

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

PRÓREITORIA DE GRADUAÇÃO



**PLANO DE ENSINO**

|  |  |
| --- | --- |
| **I. IDENTIFICAÇÃO** | |
| UNIDADE ACADÊMICA: Faculdade de Informação e Comunicação | |
| CURSO: Gestão da Informação | |
| DISCIPLINA: Mídias Sociais | |
| CARGA HORÁRIA SEMANAL: 4 | CARGA HORÁRIA TOTAL: 64 |
| ANO/SEMESTRE: 2017/1 | TURNO/TURMA: Matutino/A |
| PROFESSOR: Dalton Lopes Martins | |
| **II. EMENTA**  Era da informação e do conhecimento. Redes sociais e mídias sociais: história, conceitos e princípios básicos. Relações entre as mídias sociais e a mídia tradicional. Os primórdios e fatores estruturantes das comunidades virtuais. Laços sociais e o impacto nas redes online. Códigos comportamentais, mercadológicos e comunicacionais próprios do ambiente digital. Utilização das redes sociais e colaborativas para a criação, compartilhamento, comentário, avaliação, classificação, recomendação e disseminação de conteúdos digitais. Impacto das mídias sociais na reputação digital de organizações, produtos e pessoas. | |
| **III. OBJETIVO GERAL**  Formar os alunos de modo a serem capazes de se tornarem ANALISTAS DE MÍDIAS SOCIAIS, com capacidade de avaliar impacto de uma estratégia de mídia, sendo capaz de mapear necessidades, colher dados, produzir indicadores, gerar visualizações e analisar e transformar em informação estratégica | |
| **IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**   1. Entender o funcionamento dos serviços de mídias sociais e seus impactos nos modos de organização do trabalho e vida contemporânea 2. Entender o que faz o profissional do Analista de Mídias Sociais: funções, atribuições, trabalhos e conhecimento técnico desejado; 3. Entender como analisar mídias sociais: indicadores, métricas, formas de extração de dados e técnicas de análise. | |
| **V. CONTEÚDO**   1. Era da informação e do conhecimento. 2. Redes sociais e mídias sociais: história, conceitos e princípios básicos. 3. Relações entre as mídias sociais e a mídia tradicional. 4. Os primórdios e fatores estruturantes das comunidades virtuais. 5. Laços sociais e o impacto nas redes online. 6. Códigos comportamentais, mercadológicos e comunicacionais próprios do ambiente digital. 7. Utilização das redes sociais e colaborativas para a criação, compartilhamento, comentário, avaliação, classificação, recomendação e disseminação de conteúdos digitais. 8. Impacto das mídias sociais na reputação digital de organizações, produtos e pessoas. | |
| **VI. METODOLOGIA**   * Aulas expositivas de teoria e método   + Aulas práticas com ferramentas de análise de redes   + Orientação de projetos e discussão de resultados | |
| **VII. PROCESSOS E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO**   * 30% - resenhas de textos * 40% - projeto prático * 30% - avaliações P1 e P2 | |
| **VIII. CRONOGRAMA**   |  |  | | --- | --- | | 08 a 10/03 | Introdução a disciplina e Era da informação e do conhecimento | | 15 a 17/03 | Redes sociais e mídias sociais: história, conceitos e princípios básicos | | 22 a 24/03 | Redes sociais e mídias sociais: história, conceitos e princípios básicos | | 29 a 31/03 | Relações entre as mídias sociais e a mídia tradicional | | 05 a 07/04 | Relações entre as mídias sociais e a mídia tradicional | | 12 a 14/04 (não haverá aula – Paixão de Cristo) | Os primórdios e fatores estruturantes das comunidades virtuais | | 19 a 21/04 (não haverá aula – Tiradentes) | Laços sociais e o impacto nas redes online | | 26 a 28/04 | Laços sociais e o impacto nas redes online | | 03 a 05/05 | Prova P1 e Códigos comportamentais, mercadológicos e comunicacionais próprios do ambiente digital | | 10 a 12/05 | Utilização das redes sociais e colaborativas para a criação, compartilhamento, comentário, avaliação, classificação, recomendação e disseminação de conteúdos digitais. | | 17 a 19/05 | Utilização das redes sociais e colaborativas para a criação, compartilhamento, comentário, avaliação, classificação, recomendação e disseminação de conteúdos digitais. | | 24 a 26/05 | Utilização das redes sociais e colaborativas para a criação, compartilhamento, comentário, avaliação, classificação, recomendação e disseminação de conteúdos digitais. | | 31/05 a 02/06 | Impacto das mídias sociais na reputação digital de organizações, produtos e pessoas. | | 07 a 09/06 | Impacto das mídias sociais na reputação digital de organizações, produtos e pessoas. | | 14 a 16/06 | Impacto das mídias sociais na reputação digital de organizações, produtos e pessoas. | | 21 a 23/06 | Apresentação dos projetos finais | | 28 a 30/06 | Prova P2 e revisão final de notas | | |
| **IX. BIBLIOGRAFIA BÁSICA E COMPLEMENTAR**  **Bibliografia básica:**  BARABÁSI, Albert-László. Linked. **How everything is connected to everything else and what it means for business, science and everyday life**. Cambridge: Plume, 2003.  DEGENNE, Alain; FORSÉ, Michel. **Introducing social networks**. London: Sage, 1999.  LEMOS, André. Cibercultura. **Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2003.  LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.  CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.  CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.  **Bibliografia complementar:**  SILVA JUNIOR, A. B. **A empresa em rede**: desenvolvendo competências organizacionais. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.  BERTALANFFY, Ludwig Von. **Teoria geral dos sistemas**. Petrópolis: Vozes, 1975.  BELL, David. **An introduction to cybercultures**. London: Routledge, 2001.  FELINTO, Erick. **Passeando no labirinto**. Porto Alegre: Edipucrs, 2007.  LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: 34, 1993.  MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2002.  BAUDRILLARD, Jean. **Tela total**: mito-ironias da era do virtual e da imagem. Porto Alegre: Sulina, 1997. | |