UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Programa da Unidade Curricular
COMPLEMENTOS DE PUBLICIDADE E MERCADOS

Ano Lectivo 2025/2026

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa

2. Curso

MARKETING

3. Ciclo

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

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. Doutora CHEROUK AMR ABDELHAKIM YASSIN

12. Assistentes

13. Língua de Ensino

Português

14. Objetivos Gerais

Oferecer uma perspetiva complementar sobre o conceito de Publicidade, com especial enfoque na produção de Campanhas Publicitárias.

15. Objetivos Específicos

Permitir que os alunos adquiram conhecimento sobre processos criativos, em especial no contexto da Publicidade.

16. Competências a adquirir

Desenvolver campanhas publicitárias integradas.
Aplicar estratégias criativas em diferentes meios.
Analisar a eficácia de campanhas.
Planear meios e adaptar mensagens a diferentes públicos e canais.

17. Metodologia de Ensino

Teórico-prática, com exposições teóricas e trabalhos práticos.

18. Conteúdos Programáticos

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

1. Compreender o processo criativo em publicidade
2. Explorar estratégias criativas em publicidade
3. Contar histórias em publicidade
4. Visão geral da publicidade digital e abordagens criativas
5. Criatividade nos meios de comunicação impressos: Jornais e revistas
6. Criatividade na publicidade televisiva
7. Criatividade na publicidade em rádio e podcast
8. Criatividade na publicidade online: Websites e Internet
9. Criatividade na publicidade nas redes sociais
10. Criatividade na publicidade fora de casa e noutros canais de comunicação
11. Desenvolvimento de um plano de publicidade (recapitulação)
12. Criação e desenvolvimento de uma campanha publicitária
13. Análise e otimização de campanhas

19. Métodos de Avaliação

2 Testes de Avaliação Contínua + Atividades Práticas (Desenvolvimento de Campanha Publicitária) + Assiduidade nas aulas + Avaliação Final

20. Recursos Didáticos

Projeção multimédia, análise de campanhas reais, software de edição e plataforma Moodle.

21. Objetivos de Sustentabilidade

A UC contribui para os seguintes ODS:
ODS 4: Educação de Qualidade, ao promover competências críticas e éticas aplicadas ao Publicidade;
ODS 8:Trabalho Digno e Crescimento Económico: ao promover a reflexão crítica sobre o papel da publicidade e dos mercados na criação de modelos económicos inclusivos;
ODS 12: Produção e Consumo Sustentáveis: ao sublinhar a importância da comunicação ética, da redução do consumo excessivo e da promoção de comportamentos sustentáveis.

22. Palavras Chave

Publicidade
Promoção
Comunicação
Marketing
Criatividade
Campanhas

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):	Kennteth E. Clow, Donald Baack		
Título:	Integrated Adversiting, Promotion, and Marketing Communications		
Edição:	8th	Ano:	2017
Local:	USA		
Editora:	Pearson		

Autor(es):	George E. Belch, Michael A. Belch		
Título:	Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective		
Edição:	12th	Ano:	2020
Local:	USA		
Editora:	McGraw-Hill		

Autor(es):	Luttrell, R., Emerick, S. F., & Wallace, A. A.		
Título:	Digital strategies: Data-driven public relations, marketing, and advertising..		
Edição:	1	Ano:	2022
Local:	UK		
Editora:	Oxford University Press		

24. Bibliografia Complementar

Autor(es):	Robin Landa		
Título:	Advertising by design: generating and designing creative ideas across media.		
Edição:	4th	Ano:	2021
Local:	USA		
Editora:	John Wiley & Sons.		

Autor(es):	Cherouk Amr Yassin and Ahmed		
Título:	The Influence of Ducoff's Advertising Value Model on Health Care Service Quality Perception		
Edição:	9 (2)	Ano:	2022
Local:			
Editora:	European Centre for Research, Training and Development (ECRTD)		

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 'COMPLEMENTOS DE PUBLICIDADE E MERCADOS': Ano Lectivo 2025/2026
Autor / Author	Prof. Doutora CHEROUK AMR ABDELHAKIM YASSIN
Classificação / Classification	-
Descritores / Descriptors	-
Colaborador(es) / Colaborator(s)	-
Data Hora / Date Time	26-06-2025 12:45:00
Formato de dados / Data Format	Texto / Text, PDF
Estatuto de utilização / Usage	Acesso público / Public Access
Relação / Relation	Versão 1,0

(c) Universidade Lusíada, 2025

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