

<b>ID</b>	3073
<b>Unidade Curricular</b>	Media Digital e Gestão do Desporto
<b>Regente</b>	Alcides Vieira Costa
<b>Objectivos</b>	<p>a) Compreender a relação entre a media digital, o desporto e a sociedade;</p> <p>b) Compreender o papel das plataformas digitais no contexto das organizações de desporto;</p> <p>c) Identificar características comuns e distintivas das plataformas online;</p> <p>d) Identificar e desenvolver quadros conceptuais para a compreensão da experiência do consumidor de desporto por meio das medias digitais, entre elas as redes sociais;</p> <p>e) Perceber o impacto do envolvimento do consumidor por meio dos media digitais para as organizações de desporto;</p> <p>f) Dominar modelos estratégicos de desenvolvimento das medias digitais para as organizações de desporto.</p>
<b>Conteúdos Programáticos em Syllabus</b>	<p><b>a) Relação entre media digital, desporto e sociedade</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- O impacto da globalização nas tecnologias de comunicação e informação</li> <li>- A nova economia e suas relações com as medias digitais e com o desporto</li> </ul> <p><b>b) Plataformas digitais no contexto do desporto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceitos</li> <li>- Características e aplicações</li> <li>- Processos de melhoria e produtividade</li> </ul> <p><b>c) Gestão da experiência do consumidor no contexto online</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelos para analisar a experiência</li> <li>- Intervenientes da utilização dos media digitais por parte dos consumidores</li> </ul> <p><b>d) O envolvimento do consumidor do desporto online</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptualização do envolvimento no contexto online</li> <li>- As redes sociais na gestão do envolvimento do consumidor</li> </ul> <p><b>e) Modelo estratégico para a nova media no desporto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Envolvimento com entidades desportivas</li> <li>- Motivações dos utilizadores</li> <li>- Conteúdos</li> <li>- Design</li> <li>- Desempenho</li> <li>- Usabilidade</li> <li>- E-commerce</li> </ul>

**Avaliação**

A avaliação contínua da disciplina será efetuada através de:

- a) Trabalho de grupo (50%, > 10 valores);
- b) Apresentação de um trabalho de grupo (50%, > 10 valores);
- c) 2/3 de presenças.

**Bibliografia**

Pedersen, P.; Laucella, P.; Kian, E.; Geurin, A. (2017). Strategic sport communication. 2 Ed. US: Human Kinetics.

Manuel Castells (2012). Era da informação: Economia, sociedade e cultura - 4ª Edição. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Manuel Castells (2004). A galáxia internet - reflexões sobre internet, negócios e sociedade. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.