

	<h2 style="margin: 0;">GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR</h2> <p style="margin: 0;">(GFUC)</p>	<p style="margin: 0;">MODELO</p> <p style="margin: 0;">PED.007.03</p>
---	--	--

<i>Curso</i>	Comunicação e Relações Públicas						
<i>Unidade curricular (UC)</i>	UC1913 – Análise Publicitária						
<i>Ano letivo</i>	2023-2024	<i>Ano</i>	2º	<i>Período</i>	2º Semestre	<i>ECTS</i>	5
<i>Regime</i>	Obrigatório	<i>Tempo de trabalho (horas)</i>		Total: 135	Contacto: 52,5		
<i>Docente(s)</i>	Fernando Luís Nunes Rodrigues						
<input type="checkbox"/> <i>Responsável</i> <input checked="" type="checkbox"/> <i>Coordenador(a) de Área Disciplinar</i> <input type="checkbox"/> <i>Regente</i>	Joaquim Manuel Fernandes Brigas						

GFUC PREVISTO

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Esta unidade curricular pretende estimular a perceção da publicidade como ferramenta de comunicação estratégica, proporcionando recursos técnicos de análise publicitária, identificar manifestações publicitárias com base em conceitos teóricos previamente estudados, entender a estrutura de uma campanha com análise de discursos publicitários, aferidos com estudo de consumidor. Pretendem-se desenvolver as seguintes competências (conhecimentos, aptidões e atitudes):

- **C1. Conhecimento e compreensão** – Desenvolver uma compreensão crítica da publicidade fornecendo aos estudantes as ferramentas e habilidades necessárias para analisar e avaliar criticamente a publicidade em suas diversas formas e contextos; explorar teorias e conceitos da publicidade analisando se as campanhas estão aliadas teorias e conceitos fundamentais que fundamentam a publicidade e sua relação com a sociedade e a cultura.
- **C2. Aptidões e aplicação de conhecimentos** – Aprender e aplicar uma variedade de técnicas de análise publicitária, incluindo pesquisa de mercado, análise semiótica, análise de conteúdo, testes de usuários, análise de tendências culturais e sociais, entre outras, provocando a prática de análise de campanhas publicitárias, aplicando as técnicas e habilidades que aprenderam para analisar campanhas publicitárias específicas, avaliando sua eficácia e impacto em diferentes públicos e contextos.
- **C3. Formulação de juízos** – Refletir sobre a ética da publicidade em várias discussões sobre a ética da publicidade, incluindo a responsabilidade social e a responsabilidade das empresas e profissionais de publicidade para com o público e a sociedade em geral.
- **C4. Competências de comunicação** – Desenvolver habilidades de comunicação e apresentação incentivando os alunos a desenvolver habilidades de comunicação eficazes e a apresentar as suas análises e conclusões de maneira clara e persuasiva, aos colegas e/ou em eventos.
- **C5. Competências de aprendizagem** – Estudar o mercado publicitário incluindo uma análise do mercado publicitário, incluindo tendências, desafios e oportunidades, bem como um estudo das principais empresas e agências de publicidade, alinhado com estudos de caso, provocando aos alunos a produção de artigos e aprendizagem de pesquisa autónoma.

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR EDUCAÇÃO COMUNICAÇÃO DESPORTO</p> <p>TÉCNICO GUARDA</p>	<p style="text-align: center;">GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</p>	<p style="text-align: center;">MODELO PED.007.03</p>
---	--	---

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Formas de manifestação da publicidade na sociedade
 - a. Gestão de marcas e Publicidade
 - b. Publicidade de Massas e Segmentação Personalizada
 - c. Ferramentas de Publicidade Online
2. Técnicas de Análise Publicitária
 - a. Análise Visual, Textual e Semântica
 - b. Análise Psicológica
 - c. Análise histórica
3. Avaliação de Eficácia Publicitária
 - a. Pesquisas de Mercado
 - i. Teste de *Recall*
 - ii. Estudos de Preferência
 - iii. Testes de Compreensão
 - iv. Testes de Atributos
 - v. Estudos de Intenção de Compra
 - b. Testes A/B
 - i. Testes de Layout
 - ii. Teste de Mensagem
 - iii. Teste de Oferta
 - iv. Teste de Segmentação
 - c. Análise de Social Media
 - i. Análise de Envolvimento
 - ii. Análise de Sentimento
 - iii. Análise de Influenciadores
 - iv. Análise de Concorrência
 - d. Métricas de Desempenho
 - i. Alcance
 - ii. Impressões
 - iii. Taxa de Cliques (CRT)
 - iv. Taxa de Conversão
 - v. Custo por Clique (CPC)
 - vi. Custo por Aquisição (CAC)
 - vii. Retorno sobre o Investimento (ROI)
 - e. Testes de Reconhecimento
 - i. Visual
 - ii. Áudio
 - iii. Nome
 - iv. Embalagem
4. Ferramentas de análise de publicidade
 - a. Neuromarketing – Eye-Tracking e outros
 - b. Análise de Expressões Faciais
 - c. Estudos Psicométricos
 - d. Questionários e estudos de opinião
 - e. Focus-Group, Brainstorming e Brainwriting
 - f. Testes Cegos com análise comparativa
 - g. Testes Piloto e Testes atencionais

<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>
--	--	-------------------------------------

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 análise publicitária, e são concretizados através dos diferentes conteúdos programáticos apresentados. Pretende-se fornecer as ferramentas adequadas à descodificação da linguagem publicitária através da análise prática de anúncios, preparando os alunos para uma literacia visual qualificada.

Também se pretende que os alunos apreendam as ferramentas publicitárias atuais, com foco na implementação prática e a cultura de investigação académica, incentivando a uma atitude de rigor na análise publicitária com espírito crítico no processo de melhoria contínua da publicidade.

Pretende-se assim que o aluno trabalhe as competências no programa, da seguinte forma:

1. Formas de manifestação da publicidade na sociedade (C1, C3, C5)
2. Técnicas de Análise Publicitária (C1, C2, C3, C5)
3. Avaliação de Eficácia Publicitária (C1, C2, C5)
4. Ferramentas de análise de publicidade (C2, C3, C4, C5)

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

- Altstiel, T.; Grow, J.; Augustine, D. & Jenkins, J. (2023). *Advertising Creative: Strategy, Copy, Design*. Thousand Oaks: California: SAGE Publishing, Inc.. (6ª Edição).
- Caetano, J.; Marques, H. e Silva, C. (2011). *Publicidade. Fundamentos e Estratégias*. Lisboa: Escolar Editora
- Rodrigues, F., Diogo, J. & Oliveira, M. (2015). *Princípios de Neuromarketing*. Viseu: PsicoSoma Editora.
- Rodrigues, F., Diogo, J. & Jorge, V. (2012). *Porque é que o Marketing é Sexy e Inteligente*. Viseu: PsicoSoma Editora.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- Andrews, M., Leeuwen, M. and Baaren, R. (2014). *Hidden Persuasion: 33 Psychological Influences Techniques in Advertising*. Amsterdam: BIS Publishers.
- Gonzales, L. (2003). *Linguagem Publicitária. Análise e Produção*. São Paulo: Arte e Ciência Editora.
- Lendrevie, J.; Baynast, A.; Dionísio, P. e Rodrigues, J. (2010). *Publicitor*. Alfragide: Publicações D. Quixote.

<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>
---	--	-------------------------------------

- Ogilvy, D. (2010). *Confissões de um Publicitário - Conselhos, lições e segredos do guru da publicidade do século XX*. Coimbra: Almedina.
- Peixoto, F. (2007). *Técnica e Estética na Publicidade*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Rasquilha, L. (2009). *Publicidade : fundamentos, estratégias, processos criativos, planeamento de meios e outras técnicas de comunicação*. Lisboa: Gestãoplus.
- Torres, E. (2006). *Anúncios à Lupa*. Lisboa: Editorial Bizâncio Lda.
- Torres, E. (2008). *Mais anúncios à Lupa*. Lisboa: Editorial Bizâncio Lda.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

A disciplina será dirigida em metodologia de projeto de investigação. Assim, serão criados grupos de trabalho (na avaliação contínua) que devem elaborar uma investigação de análise publicitária que resultará num pequeno artigo a submeter para publicação e/ou poster.

Aulas teórico-práticas que compreendem:

- Métodos expositivos seguidos da aplicação de exemplos na abordagem dos conteúdos programáticos (C1, C2, C3);
- Resolução de case-studies e exercícios como suporte de aprendizagem dos conceitos teóricos apresentados (C3, C4, C5);
- Aprendizagem participativa onde os alunos desenvolvem aplicações, projetos e investigações (C3, C4, C5);
- Aplicação de escalas e utilização de instrumentos de avaliação publicitária (C2, C3, C4, C5);
- Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas);
- Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução de case studies) (C3, C5);
- Análise de dados recolhidos em questionários e avaliações de consumo (C2, C3, C4, C5);
- E-aprendizagem (Material relativo à UC) (C5);
- Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2, C3)

AVALIAÇÃO CONTÍNUA (PERIÓDICA):

- Trabalho Investigação de Grupo de 2 pessoas (80%)

A nota do trabalho será:

- 20% - Conhecimentos teóricos (conteúdos do programa)
- 20% - Capacidade de redação de artigo científico (com regras estrutura e formatação)
- 20% - Metodologia de Análise Publicitária (descrição do procedimento)

<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>
--	--	-------------------------------------

- 20% - Conclusões, Análise Crítica e Sugestões Futuras

- 20% - Apresentação Oral (3 momentos – 5% Projeto de investigação, 5% Dados Preliminares, 10% Final)

- Submissão de artigo a revista indexada especializada E/OU publicação de Poster E/OU Comunicação Oral em Congresso/Seminário/Encontro (10%)

- Participação/Assiduidade (10%) – Fóruns, Aulas e Debates

A nota a atribuir será a seguinte:

- Não participou ou tem mais de $\frac{2}{3}$ de faltas nas aulas – 0;

- Participou apenas 1 vez nos debates – 5;

- Participou algumas vezes, mas apenas nos fóruns – 10;

- Participou várias vezes nos fóruns e nas aulas, tendo menos de 3 faltas – 15;

- Participou constantemente nos fóruns e nas aulas, com menos que 1 falta e dando com sugestões pessoais – 20

AValiação Final (EXAME ÉPOCA NORMAL)*

Exame escrito individual – 100%

Avaliação Final (Época de Recurso)

Exame escrito individual – 100%

Avaliação Final (Mensal ou Especial)

Exame escrito individual – 100%

* A pedido do aluno, o artigo realizado no trabalho, pode realizar média com a nota por avaliação Final de época normal.

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

As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:

Presencial (Aulas teórico-práticas):

- Métodos expositivos seguidos da aplicação de exemplos na abordagem dos conteúdos programáticos (C1, C2, C3);
- Resolução de case-studies e exercícios como suporte de aprendizagem dos conceitos teóricos apresentados (C1, C2, C3, C4, C5);

<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>
--	--	-------------------------------------

- Aprendizagem participativa onde os alunos desenvolvem capacidade de pesquisa autónoma e habilidades de investigação (C1, C2, C3, C4, C5).

Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas) (C1, C2, C3, C4, C5)

Autónoma (Trabalho de Grupo e Auto-Estudo)

- Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução de estudos de caso) (C1, C2, C3, C4, C5);
- Trabalho de Grupo (C3, C4, C5);
- E-aprendizagem (Material relativo à UC) (C1, C2, C3, C4, C5);
- Apresentação oral do Trabalho (C1, C2, C3, C4, C5).

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Os alunos que optarem pelo regime de avaliação contínua, terão que ter uma **assiduidade mínima** obrigatória **de 2/3 das aulas lecionadas**, à exceção dos alunos com regime legal de exceção, devendo, no entanto, cumprir os mesmos prazos de avaliações. A assiduidade é relevada na avaliação contínua.

8. CONTACTOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Docente: Fernando Luís Nunes Rodrigues

Email: fernando.rodrigues@ipg.pt

Telefone: 965623708

Horário de Atendimento: Gab. 47 (ESTG) - Terça-feira e Quinta-feira das 12:00-13:00

<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>
--	--	-------------------------------------

DATA

1 de fevereiro de 2024

ASSINATURAS

Docente

(Fernando Luís Nunes Rodrigues)

Coordenador da Área de Comunicação

(Joaquim Fernandes Brigas)