FICHA DE UNIDADE CURRICULAR (UC)

POLITÉCNICO DE PORTALEGRE

POLITÉCNICO DE PORTALEGRE
Escola Superior de Educação e Ciências Sociais

Atualizado a	2023/09/12
Ano Lectivo / Periodo	2023/24 / S1
Curso	Jornalismo e Comunicação
Unidade Curricular	Organizações e Empresas Mediáticas
Língua de ensino	Português.

ECTS/tempo de trabalho (horas)

ECTS	Total	Horas de contacto semestral								
		T	TP	PL	S	TC	E	O	OT	EC
6			45						15	

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;

Docente Responsável/Carga letiva (consentido RGPD)
[Nome completo, contacto de email]

Cláudia Liz De Castro Pacheco / cpacheco@ipportalegre.pt

Docente Responsável/Carga letiva (consentido RGPD)
[Nome completo, contacto de email]

Patrícia Alexandra Correia Ascensão / patricia.ascensao@ipportalegre.pt

Pré-requisitos
[unidades curriculares que lhe devem preceder ou competências à entrada]

Objetivos de aprendizagem
[Descrição dos objetivos gerais e/ou específicos] [Conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes]

A Unidade Curricular de Organizações e Empresas Mediáticas tem dois objetivos que se desenvolvem em dois eixos diferentes. Um dos eixos tem como objetivo geral permitir aos alunos compreenderem o que são organizações e empresas mediáticas e como objetivo específico o entendimento de que ferramentas de comunicação levam uma empresa tornar-se mediática. Neste âmbito são estudados os parceiros que desenvolvem o trabalho para que uma empresa se torne mediática como as agências de comunicação.
O segundo eixo leva a uma abordagem dos grandes grupos editoriais que são considerados por alguns autores empresas mediáticas.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Conteúdos Programáticos
[estrutura de conteúdos a desenvolver para o total de horas previsto]

Os conteúdos programáticos da Unidade Curricular Organizações e empresas mediáticas estão de acordo com os objetivos da UC.
1. Empresas mediáticas: conceito de empresa mediática.
Quais as ferramentas que levam uma empresa a ser popular entre os órgãos de comunicação social.
2. Agências de comunicação e o seu papel na contribuição de fazer chegar uma empresa ao nível de empresa mediática. Caracterização de agências de comunicação e apresentação da sua estrutura interna. Apresentação de técnicas para que uma empresa se torne mediática.
3. Os grandes grupos editoriais da atualidade. Apresentação das suas estruturas

4.Empresas Mediáticas do setor jornalístico
a. As Agências de Notícias O caso da Agência Lusa
História do setor
b Organização e dinâmica das agências de notícias

5. Imprensa Organização e desenvolvimento do Setor
a Empresas e projetos
b Concentração de empresas mediáticas
c O Jornal/empresa enquanto organização noticiosa
d A organização e estruturas dos jornais
e Hierarquias e rotinas de trabalho

6 Televisão

	a Organização e desenvolvimento do Setor b Empresas e projetos c Concentração de empresas mediáticas do setor televisivo d A Televisão enquanto espaço jornalístico e A organização e estruturas das empresas televisivas f Hierarquias e rotinas de trabalho 7 Rádio a O setor da rádio em Portugal o privado e o público b A radiodifusão local portuguesa c A rádio no contexto dos grupos de média 8. Cibermeios a) A migração dos média para a Internet. b) A reorganização das empresas mediáticas no contexto digital. c)Tipos de cibermeios: os meios migrados e os novos médios.
Metodologias de ensino (avaliação incluída) [indicar os produtos, critérios e pesos de avaliação] (máx1000 carateres)	**1 - Metodologias de ensino** As metodologias de ensino englobam aulas teóricas de forma a passar os conhecimentos teóricos de base. Nas aulas práticas são analisados casos de empresas que se tornaram mediáticas. **2 - Avaliação por frequência** A avaliação por frequência tem um peso de 50% e avalia os conhecimentos de caráter teórico. A avaliação através do trabalho- 50%. **3 - Avaliação por Exame** Avaliação por Exame integra toda a matéria lecionada.
Bibliografia	**1 - Bibliografia Principal** Lendrevie, J.; Levy, J; Dionisio, P.; Rodrigues, J. (2015). Mercator. (16ª Edição). D. Quixote. Castro, J. (2007). Comunicação de Marketing. Edições Sílabo Clifton, R.; Simmons, J. (2005). O mundo das marcas. Actual Editora. Cardoso, G., & Baldi, V. (2019). Comunicação Social Mercado Português: Tendências e Modelos. Obercom. Cardoso, G., & Mendonça, S. (2017a). A Imprensa em Portugal: Desempenho e indicadores de gestão (2008-2016). Obercom. Cardoso, G., & Mendonça, S. (2017b). A Televisão em Portugal Análise das audiências e dinâmicas concorrenciais do mercado televisivo português entre 1999 e 2016. Obercom. ERC (Series Ed.). (2012). Relatório de Regulação de 2011 (p. VOL1). Lisboa: ERC. Flipsnack. (n.d.). Estudo A DesinformaçãoContexto Europeu e Nacional. Retrieved November 5, 2019, from Flipsnack website: https://www.flipsnack.com/ERCpt/estudo-a-desinforma-o-contexto-europeu-e-nacional/full-view.html Fowler-Watt, K., Allan, S., Bournemouth University, & Centre for Journalism & Communication Research. (2013). Journalism: New challenges. Retrieved from http://microsites.bournemouth.ac.uk/cjcr/publications/journalism-new-challen Livro de Estilo Lusa. (n.d.). 50. Zelizer, B. (2010). About to die: How news images move the public. Oxford; New York: Oxford University Press. Bonixe, L. (2019) As Rádios Locais em Portugal: da origem à Internet. Contexto para a prática do jornalismo de proximidade. Ebook. Disponível em: http://www.icnova.fcsh.unl.pt/as-radios-locais-em-portugal-da-genese-ao-online-contexto-e-pratica-do-jornalismo-de-proximidade/ Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), (2009), e. Caracterização do sector da radiodifusão local. Lisboa: ERC. Maia, M. (1995). A Telefonia. Lisboa: Círculo dos Leitores.

Obercom, (2018). As Rádios Locais em Portugal - Caracterização, tendências e futuros. Acedido a 21 de novembro de 2018, em: https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/04/CIUL-CV-OberCom2018-Ra%CC%81dios-Locais-Caracterizac%CC%A7a%CC%83o-tende%CC%82ncias-e-futuros-.pdf.

Obercom (2013) Media em Movimento. Acedido a 14 de dezembro de 2013, em: http://www.obercom.pt/client/?newsId=428&fileName=media_em_movimento_2013.pdf.
Santos, S. C. (2013). Os média de Serviço Público. ebook disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20130523-201305_silviocorreiasantos_mediaservicopublico.pdf

Santos, R. (2005). Rádio em Portugal: tendências e grupos de comunicação na actualidade. Comunicação e Sociedade, vol. 7, 137-152.

Silva, E. C. (2014). Rádios Locais: Concentração e Regulação. In Reis, A.I; Ribeiro, F; Portela, P. (Ed.) 25 Anos de Rádios Locais: das piratas às locais. (43-60) Acedido a 21 de janeiro de 2019, em: http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/issue/view/165.

Bibliografia

Bastos, H. (2000). Jornalismo Electrónico Internet e Reconfiguração de Práticas nas redacções. Coimbra: Minerva.

Canavilhas, J. & Rodrigues, C. (Org.) (2017) Jornalismo Móvel: linguagem, géneros e modelos de negócio ed. 1. Covilhã: Livros Labcom. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201704041535-201704_jdm.pdf

Jerónimo, P. (2016). Ciberjornalismo de Proximidade. Livros Labcom. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201510231222-201519_ciberjornalismo_pjeronimo.pdf

Zamith, F. (2013). A Contextualização no Ciberjornalismo. Porto: Afrontamento.

2 - Bibliografia Complementar

Ruão, T. (2003). As marcas e o valor da imagem: a dimensão simbólica das actividades econômicas.
Ruão, T. (2017). Marcas e Identidades. Humus Editora. V.N.Famalicao.

Situações especiais

[estudantes com estatuto especial]

1 - Avaliação por frequência - Estudantes com Estatuto Especial

Aos alunos com Estatuto especial é dedicada maior atenção durante o momento de avaliação individual. O enunciado das provas é lido em voz alta pelo docente e as questões são explicadas de forma o aluno não ter dúvidas sobre o que é questionado. Poderá ter mais tempo para resolver o enunciado se necessitar. A avaliação por frequência tem um peso de 60% e avalia os conhecimentos de caráter teórico. A avaliação através de trabalhos - 40%.

2 - Avaliação por exame - Estudantes com Estatuto Especial

Aos alunos com Estatuto especial é dedicada maior atenção durante o momento de avaliação individual. O enunciado das provas é lido em voz alta pelo docente e as questões são explicadas de forma o aluno não ter dúvidas sobre o que é questionado. Poderá ter mais tempo para resolver o enunciado se necessitar. Avaliação por Exame integra toda a matéria lecionada.