

ID	3482
Unidade Curricular	Media Digital e Gestão do Desporto
Regente	Alcides Vieira Costa
Objectivos	<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>
Conteúdos Programáticos em Syllabus	<p>a) Relação entre media digital, desporto e sociedade</p> <ul style="list-style-type: none"> - O impacto da globalização nas tecnologias de comunicação e informação - A nova economia e suas relações com as medias digitais e com o desporto <p>b) Plataformas digitais no contexto do desporto</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conceitos - Características e aplicações - Processos de melhoria e produtividade <p>c) Gestão da experiência do consumidor no contexto online</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modelos para analisar a experiência - Intervenientes da utilização dos media digitais por parte dos consumidores <p>d) O envolvimento do consumidor do desporto online</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conceptualização do envolvimento no contexto online - As redes sociais na gestão do envolvimento do consumidor <p>e) Modelo estratégico para a nova media no desporto</p> <ul style="list-style-type: none"> - Envolvimento com entidades desportivas - Motivações dos utilizadores - Conteúdos - Design - Desempenho - Usabilidade - E-commerce

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.