UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Programa da Unidade Curricular
PUBLICIDADE E MERCADOS

Ano Lectivo 2026/2027

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa

2. Curso

MARKETING

3. Ciclo

1º

4. Unidade Curricular

PUBLICIDADE E MERCADOS (V1013)

5. Área Científica

6. Ano Curricular

2º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

1º 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

Prof. Doutora VANDA NOÉMI VERÉB

11. Regente

Prof. Doutora MÓNICA MONTES MENDES ROCHA FERREIRA

12. Assistentes

13. Língua de Ensino

Português

14. Objetivos Gerais

Compreender a publicidade enquanto instrumento estratégico de marketing e como fenómeno económico, social, cultural e criativo. Analisar a sua relação com os mercados, as marcas, os consumidores e a concorrência. Articular estratégia, criatividade, planeamento e avaliação de campanhas, promovendo uma visão crítica dos desafios éticos, tecnológicos, sociais e ambientais da comunicação publicitária.

15. Objetivos Específicos

Caracterizar mercados e analisar consumidores; aplicar segmentação, targeting e posicionamento; compreender o processo criativo, do briefing à ideia; desenvolver estratégias criativas e narrativas de storytelling; adaptar mensagens aos diferentes meios; elaborar um plano e uma campanha publicitária; definir indicadores, analisar resultados e propor melhorias; avaliar campanhas segundo critérios estratégicos, criativos, éticos e de sustentabilidade.

16. Competências a adquirir

Análise estratégica de mercados, marcas e públicos-alvo; domínio dos fundamentos da publicidade; pensamento crítico e criativo; planeamento e avaliação de campanhas; storytelling e escrita persuasiva; adaptação de conteúdos a diferentes meios; criação, apresentação e defesa de propostas publicitárias; interpretação de métricas e otimização de resultados; comunicação oral e escrita; trabalho em equipa; responsabilidade ética, social e ambiental.

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

17. Metodologia de Ensino

Metodologia teórico-prática com exposição de conceitos, análise crítica de campanhas nacionais e internacionais, estudos de caso e discussão orientada. Inclui exercícios individuais e em grupo, simulações de briefings, exploração de técnicas criativas, desenvolvimento de peças para diferentes meios e construção progressiva de uma campanha. Privilegia a aprendizagem ativa, a colaboração, o debate e a apresentação e defesa de propostas.

18. Conteúdos Programáticos

1.Publicidade, marketing e mercados: conceito, evolução, funções e integração no marketing-mix e na comunicação integrada; distinção face a outras práticas de comunicação; relação com marcas, concorrência e criação de valor.
2.Mercados, segmentação e consumidor: tipologias e dinâmica dos mercados; critérios de segmentação, targeting, posicionamento, comportamento de compra, motivações e tendências de consumo.
3.Processo criativo: briefing, problema de comunicação, insight, promessa da marca, proposta de valor, reason why, conceito criativo e alinhamento estratégico.
4.Estratégias criativas: apelos racionais, emocionais, simbólicos e humorísticos; diferenciação, demonstração, testemunho, comparação, associação, tom e personalidade de marca.
5.Storytelling: estrutura narrativa, personagens, conflito, emoção, resolução, narrativas de marca e adaptação a diferentes formatos.
6.Publicidade digital: transformação dos meios, websites, pesquisa, vídeo e redes sociais; formatos digitais, personalização, dados, interatividade, atenção, credibilidade e privacidade.
7.Imprensa: anúncios em jornais e revistas; relação entre imagem, texto, layout, hierarquia visual, headlines, slogans e chamadas à ação.
8.Televisão: linguagem audiovisual, guião, som, ritmo, edição, dramatização, impacto emocional e análise de spots.
9.Rádio e podcast: voz, música, efeitos sonoros, silêncio, escrita para áudio e adaptação ao contexto de escuta.
10.Publicidade online: websites, banners, landing pages, formatos interativos, experiência do utilizador, conversão, testes e métricas.
11.Redes sociais: conteúdos orgânicos e pagos, stories, reels, vídeos curtos, carrosséis, lives, influenciadores, comunidades e engagement.
12.Publicidade exterior e outros canais: outdoors, mupis, transportes, proximidade, experiências de marca, guerrilla marketing e comunicação omnicanal.
13.Plano de publicidade: análise de mercado e concorrência, público-alvo, objetivos, posicionamento, mensagem, estratégia criativa, meios, calendário, orçamento e indicadores.
14.Campanha publicitária: conceito criativo, mensagem central, peças para diferentes meios, coerência visual e verbal, apresentação e defesa.
15.Análise e otimização: eficácia, alcance, frequência, notoriedade, engajamento, cliques, conversões, vendas, retorno sobre o investimento e melhoria contínua.

19. Métodos de Avaliação

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

Teste individual escrito; trabalho de grupo ? plano e campanha publicitária; apresentação oral e defesa da campanha, considerando a fundamentação e a argumentação; participação, exercícios práticos e análise de campanhas em aula.

20. Recursos Didáticos

Campanhas publicitárias nacionais e internacionais para análise; estudos de caso; briefings simulados; exemplos de anúncios impressos, spots televisivos, peças de rádio e de podcast, conteúdos digitais, redes sociais e publicidade exterior; exercícios práticos e materiais de apoio ao desenvolvimento, à apresentação e à avaliação de planos e campanhas publicitárias.

21. Objetivos de Sustentabilidade

ODS 4: desenvolve o pensamento crítico, a criatividade e as competências em publicidade. ODS 5: promove a igualdade de género e combate os estereótipos. ODS 8: prepara para o mercado de trabalho e reforça a competitividade. ODS 9: aborda inovação, digitalização e IA. ODS 10: incentiva comunicação inclusiva. ODS 12: promove consumo responsável e combate o greenwashing. ODS 13: sensibiliza para a sustentabilidade e a ação climática. ODS 16: reforça a ética, a transparência e os direitos dos consum

22. Palavras Chave

Publicidade
Marketing
Mercados
Comportamento do consumidor
Segmentação
Posicionamento
Estratég

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): Belch, G. E., & Belch, M. A.
Título: Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective
Edição: 13th Ano: 2024
Local:
Editora: McGraw-Hill
Codigo ISBN: 9781266090608

Autor(es): Clow, K. E., & Baack, D.
Título: Integrated advertising, promotion, and marketing communications
Edição: 9th Ano: 2022
Local:
Editora: Pearson
Codigo ISBN: 9781292411217

Autor(es): Altstiel, T., Grow, J. M., Augustine, D., & Jenkins, J. L
Título: Advertising creative: Strategy, copy, and design
Edição: 6th Ano: 2022
Local:
Editora: SAGE Publications.
Codigo ISBN: 9781071846650

24. Bibliografia Complementar

Autor(es):
Título:
Edição: Ano:
Local:
Editora:
Codigo ISBN:

Autor(es):
Título:
Edição: Ano:
Local:
Editora:
Codigo ISBN:

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 'PUBLICIDADE E MERCADOS': Ano Lectivo 2026/2027
Autor / Author	Prof. Doutora VANDA NOÉMI VERÉB
Classificação / Classification	-
Descritores / Descriptors	-
Colaborador(es) / Colaborator(s	-
Data Hora / Date Time	22/10/2026 16:45:00
Formato de dados / Data Format	Texto / Text, PDF
Estatuto de utilização / Usage	Acesso público / Public Access
Relação / Relation	Versão 1,0

(c) Universidade Lusíada, 2026

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