

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[31821187] Publicidade [31821187] Advertising		
Plano / Plan:	Licenciatura em Marketing V3		
Curso / Course:	Licenciatura em Marketing Marketing		
Grau / Diploma:	Licenciado		
Departamento / Department:	Departamento de Gestão		
Unidade Orgânica / Organic Unit:	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu		
Área Científica / Scientific Area:	Marketing		
Ano Curricular / Curricular Year:	2		
Período / Term:	S2		
ECTS:	5		
Horas de Trabalho / Work Hours:	0132:30		
Horas de Contacto/Contact Hours:			
(T) Teóricas/Theoretical:	0000:00	(TC) Trabalho de Campo/Fieldwork:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas/Theoretical-Practical:	0019:30	(OT) Orientação Tutorial/Tutorial Orientation:	0000:00
(P) Práticas/Practical:	0039:00	(E) Estágio/Internship:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais/Practical Labs:	0000:00	(O) Outras/Others:	0000:00
(S) Seminário/Seminar:	0000:00		

Docente Responsável / Responsible Teaching

[3335] Bruno Emanuel Morgado Ferreira

Docentes que lecionam / Teaching staff

[3335] BRUNO EMANUEL MORGADO FERREIRA

[3339] NUNO FILIPE ESTEVES VIDEIRA

Objetivos de Aprendizagem

Pretende-se com a unidade curricular de Publicidade, que o aluno:

- seja capaz de compreender os conceitos relacionados com a Publicidade no contexto da política de comunicação de uma empresa/instituição;
- desenvolva programas de publicidade para um produto ou serviço no enquadramento do mix da comunicação de uma empresa/instituição;
- idealize soluções gráficas eficazes em termos dos objetivos da Publicidade;
- adquira competências na utilização de ferramentas informáticas para a criação e manipulação de elementos gráficos a utilizar num programa de Publicidade;
- desenvolva a competência crítica para a utilização criteriosa das capacidades técnicas adquiridas.

Learning Outcomes of the Curricular Unit

It is intended with the Advertising subject that the student is able to:

- understand the concepts related to Advertising in the context of an organization promotion strategy;
- develop advertising programs for a product or service within the framework of an organization promotion strategy;
- idealize effective graphic solutions to accomplish advertising goals;
- acquire skills in tools use to create and manipulate graphic elements in a Advertising program context;
- develop skills to analyze critically the acquired technical skills.

Conteudos Programáticos (Lim:1000)

I. Estratégia Publicitária

1. Definições, atuação e papel na compra/consumo
2. Publicidade e Mix de Comunicação
 - 2.1. Marketing, Comunicação e Pub.
 - 2.2. Os vários tipos de Pub.
 - 2.3. Atitudes e regulamentação da Pub.
3. Desenvolvimento de Programas Publicitários
 - 3.1. Objetivos e alvos
 - 3.2. Briefing
 - 3.3. Conceção da campanha
 - 3.4. Mensagens
 - 3.5. Suportes
 - 3.6. Orçamento e avaliação

II. Operacionalização Publicitária

1. Técnicas de composição gráfica em software de edição vetorial
2. Princípios da composição gráfica
3. Princípios para a utilização de tipografia
4. Princípios básicos de enquadramento em fotografia
5. Parâmetros básicos para a captura fotográfica
6. Técnicas de correção de imagens fotográficas em software de processamento de imagem
7. Utilização de esquemas de cor
8. Adaptação aos modelos de cor em função do suporte
9. Preparação de produtos gráficos para a impressão

Syllabus (Lim:1000)

- I. Advertising Strategy
 1. Definitions, ways of acting and role in the purchase and consumption
 2. Advertising and Communication Mix
 - 2.1. Marketing, Communication and Ads
 - 2.2. The various types of Ads
 - 2.3. Attitudes and regulations of Ads
 3. Advertising Program Development
 - 3.1. Goals and targets
 - 3.2. Briefing
 - 3.3. Campaign design
 - 3.4. Creation
 - 3.5. Media choice
 - 3.6. Budget and Evaluation
- II. Operationalizing Advertising
 1. Composition techniques in graphical vector editing software
 2. Principles of graphic composition
 3. Principles for the use of typography
 4. Basic principles of framing in photography
 5. Basic parameters for capturing photographic
 6. Correction techniques for images in software for image processing
 7. Use of color schemes
 8. Adaptation of color models regarding the media
 9. Preparation for printing graphic products
 10. Principles for the settlement of format slide presentations

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)

As aulas serão em sessões teórico-práticas e sessões de prática laboratorial.

Avaliação:

1. Avaliação Contínua [AC]:
 - Trabalhos individuais e de grupo realizados em prática laboratorial: 70%
 - Trabalhos individuais em teórico-prática: 30%

Nota: Para obter aprovação por avaliação contínua o aluno terá de ter no mínimo 9,5 valores na componente de prática laboratorial e nota mínima de 8,5 valores na teórico-prática.

2. Avaliação em Época de Recurso, Especial ou Extraordinária:
 - Exame (inclui parte teórica e prática): 100%

Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

Classes will be theoretical and practical sessions also laboratory practice.

Assessment:

1. Continuous Assessment [AC]:

- Practical Works in Practical component: 70%
- Practical Works in Teoric component: 30%

Note: For approval by continuous assessment the student must have at least 9,5 values in the component of practical work and a minimum grade of 8.5 values in teoric component.

2. Assessment Resource and special season(AE):

- Exam: 100%

Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

Ambrose, G., & Harris, P. (2008). The production manual : a graphic design handbook. Lausanne : AVA Book. [74 AMB]

Faulkner, A. & Chavez, C. (2017). Adobe Photoshop CC classroom in a book: The official training workbook from Adobe. San Francisco : Adobe Press.

Lendrevie, J., Baynast, A., Emprin, C., Rodrigues, J.V., & Dionísio, P. (2010). Publicitor - Comunicação 360º online offline. Alfragide: Dom Quixote [659.4 PUB]

Lindon, D; Lendrevie, J.; Lévy, J.; Dionísio, P.; & Rodrigues, J. (2018). Mercator 25 anos: O Marketing na Era Digital. Lisboa: Publicações D.Quixote. (ESTGV: edição de 2011 - 658.8 MER)

Powell, H., Hardy, J., & Macrury, I. (2018). The Advertising Handbook. London: Taylor & Francis.

Wood, B. (2017). Adobe Illustrator CC 2017 : Classroom in a book : The official training workbook from Adobe. San Francisco : Adobe Press.

Yakob, F. (2015). Paid Attention: Innovative Advertising for a Digital World. London: Kogan Page.

Bibliography (Lim:1000)

- Ambrose, G., & Harris, P. (2008). The production manual : a graphic design handbook. Lausanne : AVA Book. [74 AMB]
- Faulkner, A. & Chavez, C. (2017). Adobe Photoshop CC classroom in a book: The official training workbook from Adobe. San Francisco : Adobe Press.
- Lendrevie, J., Baynast, A., Emprin, C., Rodrigues, J.V., & Dionísio, P. (2010). Publicitor - Comunicação 360º online offline. Alfragide: Dom Quixote [659.4 PUB]
- Lindon, D; Lendrevie, J.; Lévy, J.; Dionísio, P.; & Rodrigues, J. (2018). Mercator 25 anos: O Marketing na Era Digital. Lisboa: Publicações D.Quixote. (ESTGV: edição de 2011 - 658.8 MER)
- Powell, H., Hardy, J., & Macrury, I. (2018). The Advertising Handbook. London: Taylor & Francis.
- Wood, B. (2017). Adobe Illustrator CC 2017 : Classroom in a book : The official training workbook from Adobe. San Francisco : Adobe Press.
- Yakob, F. (2015). Paid Attention: Innovative Advertising for a Digital World. London: Kogan Page.

Observações

«Observações»

Observations

«Observations»

Observações complementares