

---

**Ano Letivo** 2021-22

---

**Unidade Curricular** TECNOLOGIAS MULTIMÉDIA

---

**Cursos** MARKETING DIGITAL

---

**Unidade Orgânica** Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

---

**Código da Unidade Curricular** 19291009

---

**Área Científica** CIÊNCIAS INFORMÁTICAS

---

**Sigla**

---

**Código CNAEF (3 dígitos)** 481

---

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

---

**Línguas de Aprendizagem** Português

---

**Modalidade de ensino**

Presencial e/ou à distância

---

**Docente Responsável**

Pedro Miguel Gonçalves Lima Cascada

---

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Pedro Miguel Gonçalves Lima Cascada	PL; TP	TP1; PL1	12TP; 30PL

\* 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	S2	12TP; 30PL	130	5

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

---

**Precedências**

Sem precedências

---

**Conhecimentos Prévios recomendados**

Não tem

---

**Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)**

Dominar os conceitos e a terminologia, bem como ter a capacidade de utilização de meios multimédia que permitam a aplicação corrente na atividade profissional.

Possuir uma atitude adaptativa a um envolvimento crescentemente apoiado nas tecnologias de informação, no desenvolvimento de conteúdos criativos no local de trabalho.

No final da unidade curricular, espera-se que o estudante seja capaz de:

- Dominar as técnicas de produção e tratamento de diferentes tipos de ficheiros multimédia (áudio digital e vídeo digital);
- Utilizar ferramentas de produtividade no tratamento de áudio e vídeo;
- Conceber produtos multimédia utilizando um conjunto de aplicações informáticas que combinem os vários tipos de media.

### Conteúdos programáticos

1. O Multimédia.
    - 1.1. Conceito, tipologia e características da informação multimédia.
    - 1.2. Aplicações multimédia e sua aplicação ao marketing digital.
    - 1.3. Enquadramento legal dos conteúdos multimédia.
  2. Componentes do Multimédia.
    - 2.1. Imagem digital.
    - 2.2. Áudio digital.
    - 2.3. Vídeo digital.
  3. Multimédia para a internet.
  4. Conceção e gestão de projetos multimédia.
- 

### Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A unidade curricular apresenta-se sob a forma de aulas teórico-práticas.

Avaliação da UC:

- Componente de Avaliação por Frequência (CAF) (peso 40%) + Exame (peso 60%);
  - Avaliação da CAF: 40% - Trabalho de Grupo; 60% - Teste;
  - Dispensa de exame: CAF  $\geq$  12 valores;
  - Caso seja favorável ao aluno, a nota de exame de época normal pondera com a CAF para o cálculo da nota de admissão a exames posteriores durante o ano letivo de obtenção da CAF;
  - Na época especial de conclusão de curso ou de melhoria, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC;
  - O aluno pode utilizar a CAF obtida no ano letivo anterior na UC, mediante solicitação prévia, por escrito, ao docente.
- Nos termos do Despacho reitoral 59/2015, artigo 6 - Assiduidade, a assiduidade é obrigatória, considerando-se que o estudante cumpre o dever de assiduidade a uma UC quando não excede o número limite de faltas correspondente a 25% das horas de contacto previstas.
- 

### Bibliografia principal

- Costello, V. (2017). *Multimedia Foundations: Core Concepts for Digital Design*. Routledge.
- Faulkner, A., Conrad, C. (2020). *Adobe Photoshop Classroom in a Book (2020 release)*. Adobe Press.
- Fonseca, N. (2012). *Introdução à Engenharia de Som, 6.ª Edição Atualizada*. FCA - Editora Informática.
- Maxim, M. (2020). *Adobe Premiere Pro Classroom in a Book (2020 release)*. Adobe Press.
- Ribeiro, N. (2012). *Multimédia e Tecnologias Interativas, 5ª Edição Atualizada e Aumentada*. FCA - Editora Informática.
- Ribeiro, N. & Torres, J. (2009). *Tecnologias de Compressão Multimédia*. FCA - Editora Informática.

---

**Academic Year** 2021-22

---

**Course unit** MULTIMEDIA TECHNOLOGIES

---

**Courses** DIGITAL MARKETING

---

**Faculty / School** SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

---

**Main Scientific Area**

---

**Acronym**

---

**CNAEF code (3 digits)** 481

---

**Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives)** 4

---

**Language of instruction** Portuguese-PT

---

**Teaching/Learning modality** Classroom-based and/or distance learning

**Coordinating teacher** Pedro Miguel Gonçalves Lima Cascada

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Pedro Miguel Gonçalves Lima Cascada	PL; TP	TP1; PL1	12TP; 30PL

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

Contact hours	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
	0	12	30	0	0	0	0	0	130

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**

None.

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

Master the concepts and terminology, as well as having the ability to use multimedia means that enable the current application in professional activity.

Owning an adaptive attitude to involvement increasingly supported by information technologies, in the development of creative content in the workplace.

At the end of the course, it is expected that the student is able to:

- Mastering the techniques of production and processing of different types of multimedia files (digital audio and digital video);
- Use productivity tools in the treatment of audio and video;
- Design multimedia products using a set of computer applications that combine different types of media.

## Syllabus

1. The Multimedia.
    - 1.1. Concept, type and characteristics of multimedia information.
    - 1.2. Multimedia applications and their application to Digital Marketing.
    - 1.3. Legal framework for multimedia content.
  2. Components of Multimedia.
    - 2.1. Digital Image.
    - 2.2. Digital Audio.
    - 2.3. Digital Video.
  3. Multimedia for the Internet.
  4. Design and management of multimedia projects.
- 

## Teaching methodologies (including evaluation)

This CU offers theoretical and practical classes.

Assessment:

- Continuous Assessment (CA) component (40%) + Exam (60%).
  - The CA component comprises: 40% - Work Group; test - 60%;
  - Students with a final CA grade of  $\geq 12$  are exempt from the exam.
  - If favourable to the student, the exam mark from the 1st exam period calculated with the CA grade will be applied for admission to further exam periods during the same academic year.
  - In the Special Exam Period for concluding the Course, or for improving the final classification, the exam weighting is 100%.
  - The student may use the CA grade obtained in the previous academic year by applying in writing to the course unit teacher.
- Attendance to classes is compulsory, being the student obliged to be present at a minimum of 75% of the contact hours. Please refer to the "Despacho Reitoral 59/2015, artigo 6 - Assiduidade", for the regulations on exemption situations and absences justifications.
- 

## Main Bibliography

- Costello, V. (2017). *Multimedia Foundations: Core Concepts for Digital Design*. Routledge.
- Faulkner, A., Conrad, C. (2020). *Adobe Photoshop Classroom in a Book (2020 release)*. Adobe Press.
- Fonseca, N. (2012). *Introdução à Engenharia de Som, 6.ª Edição Atualizada*. FCA - Editora Informática.
- Maxim, M. (2020). *Adobe Premiere Pro Classroom in a Book (2020 release)*. Adobe Press.
- Ribeiro, N. (2012). *Multimédia e Tecnologias Interativas, 5ª Edição Atualizada e Aumentada*. FCA - Editora Informática.
- Ribeiro, N. & Torres, J. (2009). *Tecnologias de Compressão Multimédia*. FCA - Editora Informática.