguindo cronograma estabelecido pelo professor, que serão arquivados em portfolio online.</p>			
Local e Data:			

Fortaleza, 29 de outubro de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em	Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica
03/11/2021	

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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**, Vice **Diretor**, em 03/11/2021, às 15:59, 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 04/11/2021, às 13:55, 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**, **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 **2458484** e o código CRC **27CC04BC**.



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
ICA		Comunicação Social - Publicidade e propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:		Turma(se houver):
ICA 3238	CRIAÇÃO DE PORTFOLIO		T 01
Docente(s):			
Fernando Luís Maia da Cunha			
CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64 h	30 h	34 h	
Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:			
Esta disciplina estrutura-se no mergulho no mundo das atividades elaboradas de cada aluno, sejam ela profissionais ou amadoras a fim de juntamente com ele construir um portfólio que venha a servir de apoio para a entrada no mundo profissional. Prevê o aprendizado teórico denso e uma parte em atividades práticas			

que podem ser feitas em qualquer lugar, já que trabalharemos com o material desenvolvido em parceria e de forma coletiva.

Os diferentes meios e formatos para elaboração de um portfólio. Produção de suportes para compilações de trabalhos. Roteiro e criação do Portfólio, definição do discurso e organização. Produção de peças publicitárias a serem incluídas no portfólio desenvolvido.

Formato adotado (marcar apenas um):

x	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	<p>Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):</p> <p>O objetivo da disciplina é orientar os alunos de maneira inovadora e criativa a apresentação dos seus trabalhos a partir do desenvolvimento de um portfólio direcionado para cada contexto no mercado publicitário.</p> <p>Já que trabalho é realizado de forma teórica e a parte prática é de análise de material para formar um portfólio, vemos que não haverá assim nenhum prejuízo por ser remoto e sendo viável realizar demonstrações individuais aproveitando as novas tecnologias, assim, optou-se por adequar a disciplina ao modo remoto. Para tanto, com o uso de tecnologias e recursos digitais será possível abordar todos os conteúdos necessários de modo síncrono, para que os objetivos da disciplina sejam alcançados satisfatoriamente e as atividades são feitas pelos alunos em casa e apresentadas ao professor.</p>
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	<p>Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):</p>

Data de início das atividades:

Data prevista de término:

27/ 09/ 2021

10/ 02/ 2021

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) **a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:**

As plataformas SigaA e Google Classroom serão os veículos principais para comunicação com os estudantes. No Classroom serão postados os materiais e atividades a serem realizados. Os comentários às atividades e todas as avaliações também ocorrerão via Classroom.

Para os encontros online será utilizado o Google Meet. Os encontros (ou aulas online) ocorrerão em semanas intercaladas, de acordo com os conteúdos abordados e o cronograma da disciplina.

Serão utilizados vídeos da plataforma Youtube e da plataforma Vimeo, arquivos em formato PDF e WORD.

Serão disponibilizadas videoaulas produzidas pela docente, como ferramenta auxiliar para a boa compreensão das técnicas e conteúdos.

Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:

O acompanhamento das atividades será feito através da plataforma Classroom, com orientações e avaliações individuais. Durante as reuniões via Google Meet será avaliada a eficácia das metodologias e propostas de trabalho, bem como serão discutidas eventuais melhorias e adaptações.

As frequências serão verificadas através da assiduidade e pontualidade na resposta às atividades propostas.

Local e Data:

Fortaleza, 5 de novembro de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em

Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica

08 / 11 /
2021

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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, Vice Diretor**, em 08/11/2021, às 11:37, 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 **Fernando Luís Maia da Cunha, Professor Titular-Livre Magistério Superior**, em 08/11/2021, às 12:08, 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 **2477743** e o código CRC **31E76830**.



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.2
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.2**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura de Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):	
ICA2101	Publicidade Multimídia	01	
Docente(s):			
Antônio César da Silva			
CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra

64H	40H	24H	
Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:			
<p>UNIDADE 1</p> <p>A Internet: conceitos e noções;</p> <p>A Internet como mídia publicitária: interatividade, formatos e públicos;</p> <p>Formas de comercialização na web;</p> <p>Publicidade e TV Digital;</p> <p>UNIDADE 2</p> <p>Análise e estudo de mídias alternativas;</p> <p>Redação publicitária para Internet;</p> <p>Criação de peças publicitárias para Internet</p> <p>UNIDADE 3</p> <p>Planejamento e produção de peças publicitárias para Internet</p>			
Formato adotado (marcar apenas um):			
X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): Por conta da Pandemia de COVID-19, optou-se por uma adaptação da disciplina; considerando a manutenção de seu conteúdo teórico e a reformulação de atividades práticas para o modelo remoto.	
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):	
Data de início das atividades:			Data prevista de término:

27/09/2021		10/02/2021	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:			
1. Aulas síncronas e aulas assíncronas no formato online 2. Leituras Orientadas 3. Realização de Seminário Online 4. Discussão e avaliação das atividades no formato online			
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:			
- Assiduidade nas atividades (presença nas aulas síncronas, entrega das atividades, cumprimento dos prazos) - Realização das atividades (entrega e eficiência dos produtos - roteiros e análises dos produtos de comunicação pedidos na disciplina e realização de produto final em grupo)			
Local e Data:			
Fortaleza, 16 de novembro de 2021.			
Assinatura do Professor			
Aprovado em		Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica	
/ /			

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), com

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



Documento assinado eletronicamente por **MARCO TULIO FERREIRA DA COSTA, Diretor de Unidade**, em 18/11/2021, às 10:44, 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 CESAR DA SILVA, Professor do Magistério Superior**, em 25/11/2021, às 09:12, 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, 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 **2507174** e o código CRC **CEC8FD9E**.

Referência: Processo nº 23067.044319/2021-19

SEI nº 2507174



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.1
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.1**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
ICA - Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:		Turma(se houver):
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:			
<p>AULA 1 - Discussão sobre a disciplina e modelo remoto (síncrona)</p> <p>AULA 2- Apresentação do plano de disciplina. Linguagem audiovisual. (síncrona)</p> <p>AULA 3 - O plano na linguagem audiovisual. Enquadramentos, tipos de ângulos. (atividades assíncronas)</p> <p>AULA 4- O plano na linguagem audiovisual. Enquadramentos, tipos de ângulos. (atividade síncrona)</p> <p>AULA 5- Fases de produção audiovisual no contexto publicitário. Pré-produção, produção e pós-produção. (atividades assíncronas)</p> <p>AULA 6 - Fases de produção audiovisual no contexto publicitário. Pré-produção, produção e pós-produção. (atividade síncrona)</p> <p>AULA 7 - Profissionais envolvidos na produção e no set de filmagem. (atividades assíncronas)</p> <p>AULA 8- Profissionais envolvidos na produção e no set de filmagem. (atividade síncrona)</p> <p>AULA 9 - O roteiro publicitário. O briefing. Narrativa clássica. (atividades assíncronas)</p> <p>AULA 10 - O roteiro publicitário. O briefing. Narrativa clássica (atividade síncrona)</p> <p>AULA 11- O roteiro publicitário. Criação de personagens e cenas. (atividades assíncronas)</p> <p>AULA 12 - O roteiro publicitário. Criação de personagens e cenas. (atividade síncrona)</p> <p>AULA 13 Questões técnicas de set, direção, fotografia e edição. (atividades assíncronas)</p> <p>AULA 14 Questões técnicas de set, direção, fotografia e edição. (atividade síncrona)</p> <p>AULAS 15 e 16- Apresentação do trabalho final e encerramento da disciplina. (atividade síncrona)</p>			
Formato adotado (marcar apenas um):			
X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): As medidas restritivas tomadas para deter a disseminação do coronavírus 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 esta opção</i>):
Data de início das atividades:		Data prevista de término:
12/05/2021		01/09/2021
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto 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, 09 de Junho de 2021.		
Assinatura do Professor		

Aprovado em	Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica
25/06/2021	

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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, Vice Diretor**, em 29/06/2021, às 16:38, 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 09/07/2021, às 12:38, 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 **1993195** e o código CRC **C0FDA0FB**.



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.1
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.1**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA 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 adaptadas ao formato remoto:			
<p>Aula 1 - Discussão sobre o modelo remoto.</p> <p>Aula 2 - Apresentação do plano da disciplina. O papel da comunicação visual na comunicação social e publicidade de produtos midiáticos impressos e digitais.</p> <p>Aula 3 - O que é Alfabetismo visual?</p> <p>Aula 4 - Sintaxe e composição da Comunicação Visual.</p> <p>Aula 5 - Apresentação de exercícios</p> <p>Aula 6 - Elementos básicos da Comunicação Visual.</p> <p>Aula 7 - Tipografia: conceitos essenciais, classificação e recursos de computação gráfica para editoração</p> <p>Aula 8 - A tipografia, anatomia, tamanho, escala, classificação.</p> <p>Aula 9 - Exercícios de tipografia.</p> <p>Aula 10 - Famílias tipográficas, pontuação, lettering, logotipos.</p> <p>Aula 11 - Composição cromática em ambientes digitais. A cor, simbologia e semiótica das cores.</p> <p>Aula 12 - A cor, simbologia e semiótica das cores.</p> <p>Aula 13 - Definições e classificações de cores.</p> <p>Aula 14 - Orientações trabalho final.</p>			

Aula 15 - Orientações trabalho final.

Aula 16 - Encerramento da disciplina/apresentação do trabalho final

Formato adotado (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): As medidas restritivas tomadas para deter a disseminação do coronavírus 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 esta opção</i>):

Data de início das atividades:

Data prevista de término:

11/05/2021

31/08/2021

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) **a serem utilizadas no formato remoto 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, 09 de Junho de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em

Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica

25/06/2021

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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**, **Vice Diretor**, em 29/06/2021, às 16:38, 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 09/07/2021, às 12:42, 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 **1993199** e o código CRC **BB9812BA**.



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.1
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.1**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
-			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):	
ICA2101	Publicidade Multimídia	T01	
Docente(s):			
Antônio César da Silva			
CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra

64H	40H	20H	-
Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:			
<p>UNIDADE 1</p> <p>A Internet: conceitos e noções;</p> <p>A Internet como mídia publicitária: interatividade, formatos e públicos;</p> <p>Formas de comercialização na web;</p> <p>Publicidade e TV Digital;</p> <p>UNIDADE 2</p> <p>Análise e estudo de mídias alternativas;</p> <p>Redação publicitária para Internet;</p> <p>Criação de peças publicitárias para Internet</p> <p>UNIDADE 3</p> <p>Planejamento e produção de peças publicitárias para Internet</p>			
Formato adotado (marcar apenas um):			
X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa Justificativa: Por conta da Pandemia de COVID-19, optou-se por uma adaptação da disciplina; considerando a manutenção de seu conteúdo teórico e a reformulação de atividades práticas para o modelo remoto.	
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (motivos considerados para esta opção):	
Data de início das atividades:			Data prevista de término:

10/05/2021		03/11/2021	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aulas síncronas e aulas assíncronas no formato online 2. Leituras Orientadas 3. Realização de Seminário Online 4. Discussão e avaliação das atividades no formato online 			
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:			
<p>- Assiduidade nas atividades (presença nas aulas síncronas, entrega das atividades, cumprimento dos prazos)</p> <p>- Realização das atividades (entrega e eficiência dos produtos - elaboração dos produtos de comunicação pedidos na disciplina e realização de produto final em grupo)</p>			
Local e Data:			
Fortaleza, 09 de junho de 2021.			
Assinatura do Professor			
<div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>			
Aprovado em		Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica	
25/06/2021		<div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>	
<div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>			

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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, Vice Diretor**, em 29/06/2021, às 16:38, 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 CESAR DA SILVA, Professor do Magistério Superior**, em 09/07/2021, às 12:52, 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 **1993252** e o código CRC **8610A200**.

Referência: Processo nº 23067.022289/2021-81

SEI nº 1993252



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.1
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.1**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
-			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):	
ICA 2103	Produção Publicitária em Rádio	T01	
Docente(s):			
Antônio César da Silva			
CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra

64H	32H	32H	-
Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:			
<p>Unidade I – O percurso histórico do rádio</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. História; 2. Compromisso social do rádio 3. A publicidade em rádio <p>Unidade II – Características do rádio e Linguagem radiofônica</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Características do rádio (tecnologia e linguagem) 2. Segmentação em rádio (educativo, comercial, educativo) 3. Locução, roteiro e produção radiofônica 4. Segmentos da publicidade no rádio: institucional, comercial e serviços. 5. Formatos da publicidade: spots, jingles, chamadas 6. Formas de inserção: testemunhal, spot, patrocínio. <p>Unidade III – Produção de peças publicitárias para rádio</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nesta unidade, por conta da adaptação da disciplina para o semestre 2020.1, serão examinadas e analisadas peças de publicidades realizadas por agências locais e nacionais. Os estudantes deverão realizar uma série de análises de diversos tipos de peças. 2. Desenvolvimento de roteiros de spots dos tipos: institucionais e promocionais. 			
Formato adotado (marcar apenas um):			
X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa Por conta da Pandemia de COVID-19, optou-se por uma adaptação da disciplina; considerando a manutenção de seu conteúdo teórico e a reformulação de atividades práticas para o modelo remoto.	

Híbrido (parte remota + parte presencial)		Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):	
Data de início das atividades:		Data prevista de término:	
11/05/2021		03/11/2021	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aulas síncronas e aulas assíncronas no formato online 2. Leituras Orientadas 3. Realização de Seminário Online 4. Discussão e avaliação das atividades no formato online 			
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:			
<p>- Assiduidade nas atividades (presença nas aulas síncronas, entrega das atividades, cumprimento dos prazos)</p> <p>- Realização das atividades (entrega e eficiência dos produtos - roteiros e análises dos produtos de comunicação pedidos na disciplina e realização de produto final em grupo)</p>			
Local e Data:			
Fortaleza, 09 de junho de 2021.			
Assinatura do Professor			
Aprovado em	Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica		
25/06/2021			

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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**, Vice **Diretor**, em 29/06/2021, às 16:38, 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 CESAR DA SILVA**, **Professor do Magistério Superior**, em 09/07/2021, às 12:52, 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 **1993254** e o código CRC **6504E788**.



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.1
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.1**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte (Ica)		Comunicação Social – Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
—			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:		Turma(se houver):
ICA2026	Programação Visual em Publicidade e Propaganda		T01
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:			
AULA 01 Apresentação da disciplina AULA 02 Fundamentos da estética e do design AULA 03 Elementos básicos da comunicação visual AULA 04 Princípios da Organização AULA 05 Cores AULA 06 Tipografia AULA 06 Tipografia AULA 08 Projeto Experimental 01 (Qualificação) AULA 09 Projeto Experimental 01 AULA 10 Imagem AULA 11 Princípios básico da composição AULA 12 Grids: juntando todas as peças AULA 13 Conceito de marca e identidade visual AULA 14 Conceito de marca e identidade visual AULA 15 Projeto Experimental 02 (Qualificação) AULA 16 Projeto Experimental 02			
Formato adotado (marcar apenas um):			
X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): 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. 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 (<i>motivos considerados para esta opção</i>):	
Data de início das atividades:			Data prevista de término:

10/05/2021		02/09/2021	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto 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 compõe 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, investimentos no método learn-by-doing 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 disponibilizado pela Universidade 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 – adequados ao contexto remoto – correspondentes aos conteúdos didáticos expostos. Os exercícios resultarão em artefatos digitais (leiautes, imagens, esquemas, frameworks e vídeos) que serão arquivados em portfolio online apresentados à turma seguindo cronograma estabelecido pelo professor, contando com processos de qualificação, revisão e sofisticação antes da avaliação final, potencializando o valor do feedback coletivo crítico e o aprendizado significativo dos estudantes.</p>			
Local e Data:			
Fortaleza, 10 de junho de 2021.			
Assinatura do Professor			
Aprovado em	Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica		
25/06/2021			

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), com informações cadastrais do componente curricular em total consonância com o *Sistema Integrado de Gestão*



Documento assinado eletronicamente por **ARAGUACY PAIXAO ALMEIDA FILGUEIRAS**, Vice **Diretor**, em 29/06/2021, às 16:38, 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 09/07/2021, às 13:39, 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 **1993263** e o código CRC **B39DC27A**.

Referência: Processo nº 23067.022289/2021-81

SEI nº 1993263



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.1
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.1**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte (Ica)		Comunicação Social – Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
—			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):	
ICA2099	Criação	T02	
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>A disciplina aborda o estudo da criatividade e dos processos criativos, promovendo os pensamentos dedutivo, indutivo e abdutivo aplicados às práticas criativas de comunicação publicitária.</p> <p>AULA 01 – Apresentação da disciplina.</p> <p>AULA 02 – Pensamento criativo no mundo 4.0</p> <p>AULA 03 – Criatividade estratégica e criatividade de expressão.</p> <p>AULA 04 – Conceito criativo e big idea.</p> <p>AULA 05 – Estudo dos fatores de inibição à criatividade</p> <p>AULA 06 – Procedimentos que facilitam abordagens criativas para problemas de comunicação.</p> <p>AULA 07 – O papel da cultura da conexão no desenvolvimento da mensagem publicitária criativa</p> <p>AULA 08 – Projeção, identificação e rejeição como estratégias de persuasão</p> <p>AULA 09 – Promessa básica e promessa secundária. Definição da afirmação básica, do tom e do tema criativo.</p> <p>AULA 10 – Elementos para redação e elaboração do briefing de criação</p> <p>AULA 11 – Conceito criativo para diferentes plataformas de comunicação</p> <p>AULA 12 – Criação para formatos publicitários</p> <p>AULA 13 – Criação para formatos publicitários</p> <p>AULA 14 – Projeto Experimental</p> <p>AULA 15 – Projeto Experimental (Qualificação)</p> <p>AULA 16 – Projeto Experimental</p>			
Formato adotado (marcar apenas um):			
X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): 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. 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 (<i>motivos considerados para esta opção</i>):	

Data de início das atividades:		Data prevista de término:	
10/05/2021		02/09/2021	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:			
<p>A disciplina aborda o estudo da criatividade e do processo criativo e técnicas e estratégias de criação, frente aos variados meios de comunicação com aplicação prática do conteúdo na criação de uma campanha publicitária.</p> <p>Em "Criação", além de recursos didáticos assíncronos, investiremos em uma abordagem learn-by-doing 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 disponibilizado pela Universidade 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 atividades – adequados ao contexto remoto – correspondentes aos conteúdos didáticos expostos. Os exercícios serão acompanhados de requisitos, restrições e critérios de avaliação específicos que resultarão em apresentações e artefatos digitais, seguindo cronograma estabelecido pelo professor, que serão arquivados em portfolio online.</p>			
Local e Data:			
Fortaleza, 10 de junho de 2021.			
Assinatura do Professor			
Aprovado em	Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica		
25/06/2021			

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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, Vice Diretor**, em 29/06/2021, às 16:38, 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 09/07/2021, às 13:38, 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 **1993265** e o código CRC **442BA7E1**.

Referência: Processo nº 23067.022289/2021-81

SEI nº 1993265



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.1
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.1**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):	
ICA2107	Redação Publicitária I		
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 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 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 - Estudantes apresentam os resultados da primeira atividade prática da disciplina: a criação de um texto em formato publicitário.

Semana 3 - 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 4 – Figuras de Linguagem: aspectos fonológicos, morfológicos, sintáticos e semânticos da mensagem publicitária figurada. Denotação e conotação.

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 (<i>motivos considerados para esta opção</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 esta opção</i>):

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

19/05/ 2021

01/ 09/2021

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) **a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:**

A disciplina acontecerá utilizando, de forma conjunta, os ambientes virtuais Sigaa e Google Meet. Serão utilizados como formas de interação os seguintes recursos tecnológicos: webconferência, fórum, compartilhamento de tela, 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 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, 10 de junho de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em

Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica

25/06/2021

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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**, Vice **Diretor**, em 29/06/2021, às 16:38, 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 09/07/2021, às 13:24, 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 **1994599** e o código CRC **855FCBD4**.

Referência: Processo nº 23067.022289/2021-81

SEI nº 1994599



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.1
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.1**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
-			
Código SIGAA 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 adaptadas ao formato remoto:			

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

Semana 6 – Leitor-modelo e o desvio lúdico na construção de mensagens criativas. Procedimentos que facilitam abordagens criativas para problemas de comunicação.

Semana 7 - O conceito de relevância e o seu papel na comunicação publicitária criativa.

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 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 final.

Formato adotado (marcar apenas um):

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

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

16/ 05/2021

30/ 08/ 2021

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) **a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:**

A disciplina acontecerá utilizando, de forma conjunta, os ambientes de virtuais Sigaa e Google Meet. Serão utilizados como formas de interação os seguintes recursos tecnológicos: webconferência, fórum, compartilhamento de tela, 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. 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, 10 de junho de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em

Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica

25/06/2021

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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**, Vice **Diretor**, em 29/06/2021, às 16:38, 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 09/07/2021, às 13:24, 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 **1994771** e o código CRC **497E3D2D**.

Referência: Processo nº 23067.022289/2021-81

SEI nº 1994771



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.1
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.1**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
-			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):	
ICA2096	Direção de Arte	01	
Docente(s):			
Gustavo Luiz de Abreu Pinheiro			
CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra

64h	24h	40h	-
-----	-----	-----	---

Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:

A reposição abordará o papel do diretor de arte na atividade publicitária e discutirá de que modo o estudo da retórica visual contribui para sua prática profissional. Serão abordados os elementos e princípios da comunicação visual aplicados à construção das mensagens persuasivas. Os estudantes desenvolverão atividades práticas sobre a direção de arte aplicada aos diferentes meios e pontos de contato e sobre a tradução do conceito criativo para a matéria visual.

O conteúdo programático será organizado do seguinte modo:

Semana 1 –Apresentação e discussão do projeto de aulas remotas da disciplina. O papel do diretor de arte na atividade publicitária. Contribuições dos estudos sobre análise da imagem para o trabalho do diretor de arte.

Semana 2 - Metáfora visual, denotação e conotação da imagem; campo tópico e entinemático na argumentação visual. O papel do contexto cultural no processo de construção de sentido da mensagem publicitária.

Semana 3 - Metonímia visual. O olhar do receptor como eixo de articulação do layout publicitário. Interação entre palavra e imagem na comunicação publicitária.

Semana 4 –. Exagero Visual. Marcadores de modalização e níveis de representação da imagem na concepção visual de layouts publicitários.

Semana 5 – Personificação e o processo criativo de mascotes.

Semana 6 –. Coerência formal e conceitual no processo criativo dos elementos de identidade das mensagens persuasivas. A luz como elemento essencial para criação de atmosferas e materialização de estratégias criativas. Criação de layouts com hegemonia do verbal e hegemonia do visual

Semana 7 -. Elementos e princípios da comunicação visual aplicados à concepção de mensagens publicitárias. Estratégias para materializar conceitos graficamente utilizando cor, tipografia, seleção e edição de imagens, técnicas visuais, composição de layout e definições de fundo.

Semana 8 – . A cor no processo criativo: técnicas de harmonização e expressão de conceitos através de definições cromáticas. Direção de arte para mídia Audiovisual. O story-board para filme publicitário e sua concepção visual.

Semana 9- Processos criativos de assinaturas visuais e marcas derivadas para construção de mensagens publicitárias.

Semana 10 - Estratégias para criação de identidade visual para campanhas publicitárias veiculadas em diferentes meios e codificadas em diferentes modos de representação.

Semana11 – Processos para elaboração de rafs e layouts para impressos . Técnicas de merchandising e a concepção visual de materiais de ponto de venda.

Semana 12 - Direção de arte para a internet. Princípios de arquitetura da informação e processos criativos para o desenvolvimento de hotsites.

Semana 13 – Processos para elaboração de rafs e layouts para impressos . Técnicas de merchandising e a concepção visual de materiais de ponto de venda.

Semana 14 - Direção de arte para a internet. Princípios de arquitetura da informação e processos criativos

para o desenvolvimento de hotspots.

Semana 15 – Orientação a distância do processo de finalização da atividade final.

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 (<i>motivos considerados para esta opção</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 esta opção</i>):

Data de início das atividades:

Data prevista de término:

22/ 05/ 2021

27/ 08/ 2021

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) **a serem utilizadas no formato remoto 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 pelo acompanhamento da assiduidade do estudante, de feedbacks virtuais utilizando webconferências, respostas em fóruns, trocas de mensagens e cumprimento dos cronogramas de desenvolvimento de projetos. No decorrer da reposição serão desenvolvidos três projetos práticos, cada um valendo uma nota de 0 a 10. Seguem os critérios de avaliação:

- Capacidade de definir visualmente e criativamente um conceito para uma mensagem persuasiva.
- Capacidade de materializar graficamente um conceito, com a devida competência técnica.
- Capacidade de fundamentar e defender teoricamente as escolhas visuais 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, 10 de junho de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em	Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica
25/06/2021	

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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, Vice Diretor**, em 29/06/2021, às 16:38, 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 09/07/2021, às 13:25, 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 **1994906** e o código CRC **BF31B0C1**.



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.1
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.1**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte - ICA		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
-			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):	
ICA1396	Marketing	-	
Docente(s):			
JANICE LEAL DE CARVALHO			
CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra

64H	40H	24H	-
-----	-----	-----	---

Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:

Aula 1 - Apresentação da disciplina / Conceitos

Aula 2 - Fases do Marketing

Aula 3 - Administração de Marketing

Aula 4 - Aula Assíncrona Filme Amor por contrato / Texto A publicidade disfarçada uma análise do filme Amor por contrato (2009) / Resenha do Filme

Aula 5 - Seminários / MKT de Luxo / MKT Alimentício / MKT Esportivo

Aula 6 - Seminários / MKT Turístico / MKT Digital / MKT Sensorial / Responsabilidade Social

Aula 7 - Produto/ Apresentação do Roteiro do Trabalho Desenvolvimento de Produto

Aula 8 - Desenvolvimento de Produto

Aula 9 - Serviços

Aula 10 - Precificação

Aula 11 - Distribuição

Aula 12 - Mix de Comunicação

Aula 13 - Apresentação do trabalho de desenvolvimento de produto

Aula 14 - Planos de Marketing / Prospecção de cliente

Aula 15 - Planejamento de Marketing

Aula 16 - Apresentação do planejamento

Formato adotado (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	<p>Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):</p> <p>Em virtude da pandemia de coronavírus e da impossibilidade de aulas presenciais, o conteúdo da disciplina ocorrerá de forma exclusivamente remota, uma vez que não é possível garantir distanciamento social durante as atividades. É necessário frisar também, que os estudantes deslocam-se usando transportes públicos, o que representa um risco à saúde deles.</p>
---	---	---

	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):
Data de início das atividades:		Data prevista de término:
11/ 05/ 2021		24/ 08/ 2021
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:		
<p>Encontros síncronas através do Google Meet.</p> <p>Leituras e discussão de textos.</p> <p>Realização de Seminários online.</p> <p>Discussão e avaliação das atividades.</p>		
Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:		
<p>- Assiduidade nas atividades (presença nas aulas síncronas, entrega das atividades, cumprimento dos prazos)</p> <p>- Realização das atividades de Desenvolvimento de Produto e Plano de Marketing para cliente real.</p>		
Local e Data:		
Fortaleza, 10 de junho de 2021.		
Assinatura do Professor		
Aprovado em	Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica	

25/06/2021	

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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**, Vice **Diretor**, em 29/06/2021, às 16:38, 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 **JANICE LEAL DE CARVALHO VASCONCELOS**, **Professor do Magistério Superior**, em 08/07/2021, às 10:51, 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 **1995367** e o código CRC **288127D4**.

Referência: Processo nº 23067.022289/2021-81

SEI nº 1995367



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.1
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.1**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte - ICA		Comunicação Social - Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
-			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:		Turma(se houver):
ICA1398	Atendimento e Planejamento de Comunicação		
Docente(s):			
Janice Leal de Carvalho			
CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra

64h	40h	24h	-
-----	-----	-----	---

Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:

1. Estrutura da Agência de Publicidade
2. Evolução do papel do atendimento nas agências.
- 3.
4. Conceitos de Planejamento de Marketing e Planejamento de Comunicação
- 5.
6. Prospecção de Clientes
7. Análise da Situação de Mercado
8. Objetivos de Marketing e de Propaganda
9. Posicionamento
- 10.
11. e Táticas
12. O plano de Comunicação
13. Modelo de Plano de Comunicação
14. Modelo de Plano de Propaganda e Promoção de Vendas
15. Orientações dos Planos
16. Apresentação dos planos

Formato adotado (marcar apenas um):

<input checked="" type="checkbox"/>	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): Em virtude da pandemia de coronavírus e da impossibilidade de aulas presenciais, o conteúdo da disciplina ocorrerá de forma exclusivamente remota, uma vez que não é possível garantir distanciamento social durante as atividades. É necessário frisar também, que os estudantes deslocam-se usando transportes públicos, o que representa um risco à saúde deles.
<input type="checkbox"/>	Híbrido (parte remota + parte presencial)	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>):

Data de início das atividades:	Data prevista de término:
13/ 05/ 2021	26/ 08/ 2021

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) **a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:**

Encontros síncronas através do Google Meet.

Leituras e discussão de textos.

Realização de Seminários online.

Discussão e avaliação das atividades.

Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:

- Assiduidade nas atividades (presença nas aulas síncronas, entrega das atividades, cumprimento dos prazos)

- Realização das atividades de Briefing e Planejamento de Campanha para cliente real.

Local e Data:

Fortaleza, 10 de junho de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em

Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica

25/06/2021

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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**, Vice **Diretor**, em 29/06/2021, às 16:38, 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 **JANICE LEAL DE CARVALHO VASCONCELOS**, **Professor do Magistério Superior**, em 08/07/2021, às 10:51, 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 **1995566** e o código CRC **824B3746**.

Referência: Processo nº 23067.022289/2021-81

SEI nº 1995566



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.1
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.1**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte (Ica)		Comunicação Social – Publicidade e Propaganda	
Departamento (se houver):			
—			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:	Turma(se houver):	
ICA2026	Programação Visual em Publicidade e Propaganda	T02	
Docente(s):			
Joaquim Francisco Cordeiro Neto			
CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra

64h/aula	32h/aula	32h/aula	
Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:			
AULA 01 Apresentação da disciplina AULA 02 Fundamentos da estética e do design AULA 03 Elementos básicos da comunicação visual AULA 04 Princípios da Organização AULA 05 Cores AULA 06 Tipografia AULA 06 Tipografia AULA 08 Projeto Experimental 01 (Qualificação) AULA 09 Projeto Experimental 01 AULA 10 Imagem AULA 11 Princípios básico da composição AULA 12 Grids: juntando todas as peças AULA 13 Conceito de marca e identidade visual AULA 14 Conceito de marca e identidade visual AULA 15 Projeto Experimental 02 (Qualificação) AULA 16 Projeto Experimental 02			
Formato adotado (marcar apenas um):			
X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	Justificativa (<i>motivos considerados para esta opção</i>): 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. 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 (<i>motivos considerados para esta opção</i>):	
Data de início das atividades:			Data prevista de término:

10/05/2021		02/09/2021	
Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) a serem utilizadas no formato remoto 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 compõe 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, investimentos no método learn-by-doing 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 disponibilizado pela Universidade 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 – adequados ao contexto remoto – correspondentes aos conteúdos didáticos expostos. Os exercícios resultarão em artefatos digitais (leiautes, imagens, esquemas, frameworks e vídeos) que serão arquivados em portfolio online apresentados à turma seguindo cronograma estabelecido pelo professor, contando com processos de qualificação, revisão e sofisticação antes da avaliação final, potencializando o valor do feedback coletivo crítico e o aprendizado significativo dos estudantes.</p>			
Local e Data:			
Fortaleza, 10 de junho de 2021.			
Assinatura do Professor			
<div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>			
Aprovado em	Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica		
25/06/2021	<div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>		
<div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>			

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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, Vice Diretor**, em 29/06/2021, às 16:38, 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 09/07/2021, às 13:40, 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 **1999669** e o código CRC **1C6068C1**.

Referência: Processo nº 23067.022289/2021-81

SEI nº 1999669



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

Plano de Ensino (Adaptação)
Estágios e Componentes curriculares práticos (*)
Semestre 2021.1
ATENÇÃO!

- Este formulário atende ao disposto na legislação vigente, sobre o caráter excepcional de utilização de recursos educacionais digitais para integralização da carga horária das atividades pedagógicas.
- Deve ser preenchido pelo professor responsável por componentes curriculares (disciplina com carga horária prática ou atividade de Estágio), no **semestre 2021.1**, que opte por realizar a oferta desses componentes utilizando recursos e tecnologias digitais.
- Para cada componente curricular, 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 - Projeto Pedagógico do Curso, em conformidade ao que determinam as normas legais.

Unidade Acadêmica:		Curso:	
Instituto de Cultura e Arte		Publicidade e Propaganda e Design-Moda	
Departamento (se houver):			
Código SIGAA do componente curricular:	Componente Curricular:		Turma(se houver):
ICA 0577	Ateliê de Fotografia		T 01
Docente(s):			
Fernando Luís Maia da Cunha			
CH Total	CH Teórica	CH Prática	Outra
64h	48h	12h	
Conteúdos, etapas e atividades práticas adaptadas ao formato remoto:			
<p>Narrativas de Si – Ateliê de Fotografia</p> <p>A disciplina é um espaço para a construção de projetos individuais de produção fotográfica que visam um mergulho no autoconhecimento e na construção da identidade de cada aluno. As proposições são gerais,</p>			

mas deve haver abertura para o atendimento e o acompanhamento das propostas individuais. Existe uma proposta de conteúdo, de metodologia de avaliação que tem uma intenção de dar esse direcionamento. Ao longo da disciplina e das atividades os alunos vão sendo conduzidos a investigar várias camadas do consciente e inconsciente para poder assim trilhar um caminho de tradução imagética de seus sentimentos e assim produzir um ensaio final que atravesse essas questões.

- Identificação das características dos diferentes modelos de produção e realização de produtos fotográficos.
- Desenvolvimento da consciência crítica, para a compreensão da sintaxe da linguagem fotográfica.
- Representação visual e subjetividade.
- A produção da imagem e do conhecimento.
- Panorama da história da fotografia.
- Elementos da linguagem fotográfica.
- A imagem implicações teóricas da sua utilização.
- Fotografia entre o documento e a ficção.
- O discurso fotográfico: processos de análise, leitura e interpretação.
- Panorama histórico do desenvolvimento estético e técnico da fotografia (Benjamin, Barthes, Sontag, Flusser, Dubois, Fatarelli, Didi-Huberman).

Formato adotado (marcar apenas um):

X	100% não presencial com uso de tecnologias e recursos digitais	<p>Justificativa (motivos considerados para esta opção):</p> <p>Esta disciplina estrutura-se no mergulho no mundo da imagem e prevê o aprendizado e aplicação de técnicas em atividades teóricas e uma parte em práticas que podem ser feitas em qualquer lugar externo, já que não temos disponível estúdio de fotografia (laboratório).</p> <p>No decorrer das atividades é comum haver proximidade física, pois o ensino das técnicas ocorre por demonstração, que é feita para o grupo de estudantes de uma única vez.</p> <p>Não sendo viável realizar demonstrações individuais respeitando o distanciamento físico que é indicado pelas autoridades sanitárias, optou-se por adequar a disciplina ao modo remoto, Foi a forma encontrada para seguir com a disciplina neste tempo juntamente com os alunos.</p> <p>Para tanto, com o uso de tecnologias e recursos digitais será possível abordar todos os conteúdos necessários de modo síncrono, para que os objetivos da disciplina sejam alcançados satisfatoriamente e as atividades são feitas pelos alunos em casa e apresentadas ao professor.</p>
	Híbrido (parte remota + parte presencial)	<p>Justificativa (motivos considerados para esta opção):</p>
Data de início das atividades:		Data prevista de término:
10/ 05/ 2021		02/ 09/ 2021

Estratégias didáticas (metodologias, infraestrutura, tecnologias, formas de mediação, interação e vinculação aos espaços) **a serem utilizadas no formato remoto de conteúdos e de atividades práticas:**

As plataformas Sigaa e Google Classroom serão os veículos principais para comunicação com os estudantes. No Classroom serão postados os materiais e atividades a serem realizados. Os comentários às atividades e todas as avaliações também ocorrerão via Classroom.

Para os encontros online será utilizado o Google Meet. Os encontros (ou aulas online) ocorrerão em semanas intercaladas, de acordo com os conteúdos abordados e o cronograma da disciplina.

Serão utilizados vídeos da plataforma Youtube e da plataforma Vimeo, arquivos em formato PDF e WORD.

Serão disponibilizadas videoaulas produzidas pela docente, como ferramenta auxiliar para a boa compreensão das técnicas e conteúdo.

Mecanismos de supervisão e avaliação a serem utilizados:

O acompanhamento das atividades será feito através da plataforma Classroom, com orientações e avaliações individuais. Durante as reuniões via Google Meet será avaliada a eficácia das metodologias e propostas de trabalho, bem como serão discutidas eventuais melhorias e adaptações.

METODOLOGIA:

- Leitura, análise e discussão de textos em diversas linguagens
- Aulas expositivas
- Discussões Orientadas
- Seminários Temáticos

As frequências serão verificadas através da assiduidade e pontualidade na resposta às atividades propostas

Local e Data:

Fortaleza, 1º de junho de 2021.

Assinatura do Professor

Aprovado em

Assinatura do Chefe de Departamento ou Diretor da Unidade Acadêmica

25/06/2021

(*) TERMO DE RESPONSABILIDADE:

Assumo inteira responsabilidade pelas informações prestadas neste Plano de Ensino (Adaptação), 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, Vice Diretor**, em 29/06/2021, às 16:33, 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 **Fernando Luís Maia da Cunha, Professor Titular-Livre Magistério Superior**, em 30/06/2021, às 17:18, 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 **1980715** e o código CRC **6F8F0EB0**.

Referência: Processo nº 23067.022516/2021-79

SEI nº 1980715