

Ano Letivo 2019-20

Unidade Curricular INTRODUÇÃO AOS PERFIS COMUNICACIONAIS

Cursos CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (1.º ciclo)

Unidade Orgânica Escola Superior de Educação e Comunicação

Código da Unidade Curricular 14561506

Área Científica CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Sigla

Línguas de Aprendizagem Português.

Modalidade de ensino Presencial.

Docente Responsável Maria Raquel de Almeida Godinho Correia

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Maria Raquel de Almeida Godinho Correia	T; TP	T1; TP1	5T; 10TP
Mário Luís Ramos Antunes	OT; T; TP	T1; TP1; OT1	5T; 10TP; 10OT
Sandra Isabel dos Santos da Costa e Espada	OT; T; TP	T1; TP1; OT1	5T; 10TP; 5OT

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
1º	S1	15T; 30TP; 15OT	168	6

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não são necessários.

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Capacidade de pesquisa. Capacidade de compreensão relativa às especificidades dos diferentes perfis. Capacidade de compreender a transdisciplinaridade da Comunicação. Capacidade de observação, reflexão e manipulação dos pressupostos teóricos relativos aos diferentes perfis. Capacidade de trabalho interdisciplinar. Capacidade de integrar teoria e prática. Capacidade de construção/aprofundamento da aprendizagem. Capacidade para desenvolver a sensibilidade a diversas manifestações Culturais Sociais. Capacidade de compreender as dinâmicas Organizacionais. Capacidade de trabalho autónomo. Capacidade de trabalho de grupo. Capacidade de análise, síntese e avaliação. Capacidade de exercício de crítica e autocrítica.

Conteúdos programáticos

Comunicação nas Organizações. A Comunicação no Marketing Mix. Empreendedorismo. Comunicação Social. Jornalismo. Tratamento da informação em televisão, rádio, imprensa tradicional e online. Relações com públicos. Programação e divulgação de Produtos Culturais

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Os conteúdos são adequados para cada vertente comunicacional.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Exposição e discussão de temas e casos. Pesquisas documentais. Preparação de apresentação orais. Saídas a empresas organizacionais, empresas de comunicação e culturais. Conhecimento de diferentes empresas jornalísticas ao nível das redações. Contacto com produtoras musicais, teatrais e património. Contextualizações teóricas. Avaliação: 10% assiduidade, 90% trabalho de grupo, com apresentação oral, digital e escrita.

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Esta metodologia aborda as três vertentes e permite elucidar os alunos nas futuras opções.

Bibliografia principal

Beirão, Inácio, Vasconcelos, Paulo, Rasquilha, Luís, Matos, Luís de, Fernandes, Anabela, Nunes, Maria Inês, 2008, Manual de Comunicação Empresarial, Plátano Editora, Corroios
Drucker, Peter F., 2003, Inovação e Espírito Empreendedor: Entrepreneurship, Editora Pioneira

Rodrigues, Adriano Duarte, s/d, O Campo dos Media, Lisboa, Vega

Traquina, Nelson (org.), 1998, Jornalismo: questões, teorias e histórias?, 2ª ed., Lisboa, Vega

Traquina, Nelson, 2004, A Tribo Jornalística, Editorial Notícias

Carmo, Teresa Maia e, 2006, Evolução Portuguesa do Jornalismo Cultural. In Revista Janus, Lisboa. Disponível em http://janusonline.pt/2006/2006_2_2_9.html

Silva, Dora Santos, 2009, Tendências do Jornalismo Cultural em Portugal, Atas do VI Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM) VIII - Ibercom. Lisboa

Academic Year 2019-20

Course unit INTRODUCTION TO COMMUNICATION PROFILES

Courses COMMUNICATION SCIENCES (1st Cycle)

Faculty / School SCHOOL OF EDUCATION AND COMMUNICATION

Main Scientific Area CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Acronym

Language of instruction Portuguese.

Teaching/Learning modality Presential.

Coordinating teacher Maria Raquel de Almeida Godinho Correia

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Maria Raquel de Almeida Godinho Correia	T; TP	T1; TP1	5T; 10TP
Mário Luís Ramos Antunes	OT; T; TP	T1; TP1; OT1	5T; 10TP; 10OT
Sandra Isabel dos Santos da Costa e Espada	OT; T; TP	T1; TP1; OT1	5T; 10TP; 5OT

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
15	30	0	0	0	0	15	0	168

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

They are not necessary

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

Capability to search. Ability to understand the specificities of different profiles. Ability to understand the transdisciplinarity of Communication. Ability to observe, reflect and manipulate theoretical assumptions related to different profiles. Interdisciplinary work capacity. Ability to integrate theory and practice. Buildability / deepening Of the learning.Capacity to develop the sensitivity to diverse Cultural Social manifestations.Capacity to understand the Organizational dynamicsCapacity of autonomous work.Capacity of work of group.Capacity of analysis, synthesis and evaluation.Capacity of exercise of criticism and self-criticism.The methodology is coherent With the ultimate goal.

Syllabus

Communication in Organizations. Communication in Marketing Mix.Empreendedorismo.Comunicação Social.Jornalismo.Treatment of information in television, radio, traditional and online press.Relações with public.Programming and dissemination of Cultural Products

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

The contents are suitable for each communicational aspect.

Teaching methodologies (including evaluation)

Bexposition and discussion of topics and cases. Documentary searches.Preparation of oral presentations.Assessment to organizational companies, communication and cultural companies.Knowledge of different newspaper companies at the level of the newsrooms.Contact with musical, theatrical and patrimony producers.Contextualizados teóricas.Avaliação : 10% attendance, 90% group work, with oral, digital and written presentation.

Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

This methodology addresses the three strands and allows students to elucidate future options.

Main Bibliography

Beirão, Inácio, Vasconcelos, Paulo, Rasquilha, Luís, Matos, Luís de, Fernandes, Anabela, Nunes, Maria Inês, 2008, Business Communication Manual, Plátano Editora, CorroiosDrucker, Peter F., 2003, Entrepreneurship Entrepreneurship and Entrepreneurship , Publisher Pioneira

Rodrigues, Adriano Duarte, s / d, The Media Field, Lisbon, Vega

Traquina, Nelson (org.), 1998, Journalism: issues, theories and 'stories', 2nd ed., Lisbon, Vega

Traquina, Nelson, 2004, The Tribo Jornalística, Editorial News

Carmo, Teresa Maia and, 2006, Portuguese Evolution of Cultural Journalism. In Janus Magazine, Lisbon. Available at http://janusonline.pt/2006/2006_2_2_9.html

Silva, Dora Santos, 2009, Trends in Cultural Journalism in Portugal, Minutes of the VI Congress of the Portuguese Association of Communication Sciences (SOPCOM) VIII - Ibercom. Lisbon