

Designação	Criação de Conteúdos Digitais	Área Científica	-
Classificação	Unidade/Projeto Extracurricular	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	1
Tipo	Modular	Semestre	-
Nível	-	Créditos ECTS	3.0
Código	9930-950-1003-00-23		
Horas totais de trabalho	81	Horas de Contacto	T - - TP 18 PL - TC - S - E - OT - O -

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Carlos Sousa Casimiro da Costa, Rita Carolina Morais da Costa

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Compreender e saber aplicar os princípios da linguagem visual na produção de conteúdos digitais fotográficos e videográficos
2. Adquirir competências no uso de diferentes equipamentos para o registo digital de fotografia e micro-vídeo, respetiva edição e publicação digital
3. Desenvolver projetos para a criação, edição e publicação de conteúdos audiovisuais digitais para diferentes plataformas (websites, aplicações móveis e redes sociais)
4. Ser capaz de distinguir, escolher e aplicar adequadamente diferentes linguagens estéticas para cada canal de distribuição e publicação
5. Entender o processo de trabalho da produção de conteúdos digitais

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não aplicável.

Conteúdo da unidade curricular

Conteúdos digitais e o enquadramento em diferentes públicos. Texto, imagem, vídeo e som na criação de conteúdos digitais. A importância do design gráfico e de comunicação. Podcast e videocast. A edição de produtos multimédia. Acessibilidades e otimização. Dados e relatórios de redes sociais.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. O potencial dos conteúdos no universo digital
2. Públicos-alvo e engagement
3. Copywriting
4. Design e Infográficos
5. Captação e edição de fotografia, vídeo, micro-vídeo e som
6. Podcasting e Videocasting
7. Softwares de edição (Adobe premiere, Adobe Audition, Adobe Lightroom e Adobe Photoshop)
8. Plataformas e linguagens
9. Otimização de conteúdos e acessibilidade
10. Dados e relatórios de redes sociais

Bibliografia recomendada

1. Eichhorn, K. (2022). Content. Mit Press. ISBN: 978-0262543286
2. Green, C. M. (2021). The Podcaster's Audio Handbook: A Technical Guide for Creative People. 1st Edition. Apress. ISBN: 978- 1484273609
3. Rodrigue, T. K. & Stedman, K. D. (2022). Soundwriting: A Guide to Making Audio Projects. Broadview Press. ISBN: 978-1554815111
4. Sweetow, S. (2016). Corporate Video Production. Beyond the Boardroom. 2nd Edition. Routledge. ISBN: 978-1138910935
5. Wheeler, A. & Meyerson, R. (2024). Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team. 6th Edition. Wiley. ISBN: 978-1119984818

Métodos de ensino e de aprendizagem

Método expositivo: apresentação de casos de sucesso de conteúdos já existentes e a estratégia inerente.
Método laboratorial: os estudantes são convidados a manusear e explorar as ferramentas tecnológicas e digitais através de pequenos exercícios. Componente de projeto: criação de conteúdos de tipologias diferentes que partilhem coerência.

Alternativas de avaliação

- Avaliação contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
- Trabalhos Práticos - 50% (Exercícios de Aula.)
- Projetos - 50% (Desenvolvimento de um projeto.)

Língua em que é ministrada

1. Português
2. Inglês

Validação Eletrónica

Carlos Sousa Casimiro da Costa, Rita Carolina Morais da Costa	Barbara Costa Vilas Boas Barroso	Sonia Paula da Silva Nogueira
13-06-2024	17-06-2024	18-06-2024