

Ano Letivo	2022/2023										
Microcredencial	Comunicação e Co-criação de Conteúdos Digitais										
Regime de funcionamento	e.Learning										
Nível do Quadro Europeu de Qualificações	7										
ECTS/Tempo de trabalho (horas)											
	ECTS	Total	Horas de contacto								
	3	75	T	TP	PL	S	TC	E	O	OT	EC
			21								
Docente Responsável (carga letiva)	Carolina Oliveira Santos (21 horas)										
Outros Docentes (cargas letivas respetivas)											
Pré-requisitos	N/A										
Objetivos de aprendizagem	Analisar, discutir e avaliar os aspetos que devem orientar a escolha e utilização de canais de comunicação ajustados aos estudantes e aos objetivos de aprendizagem. Desenvolver competências centradas na cocriação de conteúdos digitais. Conceção, desenvolvimento e publicação de um conteúdo digital desenvolvido em cocriação.										
Conteúdos programáticos	Comunicação, conceito e público alvo. Cocriação conceito e práticas. Conteúdos digitais, tipos e características.										
Metodologias de ensino	Esta microcredencial irá decorrer a distância, através da plataforma eWebIPPortalegre, assim metodologia a adotar assenta em dois pilares fundamentais: estudo e reflexão individual e trabalho colaborativo dos membros da comunidade. Privilegiar-se-á a comunicação assíncrona com a utilização de Fóruns, proporcionando um contexto de ensino e aprendizagem baseado na interação diversificada entre os formandos e o docente, entre os formandos, e destes com os recursos e atividades de aprendizagem. Semanalmente, será realizada uma sessão síncrona de duração e conteúdo variável, em função da natureza das atividades.										
Metodologia de avaliação	A avaliação assume um carácter contínuo, tendo em consideração a participação nas sessões (síncronas e assíncronas) e a elaboração das diferentes tarefas que irão ser propostas ao longo da microcredencial. A avaliação será feita com base nas atividades e resultará da ponderação da dinâmica, interação e qualidade das participações e da argumentação nas atividades realizadas em Fórum de discussão. Para além disso será tida em conta o trabalho prático a desenvolver.										
Referências bibliográficas	Díaz-Méndez, M., & Gummesson, E. (2012). Value co-creation and university teaching quality: consequences for the European higher education area (EHEA). Journal of Service Management.										

-
- Dollinger, M., Lodge, J., & Coates, H. (2018). Co-creation in higher education: Towards a conceptual model. *Journal of Marketing for Higher Education*, 28(2), 210-231.
- Duncan, T., & Caywood, C. (2013). The concept, process, and evolution of integrated marketing communication. In *Integrated Communication* (pp. 13-34). Psychology Press.
- Finch, D., & Jacobs, K. (2012, September). Online education: Best practices to promote learning. In *Proceedings of the human factors and ergonomics society annual meeting* (Vol. 56, No. 1, pp. 546-550). Sage CA: Los Angeles, CA: SAGE Publications.
- Judson, K. M., & Taylor, S. A. (2014). Moving from marketization to marketing of higher education: The co-creation of value in higher education. *Higher education studies*, 4(1), 51-67.
- Könings, K. D., Mordang, S., Smeenk, F., Stassen, L., & Ramani, S. (2021). Learner involvement in the co-creation of teaching and learning: AMEE Guide No. 138. *Medical Teacher*, 43(8), 924-936.
- Ravazzani, S., & Hazée, S. (2022). Value co-creation through social media: A multistakeholder, communication perspective. *Journal of Service Management*, (ahead-of-print).
- Sashi, C. M. (2021). Digital communication, value co-creation and customer engagement in business networks: a conceptual matrix and propositions. *European journal of marketing*, 55(6), 1643-1663.
- Writer, F. (2014). The co-creation paradigm. *Strategic Direction*, 30(10).
-