

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR EDUCAÇÃO COMUNICAÇÃO DESPORTO</p> <p>TÉCNICO GUARDA</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</p>	<p>MODELO PED.007.03</p>
---	--	-------------------------------------

<i>Curso</i>	Comunicação Multimédia						
<i>Unidade curricular (UC)</i>	Publicidade Multimédia						
<i>Ano letivo</i>	2023/2024	<i>Ano</i>	3.º	<i>Período</i>	1.º semestre	<i>ECTS</i>	5
<i>Regime</i>	Obrigatório	<i>Tempo de trabalho (horas)</i>		Total: 135	Contacto: 52,5		
<i>Docente(s)</i>	Jorge Manuel Braz Gonçalves						
<input type="checkbox"/> <i>Responsável da UC ou</i> <input checked="" type="checkbox"/> <i>Coordenador(a) Área/Grupo Disciplinar</i> <input type="checkbox"/> <i>Regente (cf. situação de cada Escola)</i>	Joaquim Manuel Fernandes Brigas						

GFUC PREVISTO

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- *Aprofundar os conhecimentos que permitam uma atuação dinâmica e interventiva na área da publicidade multimédia;*
- *Desenvolver a criatividade na produção e desenvolvimento de conteúdos gráficos e multimédia;*
- *Adquirir estratégias transversais que, associando teoria e prática, permitam conceber, desenvolver e produzir conteúdos gráficos e multimédia orientados para o mercado de trabalho;*
- *Compreender a importância da imagem, do texto, da cor, do tamanho e da composição como uma eficaz estratégia de comunicação;*
- *Desenvolver a sensibilidade para a produção gráfica através de estudos de caso de sucesso;*
- *Permitir a aprendizagem de uma ação integrada das técnicas e tecnologias da comunicação aplicadas ao processo de conceção adequado à publicidade multimédia.*

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

A comunicação e o processo de criação publicitária

Avaliar o trabalho criativo publicitário

Planeamento de meios de comunicação

Evolução e características dos meios de comunicação

Planeamento, meios e suportes

Comunicação publicitária na internet

Tipos e formatos publicitários para a web

Campanhas de comunicação publicitária na web

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR EDUCAÇÃO COMUNICAÇÃO DESPORTO</p> <p>TÉCNICO GUARDA</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</p>	<p>MODELO PED.007.03</p>
--	--	--------------------------------------

3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

Os objetivos da unidade curricular remetem para a necessidade de apreensão e aprofundamento por parte dos alunos de conhecimentos abrangentes na produção publicitária multimédia, e são concretizados através dos diferentes conteúdos programáticos apresentados. Pretende-se dotar os alunos de competências técnicas que lhes permitam desenvolver campanhas de publicidade, proporcionando aos alunos competências para identificar, caraterizar e aplicar os conceitos de publicidade multimédia.

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

Bosque, I., Vázquez, A. & Solmones, M. (2008). Dirección publicitaria/ Public Advertising. Barcelona: Editorial UOC.

Brigas, J. (2015). Publicidade Multimédia. Guia didático. Porto: Fronteira do Caos Editores Lda.

Peixoto, Fernando (2007). Técnica e Estética na Publicidade. Edições Sílabo. Lisboa. Lendrevie, J. et al. (2010) – Publicitor (7a edição). Lisboa: D. Quixote.

Pinho, J. (2003). Publicidade e vendas na Internet: técnicas e estratégias. São Paulo: Summus Editorial

Rasquilha, L. (2009). Publicidade. Lisboa, Gestãoplus Edições.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

A avaliação é um elemento essencial e integrante do processo ensino aprendizagem, considerada como um processo integral, sistemático, gradual e contínuo, de forma a proporcionar feedbacks reguladores da atividade dos alunos e do professor.

Entende-se a avaliação desta unidade curricular como um processo dinâmico e contínuo, que não se efetua apenas no final do semestre, destacando a sua dimensão formativa (participação ativa dos alunos através de dúvidas, comentários, sugestões, críticas, entre outras, reveladoras do interesse e capacidade dos mesmos relativamente aos conteúdos abordados).

Serão valorizados os seguintes aspetos:

- *participação nas aulas;*
- *empenho, esforço e evolução;*
- *criatividade e originalidade;*
- *capacidade de análise crítica e interesse demonstrado nos temas tratados;*
- *capacidade de implementação dos conceitos em exercícios práticos.*

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR EDUCAÇÃO COMUNICAÇÃO DESPORTO TÉCNICO GUARDA</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</p>	<p>MODELO PED.007.03</p>
--	--	-------------------------------------

A avaliação contínua resulta do somatório da participação ativa (10%) com a apresentação e discussão de um projeto de publicidade multimédia (50%) e um teste escrito (40%).

Nota: *Os projetos não acompanhados pelo docente, não serão avaliados. Os alunos abrangidos por legislação especial, deverão combinar com o docente nas primeiras duas semanas do semestre letivo, um plano de trabalho alternativo, na ausência do qual terão de respeitar o plano geral.*

6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UC

As aulas expositivas a lecionar visam transmitir conceitos e conteúdos fundamentais na área da publicidade multimédia. As orientações tutoriais permitirão o acompanhamento e monitorização do progresso da aquisição de conhecimentos. O trabalho de grupo destina-se a consolidar os conhecimentos e as competências adquiridas, socorrendo-se de fontes e bibliografia aconselhadas pelo docente, que promoverão também a autonomia de pesquisa.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Obrigatoriedade de dois terços das presenças (com exceção dos alunos abrangidos por legislação específica). Serão ressalvadas as ausências com justificação legal.

8. CONTACTOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Jorge Gonçalves jgoncalves@ipg.pt Gab. 2.9.

Horário de atendimento: quinta-feira 09:00-13:00.

DATA

29 de setembro de 2023

ASSINATURAS

O(A) Docente

(Prof. Adjunto Jorge Manuel Braz Gonçalves)

O(A) Coordenador(a) da Área/Grupo Disciplinar

(Prof. Coordenador Joaquim Manuel Fernandes Brigas)