

1. UNIDADE CURRICULAR (COM ECTS)

CURRICULAR UNIT (WITH ECTS)

REDES SOCIAIS

6 ECTS

SOCIAL NETWORKS

2. DESIGNAÇÃO DO CICLO DE ESTUDOS EM QUE SE INSERE A UNIDADE CURRICULAR (COM SEMESTRE E ANO LETIVO)

STUDY CYCLE TO WHICH THE CURRICULAR UNIT BELONGS (WITH ACADEMIC SEMESTER AND SCHOLAR YEAR)

Mestrado em Ciências da Comunicação / 1º Semestre / 2019-2020

MA in Communication Sciences / 1st Semester / 2019-2020

3. DOCENTE(S) DA UNIDADE CURRICULAR

ACADEMIC STAFF

Fátima Patrícia Nunes da Encarnação Marques Dias Soares

4. CARGA LECTIVA NA UNIDADE CURRICULAR

WEEKLY TEACHING HOURS

24 horas

24 hours

5. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES)

LEARNING OUTCOMES (KNOWLEDGE, SKILLS AND COMPETENCIES TO BE DEVELOPED BY STUDENTS)

Objetivos:

- Familiarizar os alunos com os conceitos de tecnológico e sociológico de redes, bem como com o panorama mediático contemporâneo e com o impacto social das tecnologias digitais.
- Compreender a relação entre tecnologia e sociedade com aprofundada fundamentação teórica e analisar em particular o impacto dos media digitais na sociedade contemporânea como aplicação prática.
- Dotar os alunos da capacidade de compreender a comunicação na sociedade contemporânea e de escolherem estratégias e formas de comunicação aplicadas a situações concretas.

Competências:

- Compreender a relação entre tecnologia e sociedade.
- Conhecer e compreender o funcionamento e as características dos media digitais mais usados na sociedade contemporânea.
- Ser capaz de interagir com os media digitais de forma responsável, inovadora e criativa.
- Ser capaz de planear e implementar estratégias e ações de comunicação adequadas em diferentes suportes digitais.
- Desenvolver o espírito crítico, a iniciativa e a criatividade.

Objectives:

- *Familiarize the students with the technological and sociological concepts of networks, as well as the contemporary media landscape and the social impact of digital technologies.*
- *Understanding the relationship between technology and society within a consolidated theoretical framework and analyzing in particular the social impact of digital technologies in contemporary society*
- *Give the students the ability to understand communication in contemporary society and choose strategies and ways of communicating which are adequate to concrete situations.*

Competences:

- *Understanding the relationship between technology and society.*
- *Understanding the characteristics and functioning of the most important/used new digital media.*
- *Being able of interacting in the new digital environment in a innovative, creative and responsible way.*
- *Being able to plan and implement adequate communication strategies and actions in different digital platforms.*
- *Develop critical reasoning and creativity.*

6. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

SYLLABUS

Módulo I – A sociedade contemporânea e as tecnologias digitais

- O conceito de media digitais: dos primórdios da internet às tecnologias digitais atuais, e tendências futuras
- As tecnologias digitais como um dos principais fatores modeladores da sociedade contemporânea - ex. era electrónica e aldeia global (McLuhan), era digital (Levinson), hiperrealidade (Baudrillard), era da colaboração (Tapscott), tempos líquidos (Bauman), sociedade em rede (Castells), sociedade das plataformas (van Dijck), capitalismo da vigilância (Zubbof), etc.

Módulo II – Comunicar na sociedade digital

- Teorias contemporâneas da comunicação - ex. auto-comunicação de massas (Castells), individualismo em rede (Wellman), sociabilidade seletiva (Matsuda, Turkle), mediatização (Hepp, Hajvard, Lundby).

Módulo III – Estratégias e táticas de comunicação em ambiente digital

- Comunicação e marketing nas redes sociais (Qualman, Shirky, Kerpen, Tuten and Solomon)
- Marketing de conteúdos e a importância da viralidade (Zarella, Levinson)
- *Storytelling* e *gamification*.
- Planeamento e implementação de estratégias e ações de comunicação em plataformas em rede
- Casos práticos

Part I – Contemporary society and digital technologies

- *The concept of digital technologies: from the origin of the internet to current digital media, and future trends*
- *Digital technologies as one of the main shaping factors of contemporary society - e.g. electronic age and global village (McLuhan), digital age (Levinson), Hiper-reality (Baudrillard), collaboration age (Tapscott), liquid times (Bauman), networked society (Castells), platform society (van Dijck), surveillance capitalism (Zubbof).*

Part II – Communicating in the digital society

- *Contemporary theories of communication – e.g. mass-self communication (Castells), networked individualism (Wellman), selective sociality (Matsuda, Turkle), mediatization (Happ, Hajvard, Lundby).*
- *Communication and marketing in social networks (Qualman, Shirky, Kerpen, Tuten and Solomon)*
- *Content marketing and the importance of virality (Zarella, Levinson)*
- *Storytelling and gamification*
- *Planning and implementing communication strategies and actions in networked platforms*
- *Case studies*

7. METODOLOGIA DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA) TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING ASSESSMENT)

Ensino:

- Apresentação dos conceitos teóricos pelo docente acompanhados de meios de informação complementares.

- Aprofundamento os conceitos teóricos em aula através da exploração conjunta de exemplos e casos práticos, através da análise de textos propostos pelo docente e através de debates. Estas actividades podem decorrer individualmente, em grupo ou em plenário.
- Aplicação prática dos conceitos a casos concretos através da participação de profissionais da área em algumas das aulas.

Avaliação:

- 1 trabalho individual: recensão crítica a desenvolver a partir de um texto fundamental constante do programa, para apresentar na aula com relatório escrito (50%).
- 1 trabalho de grupo: diagnóstico da comunicação digital de uma entidade/marca à escolha e desenvolvimento de plano de comunicação com recomendações para melhoria, para apresentar na aula com relatório escrito (50%).

Qualquer evidência de plágio será punida com a atribuição de zero ao elemento de avaliação que tenha utilizado indevidamente textos de terceiros.

Teaching:

- *Theoretical/practical presentations in class, supported by studying materials.*
- *Application of the concepts studied in class through joint exploration of examples and case studies, texts and articles and debates. These activities are conducted individually, in small groups or in plenary.*
- *Exploration of relevant case studies with the participation of relevant professionals in some of the classes.*

Assessment:

- *Critical review of one classic text included in the syllabus, to present in class and submit a written version (50%);*
- *1 group assignment, an analysis of the digital communication of an organization/brand at choice and the development of a communication plan including recommendations for improvement, including a presentation in class and a written report (50%).*

Any evidence of plagiarism is a disciplinary offense and will result in a penalty. A mark of zero (0) will be awarded for the assignment.

8. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

MAIN BIBLIOGRAPHY

- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Londres: Polity Press.
- Castells, M. (2002). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura, Vol. 1: A Sociedade em Rede*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Dias, P. (2014). *Viver na Sociedade Digital*. Lisboa: Principia.
- Flew, T. (2002). *New Media: An Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Fuglsang, L. (2001). "Three Perspectives in STS in the Policy Context". In *Visions in STS: Counterpoints in Science, Technology and Society Studies*, Cutcliffe, S. e Mitcham, C. Albany: State University of New York Press, pp. 35-50.
- Giddens, A. (2000). *O Mundo na Era da Globalização*. Lisboa, Portugal: Editorial Presença.
- Herrera, M. and Barquero, J.D. (2012). *Redes Sociales: De metáfora a paradigma*. Barcelona: Fundación Universitaria ESERP.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. e Kelly, K. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- McLuhan, M. (2008). *Compreender os Meios de Comunicação: Extensões do Homem*. Lisboa: Relógio de Água.
- Qualman, E. (2009). *Socialnomics: How social media transform the way we live and do business*. New Jersey: Jon Wiley and Sons.
- Shirky, C. (2012). *Here Comes Everybody: How Change Happens When People Come Together*. New York: The Penguin Press.
- Tapscott, D. (2008). *Grown Up Digital: How the Net Generation is changing our world*. EUA: McGraw-Hill.
- Tuten, T. and Solomon, M. (2012). *Social Media Marketing*. London: Prentice-Hall.
- Wellman, B. (2012). *Networked: The new social operating system*. Cambridge: The MIT Press.