

SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO

Licenciatura em Design Gráfico

Licenciatura em Design Gráfico (Pós-Laboral)

Código: 13404

Área Científica Predominante: Gestão Empresarial

Docente: Rita Barros Cerqueira Gonçalves

Idioma de Instrução: Português

Regime: S1

Carga Letiva: 60h Carga Trabalho: 40h

ECTS: 4,0

Objetivos

A unidade curricular de Sociologia da Comunicação visa proporcionar aos alunos um conjunto de conhecimentos e competências no âmbito da comunicação, nomeadamente:

1. Saber analisar os principais eixos teóricos estruturadores do campo da Sociologia da Comunicação;
2. Compreender e explicar o processo de comunicação interpessoal e identificar as suas funções; 3. Saber interpretar sociologicamente os diversos ângulos dos processos sociais de produção, difusão e receção do processo social da produção da comunicação.

Resultados da Aprendizagem

1. Melhorar as competências de comunicação oral, nomeadamente a eficácia das apresentações em público;
2. Aplicar os conhecimentos adquiridos à análise de fenómenos socioeconómicos da sociedade contemporânea, nomeadamente refletir sobre o papel e função dos meios de comunicação social e da internet e redes sociais na sociedade atual.

Conteúdos Programáticos

1. A comunicação interpessoal
 - 1.1 - Conceitos de comunicação
 - 1.2 – O processo comunicacional
 - 1.2.1 – As mensagens não verbais
 - 1.2.2 – A escuta ativa
 - 1.3 – Competências comunicacionais
 - 1.4 – Estilos comunicacionais

- 1.5 – A comunicação das emoções
- 1.6 – A antropomorfização na comunicação
- 1.7 – Apresentações em público
- 2. A produção social da comunicação
 - 2.1 – Comunicação, informação e media no trajeto da modernidade
 - 2.2 – Enquadramentos para uma abordagem sociológica da Comunicação
 - 2.3 – Os múltiplos suportes da comunicação
- 3. Comunicação, Informação e media na “Era da Informação”
 - 3.1 – Tendências contemporâneas no sector da informação e da comunicação
 - 3.2 – Comunicação, tecnologia e sociedade
 - 3.3 – Media, comunicação e cultura
 - 3.4 – Comunicação, espaço público, democracia

Bibliografia Recomendada

- Bitti, P. R. Zani, B. (1993). A comunicação como processo social. Lisboa: Editorial Estampa.
- Cardoso, G. (1998). Para uma Sociologia do Ciberespaço. Oeiras: Celta.
- Cunha, M. P. e, Rego, A., Cunha, R. C. Cabral-Cardoso, C.(2007). Manual de comportamento organizacional e gestão. Lisboa: Editora RH.
- Esteves, J. (2002). Comunicação e sociedade. Lisboa: Livros horizonte.
- Rodrigues dos Santos, J. (1992). O que é a comunicação. Lisboa: Difusão Cultural .
- Wolton, D. (2000). E depois da Internet? Algés: Difel.
- Wolton, D. (1999). Pensar a comunicação. Algés: Difel
- Monteiro Cristina, A. , Caetano J., Marques H., Lourenço J. (2012). Fundamentos de Comunicação. Lisboa: Edições Sílabo

Métodos de Ensino e de Aprendizagem

O capítulo 1 visa desenvolver as capacidades de comunicação dos alunos, nomeadamente ao nível oral.

Os capítulos 2 e 3 têm como objetivo apresentar as principais perspetivas teóricas acerca da Sociologia da Comunicação.

No final destes capítulos os alunos devem saber utilizar os referenciais teóricos na análise social que fazem da comunicação.

Métodos de Avaliação

Avaliação contínua:

Ponto 1 do programa - Apresentação oral individual: 30% (carácter obrigatório).

Ponto 2 do programa - Trabalho prático sobre teorias da Sociologia da Comunicação, individual ou em grupo com apresentação :20%. (carácter obrigatório).

Ponto 3 do programa – Debates em aula: 10%.

Teste escrito final – 40% (carater obrigatório)

Não há nota mínima. Os 4 elementos de avaliação devem perfazer no mínimo 9.5 valores (10 valores) para o aluno obter aproveitamento.

2/3 presenças obrigatório (controlo na aula).

Avaliação época exames: exame a valer 100% (para quem reprovou ou faltou à avaliação contínua).