



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular
PUBLICIDADE E MERCADOS
Ano Lectivo 2019/2020

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa (1º Ciclo)

2. Curso

MARKETING

3. Ciclo de Estudos

1º

4. Unidade Curricular

PUBLICIDADE E MERCADOS (V1013)

5. Área Científica

6. Ano curricular

2º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

1º Semestre



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

8. Tipo de aula e carga horária (tempo de trabalho)

| | |
|-------------------------|-------|
| Aulas Teóricas: | |
| Aulas Práticas: | |
| Aulas Teórico-práticas: | 30,00 |
| Orientação Tutorial: | 20,00 |

9. Créditos

6,00

10. Coordenador da Área Científica

11. Regente

Prof. Doutora VIRGINIA DA ASCENSÃO ALMEIDA MADEIRA DE GOUVEIA AVEIRO

12. Assistentes

13. Língua de ensino

Português

14. Objectivos Gerais

Ministrar conceitos e técnicas de Comunicação de Marketing e Publicidade.

15. Objectivos Específicos

Pretende-se que os alunos adquiram um conhecimento fundamental dos conceitos e técnicas de Comunicação de Marketing e de Publicidade, desenvolvendo capacidades que lhes permitam analisar, conceber e implementar um programa de Comunicação de Marketing e de Publicidade.

16. Competências a adquirir

Competências de análise, concepção e implementação de um programa de Comunicação de Marketing e de Publicidade.

17. Metodologia de ensino

O método de aprendizagem desenvolve-se de um modo lógico de uma ênfase teórica para uma ênfase prática, tem por base aulas teórico-práticas e tutoriais e inclui os seguintes instrumentos: exposições do docente, análise e discussão de casos, exercícios práticos, trabalho de pesquisa, trabalhos aplicados em grupo e apresentação de trabalhos.



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

18. Conteúdos Programáticos

- 1.A estratégia integrada de comunicação
 - O papel da comunicação em marketing
 - Mix de Comunicação
 - Fases da elaboração estratégica integrada de comunicação.
- 2.O comportamento do consumidor, o processo de compra e papéis desempenhados no processo de decisão.
3. Segmentação, Target e Posicionamento (STP)
- 4.Enquadramento legal da publicidade
- 5.Evolução histórica da publicidade no mundo e em particular em Portugal.
- 6.Aspectos sociais, éticos e económicos da publicidade
- 7.Agências de comunicação e outras organizações de comunicação de marketing
- 8.Planeamento e estratégia de meios. Objectivos e Orçamentos para o Programa de comunicação integrada de marketing.
- 9.Arquitectura de Comunicação e metodologia SOSTAC. Etapas de uma campanha publicitária

19. Métodos de Avaliação

A avaliação contínua inclui a realização de dois testes escritos, trabalhos práticos, apresentação de trabalhos e participação nas aulas.

20. Recursos Didáticos

Bibliografia recomendada
Casos de estudo
Exercícios práticos
Apresentações em powerpoint

21. Palavras Chave

Publicidade
Comunicação Integrada de Marketing
Estratégia de publicidade
Planeamento de meios
Es



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Kenneth E. Clow, Donald Baack
Título: Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications
Edição: 3ª Ano: 2007
Local: New Jersey, USA
Editora: Pearson international Edition

Autor(es): George E. Belch, Michael E. Belch
Título: Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications
Edição: 7ª Ano: 2007
Local: New York, USA
Editora:

Autor(es): KITCHEN, PJ.,
Título: Marketing Communications: Principles and Practice,
Edição: Ano: 2001
Local:
Editora: Thomson Learning.

24. Bibliografia Complementar

Autor(es): HILL, S, Rifkin,G,
Título: Radical Marketing: From Harvard to Harley, Lessons from Ten That Broke the Rules and Made It Big, Ha
Edição: Ano: 2000
Local:
Editora: Haper Collins Publishers.

Autor(es): Bernard Brochand, Pedro Dionisio, Joaquim Vicente Rodrigues, Arnaud de Baynast
Título: Publicitor - Comunicação 360° online-offline
Edição: Ano: 2010
Local: Lisboa
Editora: Dom Quixote



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

| Ficha técnica MIP | |
|--|--|
| Título | Programa da unidade curricular 'PUBLICIDADE E MERCADOS': Ano Lectivo 2019/2020 |
| Autor | Prof. Doutora VIRGINIA DA ASCENSÃO ALMEIDA MADEIRA DE GOUVEIA AVEIRO |
| Classificação | - |
| Descritores | - |
| Colaborador(es) | - |
| Data/Hora | 17-07-2019 10:08:00 |
| Formato de dados | Texto, PDF |
| Estatuto de utilização | Acesso público |
| Relação | Versão 1,0 |
| (c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2019 | |