	<b>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</b>	<b>MODELO</b> PED.007.03
---	---	-----------------------------

<i>Curso</i>	<b>Comunicação e Relações Públicas</b>						
<i>Unidade curricular (UC)</i>	<b>Produção Publicitária</b>						
<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.*

	<b>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</b>	<b>MODELO</b> 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><b>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</b></p>	<p><b>MODELO</b> 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](mailto: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)