



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Seminário de Publicidade e Marketing

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Advertising and Marketing Seminar

SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

EPM

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

108h

HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

S - 30h

% HORAS DE CONTACTO A DISTÂNCIA / % REMOTE CONTACT HOURS

Sem horas de contacto à distância/No remote hours



ECTS

4 ECTS

DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Henrique Silva

15 horas

RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):

Henrique Silva

15 horas

OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Manuel Batista - 15 horas

Alexandra Miguel - 30 horas

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

Manuel Batista - 15 hours

Alexandra Miguel - 30 hours



OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

Esta unidade curricular pretende que o aluno conheça as realidades profissionais inerentes às áreas da Publicidade e do Marketing. Pretende-se que os alunos adquiram conhecimentos introdutórios e perceções da respetiva realidade profissional, nas áreas da Publicidade e Marketing.

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

This course has been designed to provide students with the knowledge of the professional realities in the Advertising and Marketing fields. It is intended that students acquire introductory knowledge and perceptions of relevant technical professional reality in the Advertising and Marketing areas.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Seminários com oradores vindos de empresas presentes em vários sectores de atividade.

SYLLABUS:

Seminars with speakers from companies working in different activity sectors.

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

Objetivos: Conhecimento por parte do aluno dos vários aspetos da realidade profissional nas áreas da publicidade e do marketing.

Conteúdo: Oradores de diversas organizações nas áreas da publicidade e marketing apresentam a sua realidade profissional incluindo aspetos relacionados com mercados onde atuam, estratégias e decisões tomadas, funções e atividades do profissional na área.



DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

Objectives: Knowledge by students of the various aspects of the professional realities in the areas of advertising and marketing.

Syllabus: Speakers from various organizations in the areas of advertising and marketing present their professional reality including aspects related to markets where they operate, strategies and decisions, functions and activities of the professional in the area.

METODOLOGIAS DE ENSINO:

Metodologia expositiva com componente de discussão em aula, através de seminários com oradores que são profissionais na área da publicidade e marketing, havendo no final da apresentação sessões de perguntas e respostas sobre a realidade profissional apresentada.

TEACHING METHODOLOGIES:

The teaching methodology is expositive through seminars with speakers who are professionals in advertising and marketing. At the end of the session there is a class discussion and students are able to interact with the speaker.

AVALIAÇÃO

A avaliação é periódica e inclui 2 (duas) avaliações críticas:

- Avaliação crítica individual sobre o tema de um Seminário: 50%;
- Avaliação crítica em grupo (de dois alunos) sobre o tema de um Seminário: 50%.

Assiduidade: Presença obrigatória em pelo menos 7 (sete) Seminários.



EVALUATION

The evaluation is periodic and includes 2 (two) critical review works:

- Individual critical review work based on one of the seminars: 50%;
- Group (2 students) critical review work based on one of the seminars: 50%;

Class Attendance: Mandatory attendance at a minimum of 7 (seven) Seminars.

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

Objetivos: Conhecimento por parte do aluno dos vários aspetos da realidade profissional nas áreas da publicidade e do marketing.

Metodologia: Metodologia expositiva com componente de discussão em aula, através de seminários com oradores que são profissionais na área da publicidade e marketing, havendo no final da apresentação sessões de perguntas e respostas sobre a realidade profissional apresentada.

DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

Objectives: That the student achieves a good degree of knowledge about the various aspects of real practice in the areas of advertising and marketing.

Methodology: The teaching methodology is expositive through seminars with speakers who are professionals in advertising and marketing. At the end of the session there is a class discussion and students are able to interact with the speaker.

BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL: MAIN BIBLIOGRAPHY:

Apresentações e bibliografia fornecidas pelos oradores e outros materiais de suporte ao trabalho de investigação./ Presentations and specific bibliography provided by the speaker and other materials to support the research work.



OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) / SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)

12 - Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis / 12 - Ensure sustainable consumption and production patterns

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

OBSERVATIONS