



1. UNIDADE CURRICULAR (COM ECTS)
CURRICULAR UNIT (WITH ECTS)

COMUNICAÇÃO E DISPOSITIVOS MÓVEIS
COMMUNICATION AND MOBILE DEVICES

5 ECTS

2. DESIGNAÇÃO DO CICLO DE ESTUDOS EM QUE SE INSERE A UNIDADE CURRICULAR (COM SEMESTRE E ANO LETIVO)
STUDY CYCLE TO WHICH THE CURRICULAR UNIT BELONGS (WITH ACADEMIC SEMESTER AND SCHOLAR YEAR)

Licenciatura em Comunicação Digital e Multimédia /2º Semestre / 2024
Undergraduate Degree in Digital and Multimedia Communication / 2º Semester / 2024

3. DOCENTE(S) DA UNIDADE CURRICULAR
ACADEMIC STAFF

Patrícia Dias
Priscila Krolow

4. CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR
WEEKLY TEACHING HOURS

3 horas/semana (total: 45 horas)
3 hours/week (total: 45 hours)

5. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES)
LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT

- Perceber o ambiente *mobile* e às suas implicações no âmbito da comunicação.
- Entender o comportamento do utilizador na comunicação via dispositivos móveis.
- Aprender a criar estratégias de comunicação para plataformas digitais sociais consumidas principalmente através de dispositivos móveis.
- Exercitar a prática publicitária em ambientes digitais e multimédia.

- *Understand the mobile environment and its implications for communication.*
- *Understand user behavior in communication via mobile devices.*



- *Learn to create communication strategies for social digital platforms consumed through mobile devices.*
- *Exercise advertising practice in digital and multimedia environments.*

6. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

SYLLABUS

I. Comunicação em Dispositivos Móveis

1. Ambiente *Onlife*
2. Comunicação mediada pelo telemóvel
3. Complexidades das plataformas - plataformização, datatificação, performatividade algorítmica (PDPA)

II. A relação do utilizador com os dispositivos móveis

1. O que o telemóvel significa para nós
2. Utilizador produtor de conteúdo
3. Influência em rede

III. Estratégias de Comunicação para dispositivos móveis

1. Mobile Marketing
2. Influências e referências
3. Ferramentas
4. Planeamento
5. Execução

I. Communication in Mobile Devices

1. *Onlife environment*
2. *Communication mediated by mobile phone*
3. *Platform complexities - platformization, datatification, algorithmic performativity*

II. The relationship between users and mobile devices

1. *What mobile means to us*
2. *The content producer user*
3. *Network influence*

III. Communication strategies for mobile devices

1. *Mobile Marketing*
2. *Influences and references*
3. *Tools*
4. *Planning*



5. Execution

7. METODOLOGIA DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA)
TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION)

Metodologia

Todas as sessões terão um carácter teórico-prático, intercalando metodologia expositiva com metodologias interativas para resolução de problemas, discussão dos temas, envolvendo os alunos, quer individualmente, quer em grupo, através de exercícios práticos que irão ajudá-los a fixar o conteúdo exposto.

As aulas expositivas serão sempre apoiadas em conceitos e exemplos do mercado de trabalho.

Avaliação

A avaliação é contínua e inclui os seguintes elementos, com a ponderação respetiva:

Elemento de avaliação	% da classificação final
Participação nas aulas e atividades desenvolvidas	10%
Avaliação Individual – Criação de aplicação móvel (prova presencial)	30%
Avaliação em grupo – Desenvolvimento de aplicação móvel	30%
Avaliação em grupo – Desenvolvimento de estratégia de comunicação para a app	30%
Total	100%

O momento de avaliação previsto para a época de segundos elementos de avaliação tem de ser obrigatoriamente uma prova presencial individual escrita, com uma ponderação mínima 30% na nota final, com exceção das UC de língua estrangeira que poderão substituir este elemento de avaliação por uma prova oral.

Qualquer evidência de plágio será punida com a atribuição de zero ao elemento de avaliação que tenha utilizado indevidamente textos de terceiros.

Methodology

All sessions will have a theoretical and practical character, combining expositive methodology with interactive methodologies for problems resolution, discussion of themes, involving students individually or in groups, through practical exercises that will help them to fix the exposed content.

The expository lessons will be always supported by concepts and examples from the workplace.

Evaluation

Evaluation is continuous and includes the following components, with respective weightings:



Assessment component	% of final mark
Participation in classes and activities developed	10%
Individual Assessment - Creation of a mobile application (in-person test)	30%
Group Assessment - Mobile application development	30%
Group Assessment - Developing a communication strategy for the app	30%
Total	100%

The second evaluation season (época de segundos elementos) component must be an individual written exam, except for foreign language curricular units, which may replace this component of assessment with an individual spoken exam. This component must have a minimum weighting of 30%.

Any evidence of plagiarism shall be penalized with a mark of zero (0). Plagiarism is the improper use of a text and/or ideas that are not one's own.

8. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

MAIN BIBLIOGRAPHY

- Agar, J. (2013). Constant Touch: A Global History of the Mobile Phone.
- Botelho, I. Dias, P. (2020). SmartMarketing, Como o Mobile Marketing está a Mudar Portugal. Edições Sílabo.
- Boyd, D.M. & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>Tuten, T. L & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing*. SAGE Publications Ltd.
- Floridi, L. (2015). *The Onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era*. Springer International Publishing.
- Ling, R. (2004). *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society (Interactive Technologies)*. Morgan Kaufmann Publishers.
- Ling, R. (2008). *New tech, new ties: how mobile communication is reshaping social cohesion*. MIT Press.
- Ling, R. (2012). *Taken for Grantedness, The Embedding of Mobile Communication into Society*. MIT Press.
- Martin C. K.; Daniel D. S. (2015). *From Mainframes to Smartphones: A History of the International Computer Industry* Harvard University Press
- Merchant, Brian. (2017). *The One Device*. Little. Brown and Company.



- van Dijck, J. (2017). Datafication. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v11.i1p.39-59>.
- van Dijck, J; Poell, T & Waal, M. (2018). The Platform Society. Oxford University Press.
- Poell, T; Nieborg, D. & Van Dijck, J. (2019). Platformisation. Revista Fronteiras. doi: 10.4013/fem.2020.221.01
- Turkle, S. (2011). Alone Together. Basic Books.