

Atualizado a	2023/09/13																																									
Ano Lectivo / Período	2023/24 / S2																																									
Curso	Design de Comunicação																																									
Unidade Curricular	Técnicas de Publicidade																																									
Língua de ensino	Português																																									
ECTS/tempo de trabalho (horas)	<table><tr><td>ECTS</td><td>Total</td><td colspan="9">Horas de contacto semestral</td></tr><tr><td rowspan="2">3</td><td rowspan="2">80</td><td>T</td><td>TP</td><td>PL</td><td>S</td><td>TC</td><td>E</td><td>O</td><td>OT</td><td>EC</td></tr><tr><td></td><td>30</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>10</td><td></td></tr></table>											ECTS	Total	Horas de contacto semestral									3	80	T	TP	PL	S	TC	E	O	OT	EC		30						10	
	ECTS	Total	Horas de contacto semestral																																							
	3	80	T	TP	PL	S	TC	E	O	OT	EC																															
			30						10																																	
T - Teóricas; TP - Teórico-práticas; PL - Prática-laboratorial; S - Seminário; OT - Orientação tutorial; TC - Trabalho de campo; E - Estágio; EC - Ensino Clínico; O* - Outras horas caraterizadas como Ensino Clínico ao abrigo da Diretiva nº 77/453/CEE de 27 Junho adaptada pela Diretiva 2005/36/CE;																																										
Docente Responsável/Carga letiva (consentido RGPD)	Ana Paula De Jesus Gaspar / apaulag@ipportalegre.pt																																									
[Nome completo, contacto de email]																																										
Pré-requisitos																																										
[unidades curriculares que lhe devem preceder ou competências à entrada]																																										
Objetivos de aprendizagem	A unidade curricular visa a aquisição de conhecimentos no campo da publicidade. Pretende-se um desenvolvimento de aptidões no campo da criatividade. A UC tem como objectivo a aquisição de competências no campo da cultura publicitária e sua actividade empresarial. Visa ainda aos alunos adquirirem sensibilidades ao nível da cultura visual na publicidade e promovam um sentido de comunicação visual nas campanhas de divulgação de produtos e serviços. Incluindo-se na sua aquisição de competências uma análise técnica e de enquadramento estético nos objetos criados para uma sociedade contemporânea. Pretende-se que os alunos desenvolvam conhecimentos a nível do processo de trabalho criativo bem como alertar para aspetos de carácter técnico nas áreas da publicidade tendo conhecimento do funcionamento da agência multinacional de publicidade.																																									
[Descrição dos objetivos gerais e/ou específicos] [Conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes]																																										
Objetivos de Desenvolvimento Sustentável																																										
Conteúdos Programáticos	A imagem mental criada pela publicidade e o cruzamento com áreas como a Arte, o Design e a Publicidade, resultantes de uma estrutura e cultura visual aptas ao desencadear de propostas de criação e desempenho profissional nesta área. A imagem de marca e as emoções O impacto nas operações mentais O consumo e a sedução A importância da publicidade no contexto cultural da sociedade contemporânea Uma agência multinacional de publicidade																																									
[estrutura de conteúdos a desenvolver para o total de horas previsto]																																										
Metodologias de ensino (avaliação incluída)	1 - Metodologias de ensino A metodologia aplicada visa proporcionar um ambiente de criação, estímulo de ação e de reação, desenvolver aspetos cognitivos de perceção visual, concentração e interpretação de informação escrita e visual, com acompanhamento de textos e de sessões de leitura. Sessões de enquadramento teórico e debate acerca da importância da publicidade. Apresentação de exemplos demonstrativos e sua crítica. Resolução de casos práticos e participação ativa nas aulas, exercícios práticos por aula, bem como o desenvolvimento de brainstorming adequados para o efeito. Desenvolvimento da criatividade, bem como de um espírito crítico na resolução de problemas criativos; propondo-se soluções adequadas à prática profissional do designer de comunicação e de um publicitário dinâmico.																																									
[indicar os produtos, critérios e pesos de avaliação] (máx1000 caracteres)																																										

	2 - Avaliação por frequência 1ª Oportunidade (avaliação por frequência das aulas) Realização de exercícios teórico-práticos. Componente / Peso: Componentes teórico-prática 100% 3 - Avaliação por Exame Além das exceções especificamente regulamentadas, têm acesso aos exames os alunos cuja média ponderada das diversas componentes práticas e laboratoriais seja igual ou superior a 7,0 valores. Época Normal/1.ª Oportunidade, Época de Recurso/2ª Oportunidade e Época especial As três épocas de exame possuem as mesmas características: Realização de um exercício teórico-prático. Componente / Peso: Componentes teórico-prática 100%
Bibliografia	1 - Bibliografia Principal Alexandre Melo, O Vício da Liberdade, (Clube de Criativos de Portugal), Fundação Berardo Edson Athaide, A Publicidade Segundo o Meu Tio Olavo, Notícias Livres, 1997; 659.1 THY José Martins, A Natureza Emocional da Marca, Negócio Editora; - Não existe Martine Joly, Introdução à Análise da Imagem, Edições 70, Lisboa, 2004; 7,01 JLY 2 - Bibliografia Complementar www.clubecriativos.com Pedro Dionísio, Publicitor, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1999
Situações especiais [estudantes com estatuto especial]	1 - Avaliação por frequência - Estudantes com Estatuto Especial Todos os alunos com estatuto de trabalhador-estudante, ou outro regime especial, deverão, no início do módulo, entrar em contacto com o professor a fim de marcar procedimentos para o acompanhamento dos trabalhos. 2 - Avaliação por exame - Estudantes com Estatuto Especial Além das exceções especificamente regulamentadas, têm acesso aos exames os alunos cuja média ponderada das diversas componentes práticas e laboratoriais seja igual ou superior a 7,0 valores. Época Normal/1.ª Oportunidade, Época de Recurso/2ª Oportunidade e Época especial As três épocas de exame possuem as mesmas características: Realização de um exercício teórico-prático. Componente / Peso: Componentes teórico-prática 100%