

Curso

Teoria da Publicidade





## Curso

### Teoria da Publicidade

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 6 ECTS
- » Horário: Ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: [www.techtitute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso/curso-teoria-publicidade](http://www.techtitute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso/curso-teoria-publicidade)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 12*

04

Metodologia

---

*pág. 16*

05

Certificação

---

*pág. 24*

01

# Apresentação

O Curso de Teoria da Publicidade oferece aos jornalistas uma visão geral do sistema publicitário: os seus atores, processo criativo, planeamento e potenciais efeitos sociais. Esta capacitação destina-se a especializar os profissionais do jornalismo neste âmbito e a promover o setor, as técnicas e as últimas tendências.



Coca-Cola



“

*Torne-se num excelente jornalista e aprenda a contar histórias que aproximem os consumidores dos seus produtos ou serviços”*

Os estudos de jornalismo são um dos mais procurados em todas as universidades, uma vez que esta profissão tem uma grande influência na população e ganhou grande destaque desde os seus primórdios. O jornalismo abrange diferentes ramos: social, cultural, económico, desportivo, internacional, eventos, conflitos, etc. Por isso, é necessário que os profissionais deste setor se especializem para poderem contar as histórias da forma mais adequada a cada caso.

Além disso, a transmissão de informações pode ser efetuada através de diferentes meios. Especificamente, este Curso tem como objetivo formar os alunos em Teoria da Publicidade. Para o fazer, é necessário adquirir uma série de competências que permitam pôr em prática tudo o que foi aprendido.

O plano de estudos aborda os fundamentos e a história da publicidade, os seus protagonistas (anunciantes, agências e destinatários), o processo de criação publicitária e os meios de comunicação através dos quais esta pode ser realizada. Esta informação é complementada por uma série de histórias de sucesso para facilitar a sua compreensão.

Este Curso é o mais completo e orientado para que o profissional da área do jornalismo e da comunicação atinja um nível superior de desempenho com base nos fundamentos e nas últimas tendências em publicidade. Aproveite a oportunidade e torne-se num profissional com bases sólidas através deste Curso e da mais recente tecnologia educativa 100% online.

Este **Curso de Teoria da Publicidade** conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em teoria da publicidade
- ♦ O seu conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático fornece informações científicas e práticas sobre as disciplinas essenciais para a prática profissional
- ♦ Os exercícios práticos em que o processo de autoavaliação pode ser utilizado para melhorar a aprendizagem
- ♦ O seu foco especial em metodologias inovadoras em teoria da publicidade
- ♦ O sistema de aprendizagem interativo baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre as situações propostas
- ♦ As lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à internet



*Este Curso permitir-lhe-á desenvolver as suas competências e tornar-se num jornalista de sucesso"*

“

*Este Curso é perfeito para saber como contar a história que quer contar e fazê-lo de uma forma profissional”*

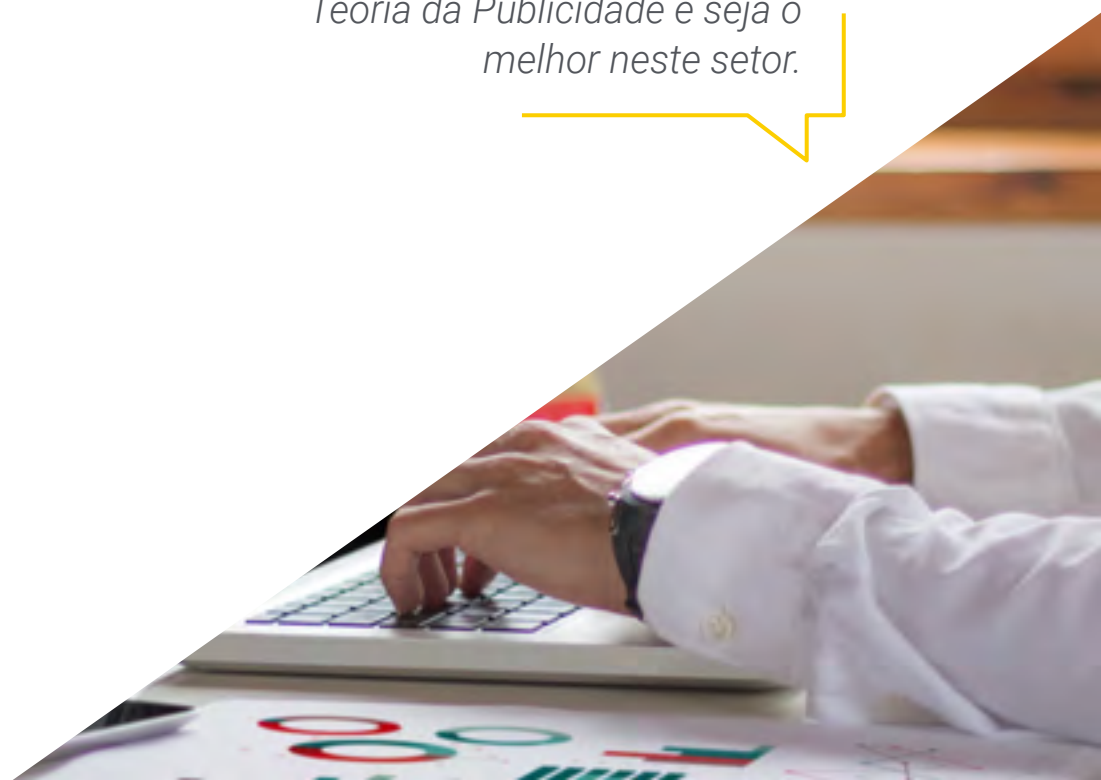
O seu corpo docente inclui profissionais da área do jornalismo que contribuem com a sua experiência profissional, bem como especialistas reconhecidos de empresas líderes e universidades de prestígio.

Os seus conteúdos multimédia, desenvolvidos com a mais recente tecnologia educativa, permitirão ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma aprendizagem imersiva programada para praticar em situações reais.

A estrutura deste Curso centra-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, na qual o aluno deverá tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que lhe sejam apresentadas. Para tal, o profissional será auxiliado por um sistema inovador de vídeos interativos criados por especialistas com vasta experiência reconhecidos em teoria da publicidade.

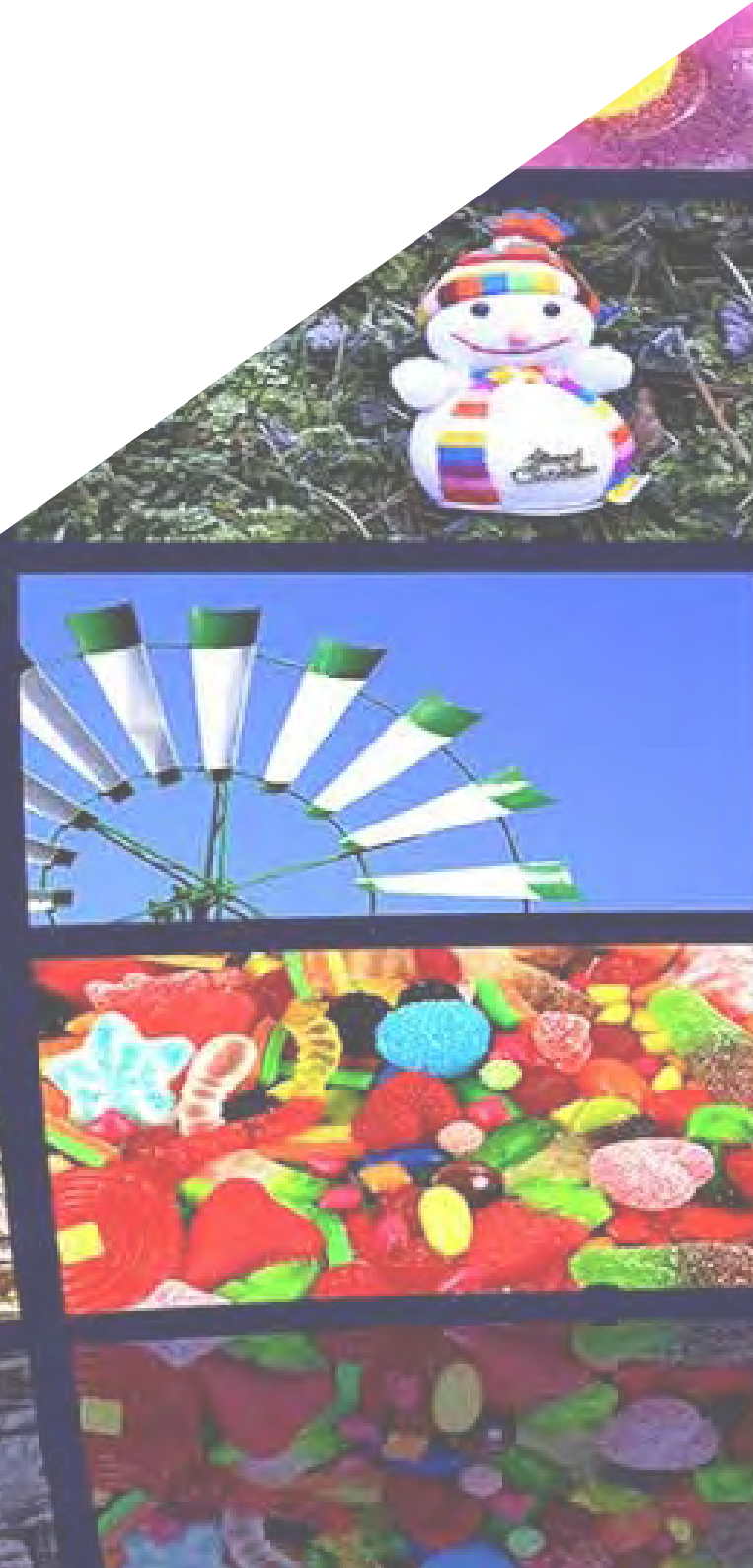
*Não perca a oportunidade de aumentar as suas competências em Teoria da Publicidade.*

*Conheça as últimas tendências em matéria de Teoria da Publicidade e seja o melhor neste setor.*



# 02 Objetivos

Este Curso destina-se a profissionais do jornalismo para que possam adquirir as ferramentas necessárias para se desenvolverem neste campo específico, conhecendo as últimas tendências e aprofundando os temas que constituem a vanguarda desta área.







“

*O Curso de Teoria da Publicidade permitir-lhe-á especializar-se neste vasto setor da comunicação”*



## Objetivo geral

- Compreender as teorias da publicidade, marketing, relações públicas e comunicação empresarial

“

Matricule-se no melhor Curso sobre a Teoria da Publicidade no panorama universitário atual”





## Objetivos específicos

---

- ♦ Conhecer a origem, evolução e impacto económico e social da publicidade
- ♦ Saber descrever a estrutura das agências de publicidade
- ♦ Conhecer os princípios básicos da publicidade e do marketing
- ♦ Delinear cada uma das funções de gestão da empresa de informação, destacando as suas principais aplicações

03

# Estrutura e conteúdo

A estrutura dos conteúdos foi concebida por uma equipa de profissionais do jornalismo conscientes da relevância da atualidade da especialização para poder aprofundar na área do conhecimento para realizar um trabalho de qualidade profissional através das novas ferramentas disponíveis.



“

*Este Curso de Teoria da Publicidade conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado”*

## Módulo 1. Teoria da Publicidade

- 1.1. Fundamentos da publicidade
  - 1.1.1. Introdução
  - 1.1.2. Noções básicas de publicidade e marketing
    - 1.1.2.1 O marketing
    - 1.1.2.2. A publicidade
  - 1.1.4. Publicidade, relações públicas e propaganda
  - 1.1.5. Dimensões e alcance social da publicidade contemporânea
  - 1.1.6. Publicidade de sucesso: KFC
- 1.2. História da publicidade
  - 1.2.1. Introdução
  - 1.2.2. Origem
  - 1.2.3. A Revolução Industrial e a publicidade
  - 1.2.4. O desenvolvimento do setor da publicidade
  - 1.2.5. A publicidade no mundo da internet
  - 1.2.6. Publicidade de sucesso: caso Coca-Cola
- 1.3. A publicidade e os seus protagonistas I: o anunciante
  - 1.3.1. Introdução
  - 1.3.2. Como funciona o setor da publicidade
  - 1.3.3. Tipos de anunciantes
  - 1.3.4. A publicidade no organigrama da empresa
  - 1.3.5. Publicidade de sucesso: caso Facebook
- 1.4. A publicidade e os seus protagonistas II: as agências de publicidade
  - 1.4.1. Introdução
  - 1.4.2. A agência publicitária: profissionais da comunicação publicitária
  - 1.4.3. A estrutura organizativa das agências publicitárias
  - 1.4.4. Tipos de agências publicitárias
  - 1.4.5. A gestão dos honorários nas agências de publicidade
  - 1.4.6. Publicidade de sucesso: Nike
- 1.5. A publicidade e os seus protagonistas III: o destinatário da publicidade
  - 1.5.1. Introdução
  - 1.5.2. O destinatário da publicidade e o seu contexto
  - 1.5.3. O destinatário da publicidade enquanto consumidor
  - 1.5.4. Necessidades e desejos na publicidade
  - 1.5.5. Publicidade e memória: sobre a eficácia da publicidade
  - 1.5.6. Publicidade de sucesso: caso Ikea
- 1.6. O processo de criação publicitária I: do anunciante aos meios de comunicação
  - 1.6.1. Introdução
  - 1.6.2. Aspetos preliminares do processo de criação publicitária
  - 1.6.3. O *brief* de publicidade ou *brief* de comunicação
  - 1.6.4. A estratégia criativa
  - 1.6.5. Estratégia de meios de comunicação
    - 1.6.5.1. Publicidade de sucesso: Apple
- 1.7. O processo de criação publicitária II: criatividade e publicidade
  - 1.7.1. Introdução
  - 1.7.2. Fundamentos do trabalho criativo dos publicitários
  - 1.7.3. A criatividade publicitária e o seu estatuto comunicativo
  - 1.7.4. O trabalho criativo em publicidade
  - 1.7.5. Publicidade de sucesso: caso Real Madrid
- 1.8. O processo de criação publicitária III: ideação e desenvolvimento do manifesto publicitário
  - 1.8.1. Introdução
  - 1.8.2. A conceção criativa e a estratégia
  - 1.8.3. O processo de conceção criativa
  - 1.8.4. Os dez caminhos básicos da criatividade segundo Luis Bassat: os géneros publicitários
  - 1.8.5. Os formatos publicitários
  - 1.8.6. Publicidade de sucesso: McDonald's



- 1.9. Planeamento de meios publicitários
  - 1.9.1. Introdução
  - 1.9.2. Os meios e o planeamento
  - 1.9.3. Os meios publicitários e a sua classificação
  - 1.9.4. Ferramentas para o planeamento dos meios de comunicação
  - 1.9.5. Publicidade de sucesso: Pepsi
- 1.10. Publicidade, sociedade e cultura
  - 1.10.1. Introdução
  - 1.10.2. A relação entre publicidade e sociedade
  - 1.10.3. Publicidade e emoções
  - 1.10.4. Publicidade, temas e coisas
  - 1.10.5. Publicidade de sucesso: Burger King

“

*Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional”*

04

# Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.





“

*Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”*

## Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

*Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”*



*Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.*



### Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.



*O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira"*

*O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.*

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

## Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

*Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.*

Na TECH aprende-se com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso curso, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Por isso, combinamos cada um destes elementos de forma concêntrica. Com esta metodologia formamos mais de 650000 alunos com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como Bioquímica, Genética, Cirurgia, Direito Internacional, Competências de Gestão, Ciências Desportivas, Filosofia, Direito, Engenharias, Jornalismo, História ou Mercados e Instrumentos Financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

*O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua especialização, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.*

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso curso estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.

Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



#### Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



#### Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializados.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



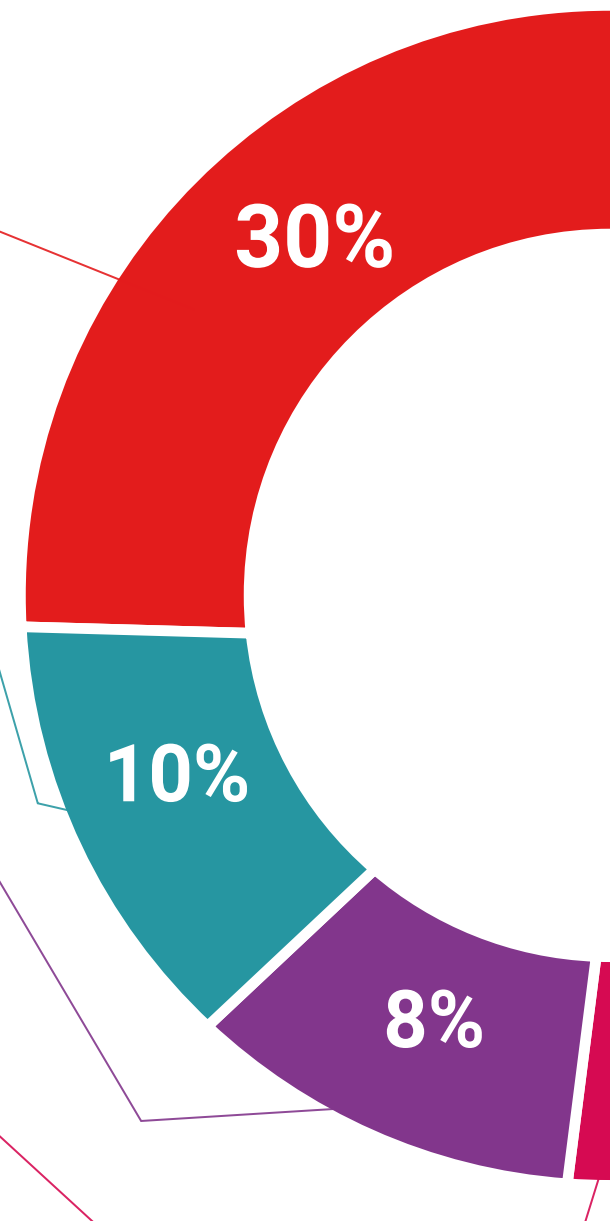
#### Práticas de aptidões e competências

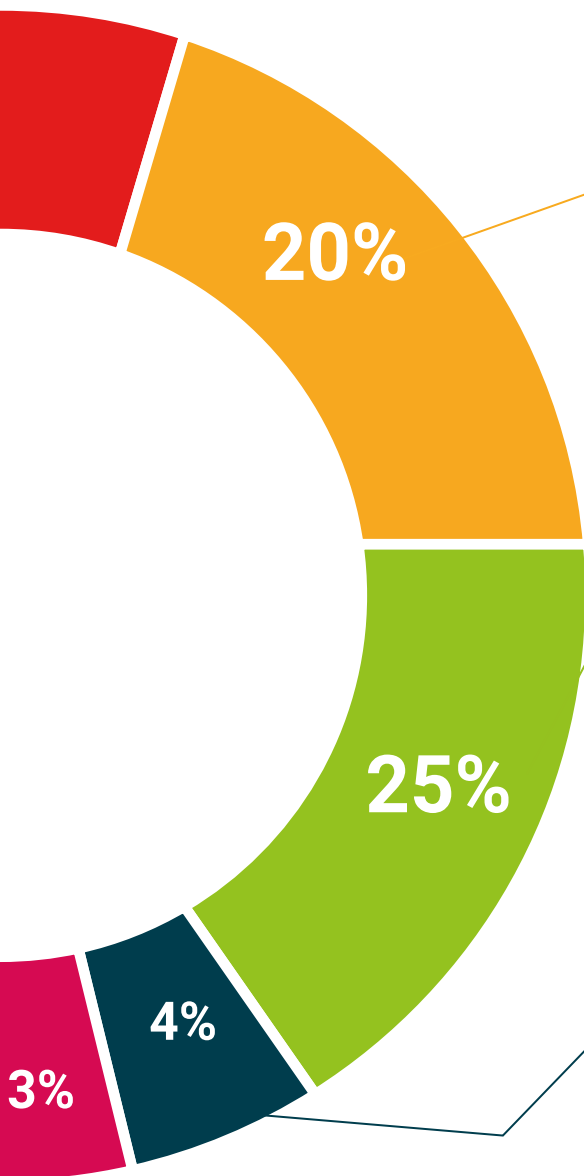
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



#### Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação.





**Case studies**

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas na cena internacional.



**Resumos interativos**

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



**Testing & Retesting**

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



05

# Certificação

O Curso de Teoria da Publicidade garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um certificado de Curso emitido pela TECH Universidade Tecnológica.





“

*Conclua este plano de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”*

Este **Curso de Teoria da Publicidade** conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de recepção, o certificado\* correspondente ao título de **Curso** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Curso, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Curso de Teoria da Publicidade**

ECTS: **6**

Carga horária: **150 horas**



\*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro  
saúde confiança pessoas  
informação orientadores  
educação certificação ensino  
garantia aprendizagem  
instituições tecnologia  
comunidade comunidade  
atenção personalizada  
conhecimento inovação  
presente qualificação  
desenvolvimento situação

**tech** universidade  
tecnológica

## Curso

### Teoria da Publicidade

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 6 ECTS
- » Horário: Ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso

Teoria da Publicidade

What  
happens  
on your  
iPhone,  
stays  
on your  
iPhone.

[apple.com/privacy](http://apple.com/privacy)

