

FICHA DE UNIDADE CURRICULAR (UC) (Documento ainda não validado pela Coordenação de Curso)

Atualizado a	2024/10/21																															
Ano Lectivo / Período	2024/25 / S1																															
Curso	Jornalismo e Comunicação																															
Unidade Curricular	Organizações e Comunicação Online																															
Língua de ensino	Português Inglês																															
ECTS/tempo de trabalho (horas)	<table><tr><th>ECTS</th><th>Total</th><th colspan="9">Horas de contacto semestral</th></tr><tr><td rowspan="2">75</td><td rowspan="2">150</td><td>T</td><td>TP</td><td>PL</td><td>S</td><td>TC</td><td>E</td><td>O</td><td>OT</td><td>EC</td></tr><tr><td>0</td><td>60</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>30</td><td>0</td></tr></table> T - Teóricas; TP - Teórico-práticas; PL - Prática-laboratorial; S - Seminário; OT - Orientação tutorial; TC - Trabalho de campo; E - Estágio; EC - Ensino Clínico; O* - Outras horas caraterizadas como Ensino Clínico ao abrigo da Diretiva nº 77/453/CEE de 27 Junho adaptada pela Diretiva 2005/36/CE;	ECTS	Total	Horas de contacto semestral									75	150	T	TP	PL	S	TC	E	O	OT	EC	0	60	0	0	0	0	0	30	0
ECTS	Total	Horas de contacto semestral																														
75	150	T	TP	PL	S	TC	E	O	OT	EC																						
		0	60	0	0	0	0	0	30	0																						
Docente Responsável/Carga letiva (consentido RGPD) [Nome completo, contacto de email]	Cláudia Liz De Castro Pacheco / cpacheco@ipportalegre.pt																															
Pré-requisitos [unidades curriculares que lhe devem preceder ou competências à entrada]	Não se aplica																															
Objetivos de aprendizagem [Descrição dos objetivos gerais e/ou específicos] [Conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes]	Esta unidade curricular pretende ser um espaço privilegiado de reflexão em torno da crescente importância da área da comunicação online no contexto organizacional na sociedade contemporânea, bem como das relações de inter-dependência entre as organizações e o meio envolvente, procurando proporcionar aos alunos conhecimentos válidos sobre esta realidade. Num plano teórico os alunos deverão também perceber que as empresas e organizações de um modo geral estão cada vez mais conscientes de que a aposta nesta área é condição sine qua non para o sucesso empresarial, quer num plano interno (relações com os colaboradores), quer no que respeita ao estabelecimento de relações consistentes e duradouras com os vários públicos externos, outras organizações e com o meio envolvente. Numa dimensão mais pragmática, os alunos deverão desenvolver algumas competências nos domínios do desenvolvimento e implementação de estratégias de comunicação online em qualquer organização. As sessões letivas procuram organizar-se numa articulação constante entre os aspetos de natureza mais teórica e as ferramentas de intervenção essenciais dos profissionais em comunicação																															
Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	8 TRABALHO DIGNO E CRESCIMENTO ECONÓMICO  9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURAS  17 PARCERIAS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DOS OBJETIVOS 																															
Conteúdos Programáticos [estrutura de conteúdos a desenvolver para o total de horas previsto]	I A comunicação organizacional versus a comunicação online II Perspetivas evolutivas do marketing digital ao serviço das organizações III A era da experiência em comunicação IV A importância do marketing digital e das redes sociais para a organização moderna V- O web marketing e o marketing de conteúdo - reflexões VI Os pilares para a criação de uma identidade digital: da identidade à otimização.																															
Metodologias de ensino (avaliação incluída) [indicar os produtos, critérios e pesos de avaliação] (máx1000 caracteres)	1 - Metodologias de ensino A metodologia assenta em momentos de apresentação teórica mas principalmente em momentos de trabalho aplicado dos alunos, com crescente grau de diversidade em termos de situações reais, permitindo-lhes ganhar experiência e independência no manuseamento dos objetos de aprendizagem. A avaliação terá em conta o desenvolvimento de um trabalho de grupo, com aplicação em contexto real (50%) e a apresentação oral e escrita de uma recensão crítica(50%) sobre um artigo científico na área da comunicação digital 2 - Avaliação por frequência																															

**FICHA DE UNIDADE
CURRICULAR (UC)**
(Documento ainda não validado
na Coordenação de Curso)

-	Não se aplica	-
	3 - Avaliação por Exame	
Bibliografia	1 - Bibliografia Principal Afonso, Carolina & Alvarez, Sandra (2020). Ser Digital. Alfragide: Casa das Letras. Amaral, Inês (2016). Redes Sociais na internet, sociabilidades emergentes. Labcom.Covilhã. Carvalho, José Ricardo e Telleira, Ana Serrano (eds),(2015), Mobile and digital communication: approaches to public and private.Labcom.Covilhã. Khakpour, S. (2021). Social media advertising: The role of personalization in performance expectancy and customer purchase intention. [Dissertação de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa]. Repositório Universidade Nova. http://hdl.handle.net/10362/130279 Kotler, P., Setiawan, I., & Kartajaya, H. (2017). Marketing 4.0: do tradicional a digital. 1ªed. Rio de Janeiro: Sextante. Kotler P., & Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons. Grilo, M., Guimarães, A., Lamy, S., Pacheco, C.(2024). Estratégias de comunicação e cobertura midiática da Violência Obstétrica: o caso de uma associação em Portugal. AÇÃO MIDIÁTICA, n. 27, jan./jun. 2024 Curitiba. PPGCOM - UFPR, ISSN 2238-07011. https://revistas.ufpr.br/acaomidiatica Pacheco, C.; Carlos, H.; Grilo, M. M.; Barradas, V. (2021) Repenser les Relations Publiques en temps de pandémie : La communication numérique du Polytechnique de Portalegre. ESSACHESS - Journal for Communication Studies - Public Relations and Communications during the Covid-19 Pandemic. Vol 14, No 2(28), 101-128. Elsevier. ISSN 1775-352X. ISSN 2066-5083. DOI: https://doi.org/10.21409/6ma8-1183 SCOPUS(Q3) 2 - Bibliografia Complementar	
Situações especiais [estudantes com estatuto especial]	1 - Avaliação por frequência - Estudantes com Estatuto Especial 2 - Avaliação por exame - Estudantes com Estatuto Especial	