



## 1. UNIDADE CURRICULAR (COM ECTS)

CURRICULAR UNIT (WITH ECTS)

**ECONOMIA E GESTÃO DOS MEDIA**

**6 ECTS**

***MEDIA ECONOMICS & MANAGEMENT***

## 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)

Mestrado Ciências da Comunicação / 2º Semestre / 2024-2025

*Master's in Communication Studies / 2<sup>nd</sup> Semester / 2024-2025*

## 3. DOCENTE(S) DA UNIDADE CURRICULAR

ACADEMIC STAFF

Nuno Conde

Carla Martins

## 4. CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR

WEEKLY TEACHING HOURS

24 horas

*24 hours*

## 5. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES)

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT

### Objetivos:

Pretende-se que os alunos se familiarizem com as especificidades da gestão e da economia dos media, numa perspetiva multidisciplinar, considerando mais globalmente os contextos social, económico, político, tecnológico e regulatório.

### Competências:

- Capacidade para identificar as principais características do mercado dos media;
- Avaliar o impacto de fatores essenciais de mudança no funcionamento e na gestão das empresas de media, designadamente as alterações no consumo, a inovação tecnológica, as políticas públicas e o contexto regulatório;
- No plano da economia e gestão dos media, recensear os modelos e fontes de financiamento e os seus impactos na sustentabilidade do ecossistema mediático.



**Objectives:**

*It is intended that students become familiarized with the specificities of media management and economics, with a multidisciplinary scope, anchored in micro and macro approaches, considering the social, economic, political, technological and regulatory contexts.*

**Competences:**

- *Identify the main characteristics of media markets;*
- *Access the impact of key drivers of change on the management of media companies, including changes in consumption, technological innovation, media policies and regulatory context.*
- *In the perspective of media economics and management, identify models and funding sources and their impacts on the media ecosystem sustainability.*

## 6. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

### SYLLABUS

- *Economia e gestão dos media: conceitos e questões principais*
- *Fatores fundamentais da mudança disruptiva dos mercados de media: tecnologia, padrões de consumo e ecossistema de regulação*
- *Paisagem europeia dos serviços de media audiovisuais: continuidades e evoluções*
- *Inteligência artificial: impactos nos media e no jornalismo*
- *O papel do Estado: serviço público de media e financiamento*
  
- *Key concepts in media management and economics*
- *Key drivers of media markets disruption: technology, consumer behavior and regulatory ecosystem*
- *European audiovisual media services landscape: continuities and evolutions*
- *The economic sustainability of the media*
- *Artificial intelligence: impact on media and journalism*
- *The role of the State: public service media and funding*

## 7. METODOLOGIA DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA)

### TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION)

As aulas serão teórico-práticas. Além da exposição dos temas, os / as alunos /as serão incentivados /as a discutir casos práticos previamente fornecidos para estudo. Alguns temas serão discutidos com convidados.

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



Elemento de avaliação	% da classificação final
Estudo de caso a realizar em grupo (apresentação em aula)	30%
Estudo de caso a realizar em grupo (avaliação crítica + resumo escrito)	10%
Take home	60%
Total	100%

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

*Classes will have a theoretical-practical approach. The students will be invited to discuss case studies in class previously indicated. It is foreseen the participation of guests in the discussion of some of the programmatic themes.*

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

Assessment component	% of final mark
Case study to be undertaken in group (presentation in class)	30%
Case study to be undertaken in group (critical assessment + written summary)	10%
Take home	60%
Total	100%

*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

- Albarran, A. (2017). *The Media Economy* (2<sup>nd</sup> ed.). Routledge.
- Connock, A. (2023). *Media Management and Artificial Intelligence. Understanding Media Business Models in the Digital Age*. Routledge
- Donders, K. (2021). *Public Service Media in Europe. Law, Theory and Practice*. Routledge
- Doyle, G. (2013). *Understanding Media Economics* (2<sup>nd</sup> Ed.). Sage
- Kueng, L. (2024). *Strategic Management in the Media. Theory to Practice* (3.<sup>rd</sup> Ed.). Sage
- Marconi, F. (2020). *Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism*. Columbia University Press
- Nielsen, R.K., Ganter S.A. (2022). *The Power of Platforms: Shaping Media and Society*. Oxford University Press



- Nielsen, R.K., & Fletcher, R. (2023). Comparing the platformization of news media systems: A cross-country analysis. *European Journal of Communication*, 38(5). <https://doi.org/10.1177/02673231231189043>
- Nielsen, R. K. (2020). Economic Contexts of Journalism (pp. 324-440). In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds). *The Handbook of Journalism Studies* (2nd Ed.). Routledge.
- Noain-Sánchez, A. (2022). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics. *Communication & Society*, 35(3), 105-121. <https://doi.org/10.15581/003.35.3.105-121>
- Oliver, J. J. & Picard, R. G. (2020). Shaping the Corporate Perimeter in a Changing Media Industry. *International Journal on Media Management*, 22(2), 67-82. <https://doi.org/10.1080/14241277.2020.1716767>