



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular
COMPLEMENTOS DE PUBLICIDADE E MERCADOS

Ano Lectivo 2020/2021

1. Unidade Orgânica

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

2. Curso

MARKETING

3. Ciclo de Estudos

1º

4. Unidade Curricular

COMPLEMENTOS DE PUBLICIDADE E MERCADOS (V1024)

5. Área Científica

6. Ano curricular

3º

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 complementares de Comunicação de Marketing nas diversas variáveis comunicacionais

15. Objectivos Específicos

Pretende-se que os alunos adquiram um conhecimento fundamental dos conceitos e técnicas de Comunicação de Marketing complementares: de publicidade em contextos interculturais; de comunicação para alvos específicos; e de outros domínios do mix de comunicação.

16. Competências a adquirir

Competências de análise, concepção e implementação de um programa de Comunicação Integrada de Marketing e de Comunicação 360°. Elaboração de um plano de uma Campanha publicitária com o seu planeamento estratégico e criativo

17. Metodologia de ensino

O método de ensino-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 Publicidade. Principais actores
- 2-Publicidade e a criação de imagem de marca
- 3-Arquitectura de Comunicação e metodologia SOSTAC.
 - Desenvolvimento Plano de uma Campanha Publicitária
 - Etapas de uma campanha: Estudo de marketing e Comunicação; Briefing/debriefing; Estratégia de comunicação (copystrategie). Promessa. Insight. Moodboard. Tom; Estratégia criativa e de Media, Da ideia criativa à produção da campanha publicitária,
 - Avaliação da publicidade
- 4-A comunicação ao serviço da venda:
 - Publicidade, Promoções, Marketing Directo, Força de vendas, Patrocínios e Mecenato e Marketing digital
 - A comunicação ao serviço das relações com o cliente e sua fidelização.
 - As relações públicas com os media.
 - Passa Palavra (influenciadores e bloggers, as Comunidades, Viral e Buzz)

19. Métodos de Avaliação

A avaliação contínua inclui a realização de dois testes escritos, trabalhos práticos, apresentação de um trabalho (elaboração campanha) e participação nas aulas.

20. Recursos Didáticos

- Bibliografia recomendada
- Casos de estudo
- Exercícios práticos
- Apresentações em powerpoint
- Apresentação de filmes publicitários
- Apresentação de making off de campanhas

21. Palavras Chave

- Publicidade
- Comunicação Integrada de Marketing
- Comunicação Digital



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Kenneth E. Clow, Donald Baack
Título: Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications
Edição: 6ª Ano: 2013
Local: USA
Editora: Pearson

Autor(es): George E. Belch, Michael A. Belch
Título: Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective
Edição: 9th Ano: 2011
Local: USA
Editora: McGraw-Hill

Autor(es): P R SMITH
Título: Marketing Communications: An Integrated Approach,
Edição: Ano: 1995
Local: Mondon
Editora: Kogan Page

24. Bibliografia Complementar

Autor(es): Terence A. Shimp
Título: Advertising, Promotion, and Other Aspects of Marketing
Edição: 7ª Ano: 2007
Local: Mason, Ohio, USA
Editora: Thomson/South-Western

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 'COMPLEMENTOS DE PUBLICIDADE E MERCADOS': Ano Lectivo 2020/2021
Autor	Prof. Doutora VIRGINIA DA ASCENSÃO ALMEIDA MADEIRA DE GOUVEIA AVEIRO
Classificação	-
Descritores	-
Colaborador(es)	-
Data/Hora	24-07-2020 16:50:00
Formato de dados	Texto, PDF
Estatuto de utilização	Acesso público
Relação	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2020	