

CONCURSO DE ACESSO AO ENSINO SUPERIOR PARA MAIORES DE 23 ANOS
Ano letivo 2024/2025
LICENCIATURA EM PUBLICIDADE E RELAÇÕES PÚBLICAS

SUGESTÕES PARA CONSULTA/LEITURA
(Prova de conhecimentos Específicos)

PUBLICIDADE

Costa, M.; Mendes, M. (s.d.). A Publicidade como ferramenta de consumo: uma reflexão sobre a produção de necessidades. Biblioteca online de Ciências da Comunicação. Obtido em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/costa-mendes-a-publicidade-como-ferramenta-de-consumo.pdf>

Freitas, R.; Ruão, T. (2011). Funções assumidas pela Publicidade na Sociedade da Informação. Congresso Nacional "Literacia, Media e Cidadania". Obtido em <file:///C:/Users/amdsp/Downloads/475-1869-1-PB.pdf>

Vieira, M. (2011). A Publicidade nas redes sociais da Internet. (pp.10-30; 53-65). Dissertação de Mestrado em Comunicação Estratégica, Universidade da Beira Interior. Obtido em https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/1297/1/Tese_Marta_Vieira.pdf

Costa, F. (2021). A influência do Marketing Digital no comportamento de compra online. Dissertação de mestrado em Gestão das Organizações, Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto. Obtido em: https://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/18460/1/Filipa_Costa_MGO_2021.pdf

Sousa, S. (2020). A importância da Publicidade Online no Marketing. Dissertação de mestrado em Gestão de Empresas, Instituto Superior da Maia. Obtido em: <https://repositorio.ismai.pt/bitstream/10400.24/1876/1/Tese%20Sara%20Catarina%20Vieira%20de%20Sousa.pdf>

RELAÇÕES PÚBLICAS

Gonçalves, G. (2010). Introdução à teoria das relações públicas. Obtido em: <https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/6663/1/Introduc%CC%A7a%CC%83o%20a%CC%80%20teoria....pdf>

Pato, A. D. C. (2009). *O Papel do Relações Públicas na Sociedade Contemporânea: nascimento, percurso e futuro da actividade* (Doctoral dissertation). Obtido em: https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/13490/1/Tese_mestrado_%20Anabela%20Pato.pdf

Heberlê, A. (2014). O papel dos Relações Públicas na comunicação para o desenvolvimento. *Comunicação, Desenvolvimento e Sustentabilidade*. Obtido em: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/6220/1/20150430-vol2_comunicacao_desenvolvimento_sustentabilidade.pdf#page=15

Albuquerque, A., & Silva, T. (2021). Plataformas digitais e departamentos de comunicação/relações públicas: uma revisão sistemática. *RISTI: Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, (42), 62-77. Obtido em: <https://scielo.pt/pdf/rist/n42/1646-9895-rist-42-62.pdf>

Pinheiro, A. L. M. (2021). O poder dos influenciadores digitais: o olhar da comunicação estratégica em relações públicas (Doctoral dissertation, Instituto Politécnico de Lisboa, Escola Superior de Comunicação Social). Obtido em: <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/13634>

Ruão, T., & Fernández-Souto, A. B. (2020). Comunicação e Sociedade: Estudos em relações públicas avançadas [vol. especial, 2020]. Obtido em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/66201>