UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Programa da Unidade Curricular
OPÇÃO 2 - PLANIFICAÇÃO E ESTRATÉGIA DOS MEDIA

Ano Lectivo 2024/2025

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa

2. Curso

GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

3. Ciclo

1º

4. Unidade Curricular

OPÇÃO 2 - PLANIFICAÇÃO E ESTRATÉGIA DOS MEDIA (11341)

5. Área Científica

6. Ano Curricular

3º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

2º Semestre

FUNDAÇÃO MINERVA CULTURA - ENSINO E INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Rua da Junqueira, 188 a 198 - 1349-001 LISBOA - Telefone 213 611 500 - Fax 213 638 307 - e-mail: info@lis.ulusiada.pt - https://www.lis.ulusiada.pt

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 ECTS

6,00

10. Coordenador da Área Cientifica

11. Regente

Prof. Doutor JOEL FILIPE PEDROSO VAZ

12. Assistentes

Prof. Doutora MÓNICA AMÂNCIO DA SILVA BORGES

13. Língua de Ensino

Português

14. Objetivos Gerais

Esta unidade curricular tem como objetivo geral fazer uma abordagem conceptual e prática do planeamento de meios de comunicação no contexto do marketing.

15. Objetivos Específicos

1. Compreender como se organiza o mercado publicitário e os respetivos meios de difusão;
2. Entender a estrutura de um plano de meios e a sua relação com a estratégia de marketing e comunicação da marca.
3. Compreender as características de cada um dos meios e suportes, online e offline, assim como a sua importância num plano de meios.

16. Competências a adquirir

1. Definir uma estratégia de meios contemplando as suas diferentes componentes.
2. Selecionar os meios e suportes adequados à marca, ao seu contexto e aos seus públicos.
3. Analisar os resultados das ações de comunicação implementadas.

17. Metodologia de Ensino

As aulas teórico-práticas consistirão na exposição de conceitos relativos à comunicação empresarial com base na bibliografia da unidade curricular. As sessões de orientação tutorial consistirão na aplicação dos conteúdos lecionados nas aulas teórico-práticas através da realização de exercícios práticos com respetivo acompanhamento por parte do docente.

FUNDAÇÃO MINERVA CULTURA - ENSINO E INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Rua da Junqueira, 188 a 198 - 1349-001 LISBOA - Telefone 213 611 500 - Fax 213 638 307 - e-mail: info@lis.ulusiada.pt - https://www.lis.ulusiada.pt

18. Conteúdos Programáticos

1. O mercado publicitário
1.1 Os meios de comunicação na atualidade: do offline ao online
1.2 Organização do mercado publicitário
1.3 Relação anunciante/agências/meios
2. O planeamento de meios
2.1 Objetivos de comunicação
2.2 Públicos a atingir
2.3 Orçamento publicitário
3. Os meios tradicionais de difusão publicitária
3.1 Televisão
3.2 Rádio
3.3 Meios impressos
4. Meios e técnicas de comunicação de marketing
4.1 Marketing direto
4.2 Ponto de venda e promoções
4.3 Meios alternativos
5. Canais de comunicação digital
5.1 Publicidade online
5.2 Email marketing
5.3 Redes sociais

19. Métodos de Avaliação

A avaliação da unidade curricular será feita de uma forma contínua através da realização do seguinte conjunto de elementos:
- Assiduidade e participação nas aulas;
- 2 Frequências;
- 1 Trabalho de grupo.

20. Recursos Didáticos

1. Livros recomendados (Bibliografia)
2. Diapositivos partilhados pelo docente
3. Estudos de Casos
4. Moodle

21. Objetivos de Sustentabilidade

Desenvolver um olhar crítico e informado sobre a necessidade de estruturação de projetos publicitários sustentáveis, ecológicos e responsáveis.

22. Palavras Chave

Publicidade, Estratégia de Comunicação, Planificação, Publicidade Online, Publicidade Offline

FUNDAÇÃO MINERVA CULTURA - ENSINO E INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Rua da Junqueira, 188 a 198 - 1349-001 LISBOA - Telefone 213 611 500 - Fax 213 638 307 - e-mail: info@lis.ulusiada.pt - https://www.lis.ulusiada.pt

23. Bibliografia Principal

Autor(es):	FAUSTINO, Paulo		
Título:	Marketing Digital na Prática		
Edição:	1ª	Ano:	2019
Local:	Lisboa		
Editora:	Marcador		

Autor(es):	GOUVEIA, Marco		
Título:	Marketing Digital - O Guia Completo		
Edição:	1ª	Ano:	2022
Local:	Porto		
Editora:	Ideias de Ler		

Autor(es):	KATZ, Helen		
Título:	The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media		
Edição:	6ª	Ano:	2017
Local:	New York		
Editora:	Taylor & Francis		

24. Bibliografia Complementar

Autor(es):	JONGEN, Wijnand		
Título:	The End of Online Shopping		
Edição:	1ª	Ano:	2018
Local:	Amesterdão		
Editora:	World Scientific Publishing Company Pte. Limited		

Autor(es):	MARQUES, Vasco		
Título:	Redes Sociais 360		
Edição:	1ª	Ano:	2020
Local:	Lisboa		
Editora:	Actual Editora		

FUNDAÇÃO MINERVA CULTURA - ENSINO E INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Rua da Junqueira, 188 a 198 - 1349-001 LISBOA - Telefone 213 611 500 - Fax 213 638 307 - e-mail: info@lis.ulusiada.pt - https://www.lis.ulusiada.pt

UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Ficha técnica MIP / MIP Datasheet	
Título / Title	Programa da unidade curricular 'OPÇÃO 2 - PLANIFICAÇÃO E ESTRATÉGIA DOS MEDIA': Ano Lectivo 2024/2025
Autor / Author	Prof. Doutor JOEL FILIPE PEDROSO VAZ
Classificação / Classification	-
Descritores / Descriptors	-
Colaborador(es) / Colaborator(s)	-
Data Hora / Date Time	31-07-2024 19:09:00
Formato de dados / Data Format	Texto / Text, PDF
Estatuto de utilização / Usage	Acesso público / Public Access
Relação / Relation	Versão 1,0

(c) Universidade Lusíada, 2024

FUNDAÇÃO MINERVA CULTURA - ENSINO E INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Rua da Junqueira, 188 a 198 - 1349-001 LISBOA - Telefone 213 611 500 - Fax 213 638 307 - e-mail: info@lis.ulusiada.pt - https://www.lis.ulusiada.pt