
Ano Letivo 2023-24

Unidade Curricular COMUNICAÇÃO TRANSNACIONAL

Cursos CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (1.º ciclo) (*)

(*) Curso onde a unidade curricular é opcional

Unidade Orgânica Escola Superior de Educação e Comunicação

Código da Unidade Curricular 14561569

Área Científica CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Sigla

Código CNAEF (3 dígitos) 320

Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos) 4,8,17

Línguas de Aprendizagem Português

Modalidade de ensino

Presencial

Docente Responsável

Cármem Zita Batalha Garcia Monereo

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Cármem Zita Batalha Garcia Monereo	TP	TP1	42TP

* 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
2º	S2	42TP	156	6

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Sem pré-requisitos

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Compreender o debate que se trava sobre a globalização da comunicação através principalmente, das empresas transnacionais de media e o desenvolvimento tecnológico.

Analisar a influência da poderosa indústria transnacional na cultura dos diferentes povos do mundo e a força económica que representam. Desenvolver competências de análise sobre o papel da indústria transnacional desempenhada nos países do Terceiro Mundo e a dependência tecnológica excessiva que estes países têm sobre as empresas transnacionais e os seus países de origem.

Analisar questões a serem compreendidas pelas organizações na sua comunicação com outras culturas; mais especificamente, aspetos que podem resultar em uma interpretação equivocada das mensagens enviadas de uma cultura para a outra.

Conteúdos programáticos

- . Comunicação Transnacional: conceitos introdutórios.
 - . Globalização, Comunicação e Cultura.
 - . Global Interventions in Search of Communication Theory in Human Diversity.
 - . Europe, Africa em USA, Asian Interventions: A Revisit and case studies.
 - . Empresas transnacionais e os meios de comunicação.
 - . Os media internacionais: a tecnologia como motor de mudanças.
 - . Identidade cultural, tecnologia e Televisão.
 - . Competitividade, liberalização e privatização: a informação com foco no mercado.
-

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

As aulas consistem em exposição de conteúdos programáticos (T), análise de artigos em grupos com a supervisão da docente e discussão em grupos (TP), apoio individualizado dos alunos (OT).

A avaliação consiste em três componentes:

A avaliação consiste em três componentes de avaliação: (i) assiduidade de frequência mínima de 75% das aulas e avaliação continua com realização de trabalhos individuais em sala de aula (20%)

um trabalho de grupo, com apresentação escrita e oral do mesmo (20% na nota final) e um teste escrito individual (60% da nota final). Todos os alunos que tirarem nota inferior a 7 sete valores no teste escrito terão que ir obrigatoriamente a exame.

Bibliografia principal

- Gershon, R. A. (1997). The transnational media corporation: Global messages and free market competition. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gudykunst, W. ; Bella Mody, B. (2002) Handbook of international and intercultural communication. 2nd ed. Thousand Oaks [Calif.]: Sage Publications
- Mattelart, A. (1999). A mundialização da comunicação. Instituto Piaget.
- Miike, Y.; Yin, Y. (2022). The Handbook of Global Interventions in Communication Theory.
- Rodrigues, A. D. (1994). Comunicação e cultura. A Experiência Cultural na Era da Informação. 3ª ed. Lisboa: Edições Presença.
- Wolton, D. (2004). A outra globalização. Difel.
- Santos, A. S. (2017) Dinâmica transnacional da media: processos de regulação na globalização comunicacional.

Academic Year 2023-24

Course unit TRANSNATIONAL COMMUNICATION

Courses COMMUNICATION SCIENCES (1st cycle) (*)

(*) Optional course unit for this course

Faculty / School SCHOOL OF EDUCATION AND COMMUNICATION

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 320

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives) 4,8,17

Language of instruction Portuguese

Teaching/Learning modality Presencial

Coordinating teacher Cármen Zita Batalha Garcia Monereo

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Cármen Zita Batalha Garcia Monereo	TP	TP1	42TP

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

Contact hours	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
	0	42	0	0	0	0	0	0	156

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

No applicable

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

To understand the debate that is taking the debate on the globalization of the communication, mainly of transnational media companies and technological development.

- . Analyze the influence of the powerful transnational industry on the culture of the different peoples of the world and the economic strength they represent.
- . Develop analysis skills on the role of transnational industry played in Third World countries and the excessive technological dependence that these countries have on transnational companies and their countries of origin.
- . Analyze issues to be understood by organizations in their communication with other cultures; more specifically, aspects that may result in a misinterpretation of messages sent from one culture to another.

Syllabus

Transnational Communication: introductory concepts.

- . Globalization, Communication and Culture.
 - . Global Interventions in Search of Communication Theory in Human Diversity.
 - . Europe, Africa in the USA, Asian Interventions: A Revisit and case studies.
 - . Transnational enterprises and the media
 - . The international media: technology as a change engine.
 - . Cultural identity, technology, and television.
 - . Competitiveness, liberalization, and privatization: information focused on the market.
-

Teaching methodologies (including evaluation)

The classes consist of exposition of programmatic contents (T), analysis of articles in groups with the supervision of the teacher and discussion in groups and group-class (TP), individualized support of students (OT).

The evaluation consists of three components:

- (i) minimum attendance of 75% of classes and continuous assessment with :
 - (ii) a poster presentation (20%)
 - (iii) an individual written test (60%) of the final grade.
- All the students who score less than 7 (seven) values in the written test to exam.
-

Main Bibliography

- Gershon, R. A. (1997). The transnational media corporation: Global messages and free market competition. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gudykunst, W. ; Bella Mody, B. (2002) Handbook of international and intercultural communication. 2nd ed. Thousand Oaks [Calif.]: Sage Publications
- Mattelart, A. (1999). A mundialização da comunicação. Instituto Piaget.
- Miike, Y.; Yin, Y. (2022). The Handbook of Global Interventions in Communication Theory.
- Rodrigues, A. D. (1994). Comunicação e cultura. A Experiência Cultural na Era da Informação. 3ª ed. Lisboa: Edições Presença.
- Wolton, D. (2004). A outra globalização. Difel.
- Santos, A. S. (2017) Dinâmica transnacional da media: processos de regulação na globalização comunicacional.