

# CRIATIVO PUBLICITÁRIO & CONTENT CREATOR

## DATAS

Out 2026  
a Jul 2027

## HORÁRIOS

2<sup>a</sup>, 4<sup>a</sup> e 6<sup>a</sup>  
19h30 - 22h30

## VAGAS

14 (mínimo 8)



## DURAÇÃO

310h (290h c/ formador)  
+ Estágio 160 a 480h

## PARTICIPANTES

14 (mínimo 8)

## HORÁRIOS

Segundas, Quartas e Sextas, das 19h30 às 22h30

Reposições de aulas às 3<sup>a</sup> e 5<sup>a</sup> no mesmo horário; masreclass pontuais noutros dias e horas.

## Porquê o curso de CRIATIVO & CONTENT CREATOR da WORLD ACADEMY?

Porque, além de interagires com profissionais experientes, desenvolveres a tua criatividade e construíres o teu portfolio para o mercado, é o único curso da área onde trabalhos criativos são produzidos e realizados com outros cursos, e onde tens estágio curricular incluído.

## A QUEM SE DESTINA

A todos os estudantes e profissionais com vocação criativa que queiram trabalhar como em publicidade e com marcas.

## OBJETIVOS

Desenvolver competências criativas para a comunicação e publicidade de marcas.

Saber criar, executar e apresentar projetos integrados de marca e publicidade.

Saber desempenhar as funções de Copywriter ou Diretor de Arte e Content Creator.

## SAÍDAS PROFISSIONAIS

Diretor de Arte, Copywriter e Content Creator para agências de publicidade, agências de comunicação, agências digitais, departamentos de comunicação e marketing de marcas, empresas e outras organizações. **Boas Saídas Profissionais.**

# CONTEÚDOS

## **BRANDING (15h)**

Tendências actuais da comunicação num mundo global. A comunicação publicitária. As marcas hoje. Produtos e serviços como uma peça no todo da marca. Branding. A marca como voz das pessoas; as pessoas como voz da marca. Um mundo de partilhas.

As empresas da comunicação das marcas: agências de publicidade, branding, ativação, entre outras. Tipologias e funcionamento das agências modernas, nacionais e internacionais. O processo desde o cliente até ao consumidor: Briefing, estratégias, insight, planos. Directores Criativos, Copywriters, Directores de Arte, Content Creators e outras funções. A nova geração de criativos: a barreira invisível entre funções. Técnicas e abordagens ao processo criativo.

**Exercícios criativos variados ao longo do módulo.**

## **ESTRATÉGIA E MERCADO (15h)**

Marcas, reputação e relação com o cliente. Tendências do mercado. A natureza social do mercado: Web e Social Media. Compreender o consumidor moderno. Consumidores informados e ativos nas redes. Estratégia na publicidade. Como se planeia uma campanha. Como se avalia uma campanha. Qual o espaço e lugar do processo criativo no interior da estratégia. A relação entre criatividade e eficácia. O papel do consumidor enquanto parte da estratégia publicitária. **Exercício de elaboração de estratégia de campanha para marca, produto ou serviço.**

## **FOTOGRAFIA (18h)**

Noções sobre tecnologia e linguagem fotográficas. Operação com câmaras fotográficas e telemóveis. Trabalho em exterior e estúdio. Noções básicas de pós-produção (Photoshop, outros): recorte, montagem, grading. Uso da **AI**.

**Exercícios práticos com pessoas, espaços e produtos.**

## **VÍDEO (24h)**

Noções sobre tecnologia vídeo e linguagem audiovisual. Filmar e editar para conteúdos digitais. Operação base com telemóvel e câmaras de vídeo, iluminação e áudio. Exercícios práticos em exterior e estúdio. Noções básicas de pós-produção vídeo em CapCut e Premiere. Edição, sonorização, grafismo e exportação para vários formatos.

**Exercícios práticos de vídeo em formato curto para redes sociais e telemóveis.**

## **COPYWRITING & STORYTELLING (27h)**

O que é o **Copywriting**. A relação entre o texto criativo e o texto promocional. A importância do saber escrever. Os elementos do copywriting: headline, bodycopy, kicker, longcopy, entre outros. Tipos de copywriters e diferentes mercados: da brochura informativa à assinatura de uma marca. Quando e quando não é necessário o copy. O copy em imprensa e outdoor, rádio e digital. Os processos da escrita criativa: estratégias para enfrentar a folha branca. Exercícios variados de escrita criativa a partir de vários "gatilhos". **AI** como ferramenta. **Storytelling**: tudo se conta melhor como uma história. Como se estrutura uma história: emoção, surpresa, analogias. Escrita e rescrita. A ligação entre o copy e a tipografia. A ligação entre o copy e a imagem. O copywriter na equipa criativa. **Exercícios práticos e variados de copywriting.**

## **DIREÇÃO DE ARTE (45h)**

O que é a Direção de Arte. Traduzir conceitos em representações visuais. Os vários elementos artísticos e as suas conjugações: fotografia, design, ilustração, entre outros. O trabalho da direção artística com o design. O trabalho do diretor de arte, enquanto designer. O diretor de arte na equipa criativa. Princípios de design: cor, composição, proporção, equilíbrio, tipografia, entre outros elementos. Práticas de Photoshop CC para layout e design. Práticas de Photoshop CC para composição e tratamento de imagem. **AI** como ferramenta. Principais formatos e meios: imprensa, outdoors e mupis. Outros formatos: prints para ativações de marca, flyers e afins, merchandising, intervenção no produto, branding e publicidade não convencionais. Direção de arte para Digital. **Exercícios práticos de criação de campanha, print ou online, com foco principal na Direção de Arte.**

## CRIATIVO PUBLICITÁRIO & CONTENT CREATOR

---

### FILME (30h)

O filme na publicidade: do teaser na web ao ecrã de cinema. Análise de case studies de várias linguagens e formatos de filmes publicitários. O filme numa era de criativos digital natives. Pesquisa e criação de moodboards. Casos complexos (quando o storyboard e o shootingboard são necessários). Os envolvidos na produção de filme publicitário. Noções básicas de linguagem audiovisual e realização. Exercícios práticos de spot publicitário baseados em briefing: 1) criação de descritivo e visualização com base num briefing para uma marca destacada no mercado 2) descritivo, visualização e **produção de spot (com alunos de realização e produção) e com base num briefing real para uma pequena marca ou organização.**

### DIGITAL (24h)

Digital Everywhere: web, mobile, espaço público, wearables, AI, VR/AR, data science, automação e outros. Noções base de **marketing digital**. Comportamento ativo e participativo do consumidor: youtubers, instagramers, bloggers, podcasts, digital influencers, reviewers, etc.. Adaptação para o digital vs criação para o digital. **Digital Paid Media:** publicidade em sites, apps, podcasts, redes sociais (google, meta, etc), entretenimento e outros. As redes sociais, a criação de conteúdos e criação de comunidades. **Exercício práticos de Campanha Digital.**

### CONTENT CREATOR (21h)

Estratégia: objetivo, público, proposta de valor, tom e benchmarks. Diferenciação por plataforma (tiktok, instagram, youtube, etc) e formatos (reels, stories, carrocéis, etc). Branded content e parcerias. Calendário editorial. Copy & CTAs. Métricas e interação. Gestão e segurança. **Exercícios práticos de Criação de Vídeos para Tiktok e Instagram,** com briefing real.

### ATIVAÇÃO DE MARCAS (27h)

Conectar a marca ao consumidor: despertar a curiosidade, a paixão, e os sentidos. Ligar emocionalmente o consumidor à marca. Tornar conceitos e ideias em acções. Para além do marketing directo e relacional. Tipos de ativação. Análise de case studies. Desenhar um plano de ativação. A ativação planeada no físico e no digital. Ativação enquanto processo de Branding. Eventos de ativação. Noções de produção de eventos. Ativação para criação de conteúdos. *Branded spaces*. Interação entre ativação física e os devices do consumidor: smartphones, etc. **Exercícios práticos de ativação de marca.**

### CAMPANHA PUBLICITÁRIA (48h)

Exercício prático, em duplas criativas, de **Campanha Publicitária 360°:** vídeo, print, ativação e digital. Briefing real de cliente com apresentação final. Investigação sobre cliente e marca, concorrência, mercado, outras campanhas. Definição de plano estratégico e processo criativo. Criação e produção de peças, maquetas e documento de apresentação. Treino de apresentação (pitch). Acompanhamento e orientação dos trabalhos em todas as fases pelo formador **Apresentação dos projetos a um júri constituído por cliente, publicitários do mercado e formadores.** Criatividade, qualidade de execução e de apresentação e eficácia serão critérios de avaliação.

### MARCA PESSOAL E MERCADO (3h)

Marca Pessoal: Afirmar e destacar a identidade de cada aluno em contexto profissional, concretamente nome e imagem, tendo em conta o percurso, gostos pessoais, sonhos e projetos. Definir e apurar a identidade de cada aluno como diferenciadora, genuína e única. Comportamento Profissional: como contactar e se apresentar a entidades empregadoras; como se comportar numa entrevista de estágio/emprego; como se comportar em contexto de trabalho. Elaboração de CV, Portfolio e Conteúdos Digitais: prioridades, destaques, clareza e design no cv; seleção de portfólio com critérios de qualidade e diversidade; decisão dos canais e redes digitais de comunicação e de tipo de conteúdos a criar e publicar, coerentes com a marca pessoal e os objetivos de cada aluno.

# CRATIVO PUBLICITÁRIO & CONTENT CREATOR

---

## MASTERCLASSES (3h)

O curso inclui ainda, no mínimo, 1 Masterclass com 1 Profissional de referência no mercado e na área do Curso. Adicionalmente, a escola disponibiliza anualmente a cada aluno a possibilidade de participar em mais de 20 Masterclasses nas mais diversas áreas. O curso inclui ainda, no mínimo, 2 **Masterclasses com Profissionais de referência no mercado e na área do Curso.**

Adicionalmente, a escola disponibiliza anualmente a cada aluno a possibilidade de participar em mais de 20 **Masterclasses** nas mais diversas áreas.

## CONCURSOS CRIATIVOS

Os alunos, com orientação de formadores em aula, **participam em pelo menos 1 Concurso de Criatividade:** BRIEF ABERTO DO CCP (Clube de Criatividade de Portugal), FUTURE LIONS (competição global para estudantes), ou outro a definir.

## FORMAÇÃO INTERCURSOS

Todos os alunos e cursos da escola interagem, pelo menos uma vez, com **outro curso e área.** Estimulando assim o trabalho em equipa e dando uma experiência ainda mais real de mercado.

## ESTÁGIO CURRICULAR

**Estágio** em contexto real de trabalho, com período mínimo de 160h e máximo de 480h (1 a 3 meses). Sujeito a avaliação prévia positiva (10 em escala 0-20) na componente académica do curso. Datas dos estágios a marcar entre Maio e Dezembro de 2027.

## ORIENTAÇÃO PROFISSIONAL

Adicionalmente, a World Academy recebe regularmente **Ofertas de Emprego** que envia a ex alunos e dá Orientação Profissional em relação a criação de currículos e portfólios, orientações para responder a candidaturas, regras e procedimentos em estágio, entre outras necessidades dos nosso alunos.

## PRÉMIOS E DISTINÇÕES

Vários trabalhos de alunos nas mais diversas áreas, têm sido mostrados, nomeados ou premiados em múltiplas plataformas, mostras e festivais.

## *FORMADORES*

(podem variar consoante turma)

COORDENADOR PEDAGÓGICO | Ana Borges

Artur Nunes Coelho, Copywriter  
Filipa Pereira Alves, Diretora Criativa  
Hugo Oliveira, Marketing Director  
Inês Leiria, Diretora Criativa  
Jorge Coelho, Diretor Criativo  
Marco Figueiredo, Diretor Criativo  
Paulo Aguiar, Copywriter, Realizador

Pedro Miguel Magalhães, Diretor Criativo JWT  
Ricardo Miranda, Creative Director e Partner  
Wonder/Why  
Rui Soares, Diretor Criativo  
+ outros formadores e convidados  
(clientes de marcas e júri módulo final)

## *ESPAÇO E EQUIPAMENTOS*

Sala com um computador por aluno, LCD e internet. Softwares principais: Premiere, Photoshop, Illustrator, Capcut. **Câmaras DSLR/ Mirrorless com lentes zoom e lentes fixas, grip e outros acessórios. Equipamento de iluminação e de áudio. Estúdio de fotografia. Estúdio de vídeo.** Estúdio de Som. Auditório. *Nota: os principais equipamentos e softwares usados neste curso estão descritos nos “Conteúdos”.*

### **UTILIZAÇÃO DE MEIOS**

Os alunos poderão solicitar **espaços e meios extra-aulas** mediante disponibilidade e capacidade de uso.

## *PARCEIROS PRINCIPAIS DO CURSO*

#### **Clube de Criatividade de Portugal**

5002  
Altice Arena  
Canal 11  
Canal Q  
Clube de Criativos  
Cofina Media  
Excentric Grey  
Festival Indielisboa  
Festival Monstra  
Festival Rock in Rio  
Festival SBSR  
Freemantle  
Fullsix  
Gerador

Havas Group  
Impresa Publishing  
Jornal Expresso  
JWT  
LisbonLabs  
Meo  
Milk & Black  
Mindshaker  
Moda Lisboa  
Música no Coração  
Observador  
Panavideo  
Plural  
Rock in Rio

RTP  
Shifthinkers  
Shine Iberia  
Shot and Cut  
SIC  
SP Televisão  
Sporting TV  
The Hotel  
TVI  
Uzina  
Waynext  
Wonder/Why  
Young Network Group  
Wy Group  
+ outros no site

### **APOIO A PROJETOS**

Anualmente , os alunos que se destaquem terão apoio preferencial em projetos não comerciais, que possam apresentar à escola e que necessitem de equipamentos e espaços profissionais.

### **BOLSAS**

Todos os anos a World Academy abre vagas para estágios internos, na modalidade de troca por curso, para alunos com bom perfil, mas que comprovem dificuldades financeiras sérias.

### **ENTIDADE DE CERTIFICAÇÃO**

Dgert

### **ORGANIZAÇÃO DA FORMAÇÃO**

Presencial – Aulas com Formador e exercícios autónomos.

## INSCRIÇÕES

<b>INSCRIÇÃO</b>	
100€ de 1 Abril a 31 Maio de 2026	150€ de 1 Junho a 31 Julho de 2026 250€ a partir de 1 de Agosto de 2026
<b>PREÇOS</b>	
3.050€	Pronto Pagamento 2.745€ (10% desconto)
9 meses x 338,89€	12 meses x 254,17€
<b>DESCONTOS</b>	
CONSULTAR SECRETARIA	
EX-ALUNOS E FORMADORES 10%	2 CURSOS 10% (num dos cursos)
PARCEIROS 5%	NOTA: descontos não acumuláveis

**NOTA:** As modalidades de pagamento apresentadas são válidas para cidadãos da União Europeia; os cidadãos de fora da UE deverão contactar a secretaria para receber mais informações.

## CANDIDATURAS

**1ª Etapa** | Marcação de entrevista para orientação e seleção.

**2ª Etapa** | Envio de currículo, ficha de candidatura e portfolio criativo ( exemplos: trabalhos de fotografia, design, artes visuais, escrita criativa, escrita literária, publicidade, etc). Conhecimentos mínimos de Photoshop, Illustrator ou outro software de criação gráfica (até ao início do curso em outubro).

**3ª Etapa** | Entrevista

**NOTA:** Mínimo de 17 anos à data da candidatura.

12º ano de escolaridade ou percurso académico/profissional relevante para o curso.

### INSCRIÇÃO

Depois de aprovação em entrevista é necessário:

- Leitura e aceitação escrita do Regulamento e do Contrato.
- Cópia do certificado de habilitações, apresentação do cartão de cidadão, fotografia “tipo passe” e comprovativo de morada.
- Pagamento de Inscrição.

### CONDIÇÕES GERAIS

As condições de funcionamento e organização da formação, deveres e direitos do aluno, entre outras regras e procedimentos, devem ser consultados no Regulamento da World Academy. A leitura e aceitação dos termos do mesmo são obrigatórias antes do ato de inscrição.

A World Academy pode alterar o conteúdo aqui divulgado.