

	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)	MODELO PED.007.03
---	---	-----------------------------

<i>Curso</i>	Comunicação e Relações Públicas						
<i>Unidade curricular (UC)</i>	Comunicação e Redes Sociais						
<i>Ano letivo</i>	2023/2024	<i>Ano</i>	3.º	<i>Período</i>	1.º semestre	<i>ECTS</i>	5
<i>Regime</i>	Opcional	<i>Tempo de trabalho (horas)</i>		Total: 135	Contacto: 52,5		
<i>Docente(s)</i>	José Carlos de Almeida Alexandre						
<input type="checkbox"/> <i>Responsável da UC ou</i> <input checked="" type="checkbox"/> <i>Coordenador(a) Área/Grupo Disciplinar</i> <input type="checkbox"/> <i>Regente (cf. situação de cada Escola)</i>	Joaquim Manuel Fernandes Brigas						

GFUC PREVISTO

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Compreender os desafios e as oportunidades das diferentes redes sociais.
- Planear e executar estratégias de comunicação nas redes sociais.
- Conhecer ferramentas para a produção de conteúdos.
- Desenvolver uma atitude crítica na produção de conteúdos online.
- Monitorizar o desempenho das redes sociais.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Os *media* na sociedade em rede
2. O papel das redes sociais para a comunicação digital
3. Gestão de crise, monitorização e gestão de reputação online
4. Estratégia nas redes sociais: objetivos, público-alvo, escolha das plataformas de *social media*, influenciadores digitais, conteúdos, recursos, métricas, monitorização
5. Estratégia de produção de conteúdos nas redes sociais

3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

Os objetivos remetem para a necessidade de apreensão e aprofundamento por parte dos alunos de conhecimentos em comunicação e redes sociais, sendo concretizados através dos diferentes conteúdos programáticos apresentados. Pretende-se dotar os alunos de competências técnicas que lhes permitam planear e executar estratégias de comunicação nas redes sociais, promover o espírito crítico na produção de conteúdos online e manusear adequadamente ferramentas digitais inerentes à monitorização do desempenho das redes sociais.

	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)	MODELO PED.007.03
---	---	-----------------------------

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

Atherton, J. (2019). *Social Media Strategy: A Practical Guide to Social Media Marketing and Customer Engagement*. London: Kogan Page.

Baptista, D., & Costa, P. (2022). *Marketing digital: conteúdos vencedores*. Lisboa: Lidel.

Frier, S. (2020). *Sem filtro – Como o Instagram transformou os negócios, os influenciadores e a Sociedade*. Lisboa: Clube do Autor.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0*. Lisboa: Actual.

Marques, V. (2020). *Redes Sociais 360. Como comunicar online*. Lisboa: Actual.

Macarthy, A. (2019). *500 dicas de marketing nas redes sociais: estratégias essenciais para Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Youtube, Snapachat*. Lisboa: Editorial Presença.

Mendes, A. (2019). *Gestão de Redes Sociais para empresas*. Lisboa: Marcador

Raposo, M. (2020). *Profissão: Influencer: estratégias, táticas, melhores momentos para publicar, conquistar seguidores e criar engagement*. Lisboa: Manuscrito.

Rishi, B., & Bandyopadhyay, S. (Eds.). (2017). *Contemporary Issues in Social Media Marketing*. Oxon: Routledge.

Thomas, M. (2018). *The Financial Times Guide to Social Media Strategy: Boost your business, manage risk and develop your personal brand*. London: Pearson.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

Aulas expositivas, de orientação tutorial, de debate, de apresentação de estudos de caso, de apresentação e discussão de trabalhos de grupo.

Na avaliação os alunos podem optar por:

- A) **Avaliação contínua** - Trabalho (50%) + Frequência (40%) + Participação/empenho (10%). Os trabalhos podem ser realizados individualmente ou em grupo (máximo de 3 elementos). O estudante tem de ter, no mínimo, 8,0 valores na frequência para poder obter aprovação (10 valores) na UC. Para a aprovação à unidade curricular, a média ponderada deverá ser igual ou superior a 9,5 valores. Caso não seja obtida esta nota, o aluno será excluído deste tipo de avaliação e remetido para exame. Sujeitar-se-ão a exame os alunos que não tiverem optado pela avaliação contínua ou que nesta não tenham obtido a nota mínima de 10 (dez) valores.

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR EDUCAÇÃO COMUNICAÇÃO DESPORTO</p> <p>TÉCNICO GUARDA</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</p>	<p>MODELO PED.007.03</p>
--	--	--------------------------------------

B) **Avaliação por exame (normal ou recurso).** Teste único que representará 100% da nota final.

6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UC

As aulas expositivas a lecionar visam transmitir conceitos e conteúdos fundamentais na área da comunicação e redes sociais. As aulas de resolução de exercícios/problemas e de casos práticos têm como objetivo a consolidação dos conhecimentos e a aquisição de competências técnicas orientadas para produção de conteúdos para as redes sociais. As orientações tutoriais permitirão o acompanhamento e monitorização do progresso da aquisição de conhecimentos. Os trabalhos destinam-se a consolidar os conhecimentos e as competências adquiridas, socorrendo-se de fontes e bibliografia aconselhadas pelo docente, que irá promover também a autonomia de pesquisa.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Obrigatoriedade de 50% das presenças para os alunos que optarem pelo processo de avaliação contínua. Serão ressalvadas as ausências com justificação legal.

8. CONTACTOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Email: jcalexandre@ipg.pt;

Gabinete do docente: 2.8

Horário de atendimento: Segunda-feira: 10h30-13h00 e 14h30-16h00.

22 de setembro de 2023

O(A) Docente

Professor Adjunto José Carlos de Almeida Alexandre

O(A) Coordenador(a) da Área/Grupo Disciplinar

Professor Coordenador Joaquim Manuel Fernandes Brigas