

Comunicação Social

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: R/A-Ef 641/2011/AL02

Ficha da Unidade Curricular: Análise de Audiências

ECTS: 5; Horas - Totais: 135.0, Contacto e Tipologia, TP:30.0; PL:15.0; OT:2.50;

Ano | Semestre: 2 | S2

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 9054817

Área Científica: Ciências da Comunicação

Docente Responsável

Carla Dias Marques da Cruz

Professor Adjunto Convidado

Docente(s)

Carla Dias Marques da Cruz

Professor Adjunto Convidado

Objetivos de Aprendizagem

O objetivo fundamental desta unidade curricular é o de conferir as competências que permitam aos alunos assimilar a relevância dos contributos da análise de audiências nas suas mais variadas aplicações bem como desenvolver competências de análise crítica.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

Esta unidade curricular pretende fomentar nos alunos a aquisição de conhecimentos e o desenvolvimento de capacidades e competências que lhes permitam:

- a) Compreender as dinâmicas entre os diferentes players envolvidos na análise das audiências;
- b) Identificar as características dos meios e dominar as metodologias de análise para cada tipologia de meio de comunicação, offline e online;
- c) Enquadrar a temática no contexto da era digital;
- d) Compreender as principais métricas de audiências;
- e) Possuir um elevado grau de familiarização com os mais recentes estudos de audiências;
- f) Conhecer e interpretar os principais estudos de mercado com relevância para a análise de audiências;

g) Interpretar e avaliar criticamente os resultados provenientes de análises de audiências reais, particularmente dados de cariz quantitativo.

Conteúdos Programáticos

1. Audiências.
2. Os media offline e online.
3. Métricas de eficácia nos media.
4. Os estudos de mercado.
5. Os media e as audiências.
6. Análise dos estudos de Audiências.

Conteúdos Programáticos (detalhado)

1. Audiências
 - 1.1. Conceito.
 - 1.2. Principais players do mercado.
 - 1.3. O poder e a guerra das audiências.
2. Os media offline e online
 - 2.1. Evolução e características.
3. Métricas de eficácia nos media
 - 3.1. Principais métricas no offline.
 - 3.2. Principais métricas no online.
4. Os Estudos de mercado
 - 4.1. Estudos qualitativos e quantitativos.
 - 4.2. Tipos de estudos.
5. Os media e as audiências
 - 5.1. Métodos de medição de audiências nos diferentes meios.
 - 5.2. Tabelas de Publicidade.
 - 5.3. Negociação nos media.
6. Análise dos estudos de Audiências
 - 6.1. Análise de dados em estudos de audiências em Televisão.
 - 6.2. Estudos de audiências em Rádio.
 - 6.3. Estudos de audiências em Imprensa.
 - 6.4. Estudo de Audiências em sites.

Metodologias de avaliação

Avaliação contínua:

- A. Trabalho de grupo: 40%
- B. Prova escrita: 40%

C. Participação: 20%

Aprovação com classificação igual ou superior a 10 valores, resultante da média ponderada, desde que não haja nenhum elemento de avaliação com nota inferior a 8 valores.

Os trabalhos entregues fora do prazo estipulado ou resultantes de plágio, parcial ou total, serão avaliados com a classificação 0 (zero). Os alunos ficam automaticamente admitidos a exame.

Os alunos com estatuto de trabalhador-estudante deverão contactar a docente até ao dia 28 de Março do corrente ano para definir o plano de trabalho e a calendarização, tendo em conta os seus horários e/ou disponibilidades conjugadas com as exigências de aprendizagem da UC.

Avaliação Final:

Exame - prova escrita (100%)

Aprovação com classificação igual ou superior a 10 valores.

Nota: Caso o cenário do ensino à distância entre em vigor, a prova escrita, em avaliação contínua ou exame, poderá ser substituída pela realização de um trabalho e/ou de uma prova online e/ou prova oral.

Software utilizado em aula

PowerPoint

Plataforma de e-learning/Moodle

Plataforma Teams

Zoom

Estágio

Não aplicável.

Bibliografia recomendada

- Abrantes, J. e Davan, D. (2006). *Televisão: Das Audiências aos Públicos*. Livros Horizonte. Lisboa

- Elias, H. (2006). *A Sociedade Optimizada pelos Media*. MediaXXI - Formal Press. Lisboa

- Livingstone, S. (2004). *The challenge of changing audiences: Or, what is the researcher to do in the age of internet?*. Londres: LSE Research. Londres

- Portela, P. (0). *Introdução aos estudos de audiência* Acedido em 16 de fevereiro de 2021 em www.cecs.uminho.pt

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Objetivo a) – conteúdos 1, 5 e 6;

Objetivo b) – conteúdos 2, 3, 5 e 6;

Objetivo c) – conteúdos 1, 2, 3, 4, 5 e 6;

Objetivo d) – conteúdo 3;

Objetivo e) – conteúdos 3, 4, 5 e 6;

Objetivo f) – conteúdo 4;

Objetivo g) – conteúdo 6.

Metodologias de ensino

Método teórico e expositivo. O docente poderá adotar o papel de moderador com o objetivo de gerar o espírito analítico e crítico.

Em situação de ensino a distância, as aulas poderão recorrer ainda ao método síncrono e assíncrono e a aulas invertidas.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

A metodologia teórica permite alcançar os objetivos a, b, d e f. A metodologia expositiva é transversal a todos os conteúdos, de a a g. Por sua vez, a ação do docente enquanto moderador estará relacionada com os objetivos b e g. Finalmente, a aula invertida focar-se-á nos objetivos b, c, e g.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

Não aplicável.

Programas Opcionais recomendados

NA

Observações

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
- 8 - Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos;

Docente responsável
