

	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)	MODELO PED.007.03
---	---	-----------------------------

<i>Curso</i>	Comunicação e Relações Públicas						
<i>Unidade curricular (UC)</i>	Produção Publicitária						
<i>Ano letivo</i>	2023-2024	<i>Ano</i>	3.º	<i>Período</i>	2.º semestre	<i>ECTS</i>	4
<i>Regime</i>	Obrigatório	<i>Tempo de trabalho (horas)</i>		Total: 108	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 produção publicitária.

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 produção publicitária.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Os intervenientes no processo da comunicação publicitária

O planeamento estratégico como base de toda a construção comunicacional

A relevância da criatividade numa campanha de comunicação

A produção publicitária: processos, meios e ferramentas

Modelos de avaliação

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, 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-lhes capacidades para identificar, caracterizar e aplicar os conceitos de produção publicitária.

	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)	MODELO PED.007.03
---	---	-----------------------------

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

Alonso, X. (2003). Introduccion à Produccion Publicitaria en Medio Audiovisuais. Servicio de Publicacións Universidade de Vigo. Espanha.

Bosque, Ignacio, Vázquez, Ana & Solmones, Maria (2008). Direccion publicitaria/ Public Advertising. Editorial UOC. Barcelona.

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

Caetano, J.; Marques, H. e Silva, C. (2011). Publicidade. Fundamentos e Estratégias. Escolar Editora. Lisboa. Portugal.

Lendrevie, J.; Baynast, A.; Dionísio, P. e Rodrigues, J. (2010). Publicitor. Publicações D. Quixote. Alfragide. Portugal.

Peixoto, Fernando (2007). Técnica e Estética na Publicidade. Edições Sílabo. Lisboa.

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

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.

A avaliação contínua resulta do somatório da participação ativa (10%) com a apresentação e discussão de um projeto de produção publicitária (50%) e um artigo científico (40%).

Nas épocas de exame (normal e de recurso) será realizada uma prova escrita (100%) sobre os conteúdos lecionados.

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

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

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

Terça-feira 14:30-17:30

DATA

1 de março de 2024

ASSINATURAS

O(A) Responsável pela Área/Grupo Disciplinar

(Prof. Coordenador Joaquim Manuel Fernandes Brigas)

O(A) Docente

(Prof. Adjunto Jorge Manuel Braz Gonçalves)