

Como Medir a Eficácia da Publicidade

Objetivos Gerais

Este Curso pretende dotar os participantes dos conhecimentos e técnicas que lhes permitam medir a eficácia das suas campanhas de publicidade.

Objetivos Específicos

No fim deste Curso os participantes saberão:

- Explicar o processo psico-publicitário;
- Avaliar o plano de meios;
- Analisar o anúncio publicitário a nível das suas diversas variáveis;
- Avaliar o impacto da Publicidade;
- Avaliar o retorno das campanhas

Destinatários

Este Curso destina-se a todos os responsáveis pelo planeamento e gestão de campanhas publicitárias, nomeadamente, Gestores, e Técnicos de Marketing e Publicidade, Gestores de Produto, e, Key Accounts de agências de Publicidade e Comunicação.

Carga Horária

18 horas

Conteúdo

1. Modelos de aprendizagem da publicidade

- Os modelos clássicos
- Os modelos contemporâneos

2. Definição de conceitos de media

- Audiências
- Pré – avaliação
- Estudos existentes

3. O anúncio

- Variáveis físicas
- Variáveis de conteúdo
- A repetição

4. Técnicas de medição da eficácia publicitária

- Cognitivas
- Afetivas
- Conotativas

5. Exercícios e estudo de casos