

Programa | Course Description

Unidade Curricular | *Course Unit*

Linguagem dos Media | *Media Language*

Código da UC | *UC Code*

LAC2.11612

Créditos ECTS | *ECTS Credits*

6 ECTS

Horas de Trabalho | *Work Hours*

168H (6 ECTS)

Ciclo de Estudos | *Level*

Licenciatura | BA

Ano lectivo e semestre | *Academic year and Semester*

2024/2025, S1

Nome do(s) docente(s) | *Faculty*

Nelson Pinheiro Gomes

Turma | *Class*

TP 1

Língua de ensino | *Language of instruction*

Português

Programa de Turma | *Class Description*

O objetivo consiste em viabilizar conhecimento e instrumentos para produzir objetos/peças de comunicação em diferentes meios e formatos, tais como reportagens, peças publicitárias, e videojogos num contexto de worldbuilding.

I) Comunicação Social

- » Comunicar informação e a indústria dos media.
- » Práticas de pesquisa e de escrita de peças jornalísticas.

II) Branding e Comunicação Estratégica.

- » Bases do Marketing e da Comunicação Estratégica.

- » Branding e a construção/comunicação de marcas.
- III) Comunicação Digital e Gaming.
- » Práticas de comunicação no contexto de realidades digitais.
- » Inteligência artificial e a construção de narrativas.
- » Worldbuilding e comunidades digitais: construção de videojogos.

The aim is to provide knowledge and tools to produce communication objects/pieces in different media and formats, such as reports, advertising pieces, and video games in a worldbuilding context.

I) Social Communication

- » Communicating information and the media industry.
- » Practices of research and writing of journalistic pieces.

II) Branding and Strategic Communication.

- » Basics of Marketing and Strategic Communication.
- » Branding and building/communicating brands.

III) Digital Communication and Gaming.

- » Communication practices in the context of digital realities.
- » AI in the building of narratives.
- » Worldbuilding and digital communities: construction of video games.

Avaliação | *Grading and Assessment*

- » Dois Projetos a escolher entre (1) uma reportagem; ou (2) uma narrativa de comunicação de marca; ou (3) um videojogo. Ao nível destes trabalhos, os estudantes terão de trabalhar em grupo e individualmente, tal como na sua vida profissional futura. Terão lugar sessões de tutoria e de trabalho com orientação docente, pelo que a presença é obrigatória e o trabalho desenvolvido nas mesmas é também alvo de avaliação.
- » Prova presencial individual respeitante a diferentes pontos do programa.

- » Two Projects to choose from (1) a reportage; or (2) a brand communication narrative; or (3) a video game. At the level of these works, students will have to work in groups and individually, as in their future professional lives. Tutoring and work sessions will take place, so attendance is mandatory and the work developed in them is also subject to evaluation.
- » Individual test regarding different points of the program.

Bibliografia | *Bibliography*

- Castells, Manuel (2009). "Communication in the Digital Age". Communication Power. Oxford: Oxford University Press.
- Darnton, Robert (1975). "Writing news and telling stories". Daedalus, 104 (2), pp. 175-194.
- Calcutt, Andrew and Philip Hammond (2011). Journalism Studies: a critical introduction. NY: Routledge

Kapferer, Jean-Noel (2008). The New Strategic Brand Management. London: Kogan Page.
Heding, Tilde, Charlotte F. Knudtzen, Mogens Bjerre (2009). Brand Management: Research, theory and practice. NY: Routledge.

Requisitos (se aplicável) | Prerequisites (if applicable)

-
-