

10.º Ano

Disciplina: CPC

Ensino: Secundário

Ano Letivo 2017/2018

PLANIFICAÇÃO ANUAL

1º Período		Nº aulas previstas (50 m)
MÓDULOS 1 e 2 INTRODUÇÃO À ATIVIDADE PUBLICITÁRIA A AGÊNCIA	<p>MÓDULO 1 - INTRODUÇÃO À ATIVIDADE PUBLICITÁRIA (18 horas – duração de referência) Conteúdos: - a Publicidade - a História da Publicidade - tipologia, mensagem e criatividade - meios e campanhas - regulamentação - <i>marketing</i> e comunicação</p> <p>MÓDULO 2 - A AGÊNCIA (18 horas) Conteúdos: - a Agência de Publicidade - serviços e tipos de agência - dimensão empresarial e finalidades - funções e forma de organização - relação com os clientes - procedimentos na escolha de uma agência</p>	<p>Módulo 1 - 21 aulas 3 de nov.</p> <p>Módulo 2 - 18 aulas 15 de dez.</p>
Subtotal		39 aulas
2º Período		Nº aulas previstas
MÓDULO 3 e 4 O CONSUMIDOR OS MEDIA E A COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<p>MÓDULO 3 - O CONSUMIDOR (24 horas) Conteúdos: - alvos da comunicação - noção de mercado - critérios sócio-demográficos e geográficos - atenção seletiva como instrumento de decisão - grau de implicação do consumidor - evolução mental do consumidor - os processos de influência do consumidor no ato de compra</p> <p>MÓDULO 4 - OS MEDIA E A COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (24 horas) – INTRODUÇÃO</p>	<p>Módulo 3 – 24 aulas 9 de mar.</p> <p>Módulo 4 – 6 aulas</p>
Subtotal		30 aulas
3º Período		Nº aulas previstas
MÓDULO 4 OS MEDIA E A COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<p>MÓDULO 4 – OS MEDIA E A COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (24 horas) Conteúdos: 1. Características de meios e suportes 2. Os diferentes tipos de <i>media</i> enquanto meios publicitários 3. Hábitos de audiência do <i>target</i> 4. Estratégia de <i>media</i> 5. Restrições relativas à utilização dos <i>media</i> 6. Fundamentos psicológicos da publicidade: AIDA-M</p>	<p>Módulo 4 – 24 aulas 15 de junho</p>
Subtotal		24 aulas