



Universidade Federal do Ceará
Instituto de Cultura e Arte
Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Identificação			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte			
1.2. Curso: Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda			
1.3. Disciplina: Laboratório de Publicidade e Propaganda	1.4. Código: ICA 1404	1.5. Caráter e regime de oferta: (Obrigatória/Semestral)	1.6. Carga Horária: 128 h/a (8 créditos)
1.7. Pré-requisito (quando houver): ICA 2030 - Atendimento e Planejamento de Comunicação			
1.8. Co-requisito (quando houver):			
1.9. Equivalências (quando houver):			
1.10. Professores (Nomes dos professores que ofertam): Glícia Maria Pontes Bezerra			
2. Justificativa			
A disciplina capacita o aluno no processo de elaboração de projetos em Comunicação. Nesse espaço, a experimentação é estimulada, especialmente através da discussão de temáticas relacionadas ao campo da publicidade a serem trabalhadas pelos alunos em campanhas publicitárias. A disciplina é dividida em três unidades, sendo a primeira de caráter teórico a respeito do processo de trabalho publicitário. A segunda e a terceira unidades têm caráter prático e consistem na criação e veiculação de campanhas publicitárias.			
3. Ementa			
Narrativa transmidiática. Estudo da inovação e dos novos cenários na prática publicitária. Análise e integração da comunicação promocional em diferentes plataformas. Planejamento, criação, produção e ativação de ação publicitária multisensorial.			
4. Objetivos – Geral e Específicos			
I – GERAL			
<ul style="list-style-type: none">• Proporcionar aos estudantes uma prática mais aprofundada das disciplinas anteriores e mais direcionadas ao mercado de trabalho, com a elaboração e veiculação de campanhas de publicidade.			
5. Bibliografia			
5.1. Bibliografia Básica			
BARBAN, Arnold M.; et al. A Essência do Planejamento de Mídia. São Paulo: Nobel, 2001. BARRETO, Roberto Menna. Criatividade em Propaganda. 12º ed. São Paulo: Summus, 2004. BIGAL, Solange. O que é Criação Publicitária. São Paulo: Nobel, 1999. CARRASCOZA, João. A Evolução do Texto Publicitário. São Paulo: Futura, 1999. MARTINS, Zeca. Redação Publicitária: a Prática na Prática. São Paulo: Atlas, 2003. CORREA, Roberto. Planejamento de Propaganda (Contato Imediato), São Paulo: Global Editora, 2002. PREDEBOM, José. Criatividade: abrindo o lado inovador da mente. São Paulo: Atlas, 2003.			

5.2. Bibliografia Complementar

PIZZINATTO, Nádya Kassouf. Planejamento de Marketing e de Mídia. Piracicaba: UNIMEP.

JOANNIS, Henri. O Processo de Criação Publicitária. 2º ed. Cetop, 1998.

VIEIRA, Stalimir. Raciocínio criativo na publicidade. Ed. Loyola, 1999.