



Aprendizagens partilhadas



Miguela Fernandes

Agrupamento de Escolas da Batalha

Albergaria-a-velha, 21 de novembro de 2015



Curso: Publicidade - Conceitos fundamentais

Unidade	Data de realização (2015)
1 – Tu e a publicidade	23 a 29 janeiro
2 – O conteúdo de um anúncio	30 janeiro a 5 fevereiro
3 – Brincar aos anúncios	6 a 12 fevereiro
4 – Anúncios que vendem produtos e ideias	13 a 26 fevereiro (carnaval)
5 – Aprender a linguagem dos anúncios televisivos	27 fevereiro a 5 de março
6 – Vender através de um anúncio de televisão	6 a 12 março
7 – Criar o teu anúncio televisivo	13 a 19 março
8 – Como se faz um anúncio	20 a 31 março (pascoa)
9 – Vender celebridades	10 a 16 abril
10 – Quando os anúncios não respeitam as regras	17 a 23 abril
11 – Filmes e produtos	24 a 30 abril
12 – A controvérsia em torno da publicidade	1 a 7 de maio

http://www.mediasmart.com.pt/MediaSmart_app/story.html

Curso: **Objetivos**

- Sensibilizar os formandos para o impacto e os objetivos associados à publicidade;
- Motivar para a **análise crítica** das **mensagens publicitárias**, levando a que os docentes preparem as crianças para fazerem escolhas informadas;
- Fornecer **instrumentos de análise e interpretação** que permitam fazer a leitura das funções de comunicação da mensagem publicitária, no contexto das suas vidas diárias;
- Desenvolver capacidades de leitura, compreensão, apresentação e discussão de ideias e pontos de vista;
- Fornecer **ferramentas de construção de mensagens publicitárias**.

Curso: **Motivação**

- Tema interessante e muito atual;
- Em regime de e-Learning;
- Lecionar uma turma de Curso Vocacional de Lojista: podia ser uma mais-valia para a aprendizagem dos alunos;

Curso: Suporte

➤ Com um tutor sempre presente para acompanhar o desempenho dos formandos, motivar, dar feedback e prestar o seu auxílio sempre que necessário.

- Professor Doutor José Lagarto, da Universidade Católica Portuguesa
- Dra. Susana Paiva, Assistente de Marketing e Comunicação na APAN - Associação Portuguesa de Anunciantes



My home ▶ My courses ▶ 2014/2015-1ºSemestre ▶ Publicidade - Conceitos Fundam. (23C139020143)

UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

NAVIGATION

- My home
 - Site home
 - Site pages
 - My profile
 - Current course
 - Publicidade - Conceitos Fundam. (23C139020143)**
 - Participants
 - Publicidade - Conceitos Fundamentais
 - Unidade 1 - Tu e a publicidade
 - Unidade 2 - O conteúdo de um anúncio
 - Unidade 3 - Brincar aos anúncios
 - Unidade 4 - anúncios que vendem produtos e ideias
 - Unidade 5 - Aprender a linguagem dos anúncios tele...
 - Unidade 6 - Vender através de um anúncio de televi...
 - Unidade 7 - Criar um anúncio de TV
 - Unidade 8 - Como se faz um anúncio (20 a 31 março)
 - Apenas para vos desejar Boa Páscoa
 - Unidade 9 - Vender celebridades (10 a 16 de Abril)

Publicidade - Conceitos Fundamentais



Sejam bem vindos ao nosso curso.

A nossa equipa de tutores vai acompanhá-lo neste seu percurso e criar as melhores condições de aprendizagem. Contamos com a sua ajuda.

Nestes próximos dias leiam o Guia Geral do Curso e o Guia do Formando.

Façam a vossa apresentação no Fórum respectivo e coloquem as dúvidas no Fórum de dúvidas.

Bom Curso!

Podem começar por ver isto:

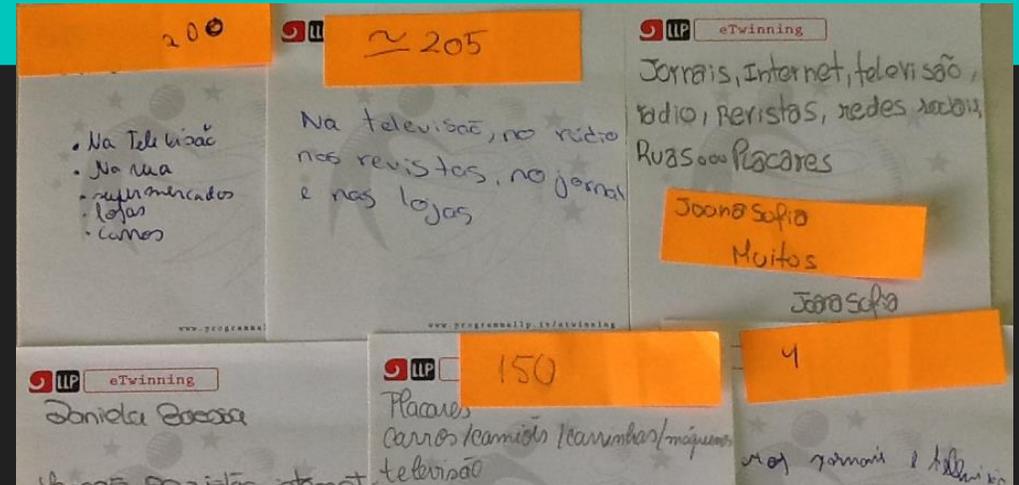
Entrar no Moodle





Unidade 1 - A Publicidade à nossa volta

- Partilhar ideias de como podiam as lojas pensar em fazer publicidade acerca da sua existência e respetivos produtos.
- Pensarem na quantidade de publicidade que veem diariamente



Vamos pensar em quantos anúncios vêm por dia?

Filipa Correia 7oC no9 Eu vejo anúncios em todo o lado, por isso vejo mais de mil por dia.	carolina couto 1 <3 HORSES Nao faco a minima de quantos anuncios vejo por dia sao muito na televisao no computador nos proprios equipamentos que utilizo/materials na rua em postes de electricidade e em muito mais locais.	Marisa Melo 1- vejo varios anuncios por dia 2- em todo o lado 3- os anuncios servem para dar a conhecer varios produtos	Ricardo Prior 7oC no18 - Quantos anúncios vês por dia? Muitos na tv	R 1-1000 anuncios por dia 2-No pc, na televisão, no jornal... 3-Os anuncios servem para os comerciantes venderem os seus produtos
Rafael	Mariana Vejo à noite, mas não faço a mínima ideia quantos vejo	Constança Lucas 1- vejo vários por dia. 2-na televisão, no computador. 3- os anúncios servem para publicitar os produtos e serviços .	Rui Moniz 1- Mais ou menos 100 anuncios 2- Na radio, no pc e na televisão 3-Os anuncios servem para dar a conhecer vários produtos	Laurenço 7c Poucos Na tv e no telefone e pc Um anúncio é imagem que amostam produtos ou jogos. Os anúncios chateiam as pessoas com publicidade não interessante
Joana Ferreira Por dia, vejo cerca de 100 anúncios: na televisão, rádio, jornais, revistas, monitores de computadores, vestuário, calçado, na rua...	ricardo vejo na tv	Martim SILVA vejo uns 100 anúncios por dia maioria no pc.	Ana 1 - Vejo uns 3.000.000 anúncios por dia. 2 - Na televisão. 3 - Os anúncios servem para dar a conhecer dos produtos/serviços/... que os clientes podem encontrar	VEJO MUITOS ANUNCIO SAMUEL: TENHO O ADBOLK ;). VEJO PERTO DE 200 NA TV TODOS OS DIAS samuel7c n20
FRANCISCO EU VEJO MUITOS NA TV	João Muitos na televisao e ouço na radio	Só vejo anúncios na tv e as vezes no pc e ao muito poucos		

Unidade 2- O conteúdo de um anúncio

- Identificar o produto com base em partes de um anúncio



Unidade 3- Brincar aos anúncios

- O Alunos tiveram de definir os destinatários, o suporte, desenvolver a ideia (AIDMA).
- Criaram a sua Ficha de anúncio.

Ficha de anúncio

Produto  Auriculares
Destinatários Jovens com idade compreendidas entre os 14 e 18
Suporte Televisão
Desenvolvimento da ideia <p>O objetivo deste anúncio é alertar os jovens para os problemas auditivos, quando ouvem música muito alta nos auriculares. Os nossos ouvidos aguentam uma intensidade sonora de aproximadamente 70 dB sem sofrer qualquer dano. No entanto, muito jovens colocam o som muito acima deste valor o que pode causar problemas na audição.</p> <p>O anúncio teria um DJ famoso com auriculares passeando na rua no seu dia-a-dia (Atenção!) e seria interrompido por um grupo de jovens a pedir autógrafos (Interesse!).</p> <p>Os jovens assumem que o DJ não vai ouvir à primeira chamada e ficam surpresos quando isso acontece.</p> <p>Podem o autógrafa ao DJ e perguntam o que está a ouvir (Desejo!). O DJ retira os auriculares de coloca-os nos ouvidos de um jovem, que fica muito espantado com o volume do som e passa ao colega.</p> <p>Questionam ao DJ relativamente à intensidade do som e este responde:</p> <p>- Quero poder ouvir música toda a vida! (Memorização!) Por isso, nunca ouço música muito alta fora dos concertos. O dB muito elevados podem prejudicar a audição.</p> <p>Os jovens ficam espantados mas percebem a mensagem. Pretende-se que passem também à Ação!</p>

Unidade 4-

Anúncios que vendem produtos e ideias

- Unidade 5 – Aprender a linguagem dos anúncios televisivos: **Rodrigo Costa**, Marketing Manager Nutrição da Sumol Compal - produto Essencial Kids.

Os anúncios são feitos com vários objectivos que não apenas a venda de produtos.

A publicidade pode ser uma forma útil de transmitir informações às pessoas.

Fazer um pequeno anúncio exige muito trabalho.



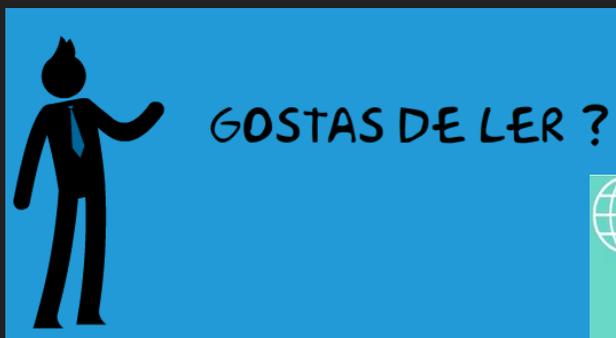
Unidade 7-

Cria o teu próprio anúncio televisivo

Nome da empresa	Slogan	Produto escolhido para anúncio
Gym J.P	Se quer perder peso, ou ganhar músculos venha ao Gym J.P, aqui há de tudo	<u>Bicicleta</u>
LC.Motos	Sem cá vir, não vai a lado nenhum	<u>Kit 55m</u>
Gamming pro LJ	Joystick na mão	<u>Head strike jogo</u>
DAplaquegames	Ready for the action play?	<u>Jogo</u>
LaidyRute`s	LaidyRute`s a uúica laidy aqui é você!	<u>Rute</u>
Just a Player	Play is love, Play is Life	<u>Jogo Powerleft</u>

Unidade 8 - Como se faz um anúncio

- Os alunos criaram Storyboard;
- Criaram vídeos de divulgação da Biblioteca da escola.



GOSTAS DE LER ?



Crte o seu próprio anúncio televisivo
Ficha de Exercícios 8.1 (III)

Realização

Quando chegarem a acordo, partem as vozes delas por escrito. Usam as seguintes frases o completam-na, para melhor organizarem as vozes delas.

O nosso público é
Toda a população pública.
Para cativar o público-alvo, decidimos realizar
Toda as atividades (participações, etc.).
O nosso slogan é
Com o poder das pernas Sports até nós e Ramos a seguir, muita gente.
Escolhemos este slogan porque
Porque tem o mesmo som e a mesma ideia de "AS" com a diferença das palavras "Atitudes do nosso bem" e "Atitudes do nosso bem".
O nosso anúncio terá lugar na televisão e o slogan por baixo.
O estilo do nosso anúncio é moderno e a cor verde.
Há outros dois anúncios "reais" que usam este estilo

O nosso logótipo vai ser assim

Revela as seguintes características AS...
Iniciais do nome da empresa.
O estilo do nosso anúncio é moderno e a cor verde.

Qual é o objetivo da publicidade?
Um anúncio a passar com o fim de vender o produto.
Qual é o objetivo da publicidade?
Um anúncio a passar com o fim de vender o produto.
Qual é o objetivo da publicidade?
Um anúncio a passar com o fim de vender o produto.

10
12

Por o nosso público-alvo porque
Atitudes e o anúncio é bem escrito

Name of Project: Anúncio publicitário
Group Members: Rita e Rita

<input type="checkbox"/> Demonstra que os sapatinhos deixam os pés respirar.	<input type="checkbox"/> Demonstra que os sapatinhos são resistentes à água.	<input type="checkbox"/> Demonstra que os sapatinhos são leves e confortáveis.
<input type="checkbox"/> Demonstra que os sapatinhos são confortáveis.	<input type="checkbox"/> Várias demonstrações de vários tipos de sapatinhos.	<input type="checkbox"/> Logótipo

Unidade 9 – Vender celebridades

- **Rita Lima Candeias**, Responsável de Patrocínios e Marca do Montepio que nos vai dar a conhecer mais sobre a utilização da atriz Joana Ribeiro – no âmbito da unidade 9 “**Vender Celebridades**”



Conclusão

- Os media fazem parte do nosso dia-a-dia, influenciando muitas vezes as nossas decisões.
- Este curso permitiu-me perceber que por vezes pretendemos os alunos assumam várias funções em muito pouco tempo, quando na realidade isso não acontece na criação / divulgação de qualquer produto.
- Os alunos perceberam que o trabalho em equipa é fulcral para o sucesso de um produto.

Obrigada pela
atenção

miguela@sapo.pt

