



Serviço Público Federal
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
Pró-Reitoria de Ensino

| DISCIPLINA: Mídias | |
|--|------------------------------------|
| Vigência: a partir de 2014/1 | Período letivo: 5º semestre |
| Carga horária total: 45 h | Código: DES.062 |
| Ementa: A disciplina estuda as diferentes mídias e suas características, a convergência na produção de conteúdo e a criação adequada de projetos no contexto do design e da comunicação. Propõe o estudo de projetos publicitários e jornalísticos em mídias digitais e impressas, suas características, adequação ao público-alvo e criação de peças de acordo com as especificidades de cada projeto. | |

Conteúdos

UNIDADE I – Introdução

- 1.1 O que é mídia?
- 1.2 Características das diferentes mídias
- 1.3 Convergência de mídias

UNIDADE II – Mídia Digital e Impressa

- 2.1 Criação para mídia impressa
- 2.2 Interação do ser humano com as mídias digitais
- 2.3 Conceitos de mobilidade, portabilidade e ubiquidade
- 2.4 O design na publicidade digital

UNIDADE III – Desenvolvimento de Projeto Integrado para Mídias no Contexto do Design e da Comunicação

- 3.1 Análise e desenvolvimento de projetos gráficos integrados para diferentes mídias

Bibliografia básica

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2005.
TORRES, Claudio. **A bíblia do marketing digital**. São Paulo: Novatec, 2009.
AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Fundamentos de design criativo**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

Bibliografia complementar

BERGSTRÖM, Bo. **Fundamentos da Comunicação Visual**. São Paulo: Rosari, 2009.
CESAR, Newton. **Mídia Impressa**. Como fazer um anúncio de jornal e revista. Rio de Janeiro: 2AB, 2008.
TELLES, André. **A revolução das mídias sociais: estratégias de marketing digital para você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas**. São Paulo: M. Books, 2011.



Serviço Público Federal
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
Pró-Reitoria de Ensino

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: editora Aleph, 2011.
SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital**: internet, informação e comunicação. São Paulo: Senac, 2008.