



## Objectivos da Licenciatura de Publicidade e Marketing

De acordo com o projecto educativo da Escola Superior de Comunicação Social, integrado nos princípios consagrados na Convenção de Bolonha, o primeiro ciclo do ensino superior de Publicidade e Marketing preconiza a projecção humana e profissional do aluno, encontrando-se orientado para o seu desenvolvimento psicossocial e vocacional e integrando-o no seu contexto sócio-cultural.

Na chamada “economia de rede” alicerçada na globalização dos mercados e na sociedade do Conhecimento/Informação, as Entidades Organizacionais tendem a adoptar estruturas orgânicas e funcionais mais flexíveis, optando crescentemente pela constituição de parcerias, mais ou menos formais, ao longo da sua cadeia de valor, com vista a projectarem nos respectivos mercados uma posição de superioridade competitiva. Consequentemente, a formação de capital humano com competências específicas nas várias vertentes da comunicação não é apenas necessária, mas também fundamental. Saber produzir e gerir informação é, hoje, um desafio para o qual as nações têm que estar aptas a dar resposta e para o qual necessitam de recursos humanos cada vez melhor preparados e bem adaptados aos diferentes cenários e realidades.

O exercício da actividade profissional nos domínios do Marketing e da Publicidade requer bases sólidas ao nível dos conhecimentos e desenvolvimento de perícias específicas.

A formação nesta área exige uma estrutura multidisciplinar, mas que permita igualmente a possibilidade de aprofundamentos especializados de acordo com as diversas componentes vocacionais e que podem ser complementares ou comuns a outras áreas curriculares. No final do curso, pretende-se que o aluno tenha adquirido competências gerais e específicas e esteja, portanto, apto a integrar o mercado de trabalho e motivado para prosseguir uma aprendizagem contínua ao longo da vida.

Focalizando a análise na definição de perfis académicos vocacionados para o exercício profissional nas áreas da Publicidade e do Marketing, podem ser identificadas as seguintes competências essenciais a adquirir.

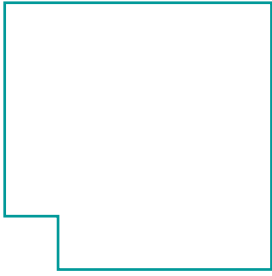
### Competências Gerais

- Capacidade criativa e proactiva;
- Capacidade de diagnóstico e analítica;
- Capacidade de investigação;
- Capacidade metodológica, de organização e de síntese;
- Capacidade de persuasão e argumentação;
- Capacidade empreendedora/competitiva;
- Capacidade de trabalho autónomo;
- Capacidade de liderança, supervisão/coordenação;
- Capacidade de adaptação a novas situações, incluindo novas tecnologias.

### Competências Académicas

- Domínio multi disciplinar do Marketing: Market Research, Planeamento estratégico, Gestão do marketing-mix, Gestão do mix da comunicação ao nível estratégico e operacional;





- Domínio da Gestão de contas Publicitárias, da Criatividade Estratégica, da investigação e do Planeamento de Meios;
- Conhecimentos complementares em Marketing e Publicidade e na área do Áudio-Visual e Multimédia, Comportamento do Consumidor e Organizacional, Técnicas de Comunicação nos diferentes media;
- Conhecimentos estruturantes nas áreas das Ciências da Comunicação, Sociais e Humanas e em Estatística.