

**Comunicação Social**

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho n.º 15198/2014

**Ficha da Unidade Curricular: Análise de Audiências**

ECTS: 5; Horas - Totais: 135.0, Contacto e Tipologia, TP:30.0; PL:15.0;

OT:2.50;

Ano | Semestre: 2 | S2

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 9054817

Área Científica: Ciências da Comunicação

**Docente Responsável**

Carla Dias Marques da Cruz

Professor Adjunto Convidado

**Docente(s)**

Carla Dias Marques da Cruz

Professor Adjunto Convidado

**Objetivos de Aprendizagem**

O objetivo fundamental desta unidade curricular é o de conferir as competências que permitam aos alunos assimilar a relevância dos contributos da análise de audiências nas suas mais variadas aplicações bem como desenvolver competências de análise crítica.

**Objetivos de Aprendizagem (detalhado)**

Esta unidade curricular pretende fomentar nos alunos a aquisição de conhecimentos e o desenvolvimento de capacidades e competências que lhes permitam:

- a) Compreender as dinâmicas entre os diferentes players envolvidos na análise das audiências;
- b) Identificar as características dos meios e dominar as metodologias de análise para cada tipologia de meio de comunicação, offline e online;
- c) Enquadrar a temática no contexto da era digital;
- d) Compreender as principais métricas de audiências;
- e) Possuir um elevado grau de familiarização com os mais recentes estudos de audiências;
- f) Conhecer as etapas necessárias ao desenvolvimento de estudos de mercado;

- g) Interpretar e avaliar criticamente os resultados provenientes de análises de audiências reais, particularmente dados de cariz quantitativo.
- h) ODS 8 “Trabalho digno e crescimento económico”, pelo enquadramento das atividades ligadas ao sector das audiências como promotores do crescimento económico inclusivo e sustentável, do emprego pleno, produtivo e digno para todos.

### **Conteúdos Programáticos**

1. Audiências.
2. Os media offline e online.
3. Métricas de eficácia nos media.
4. Estudos de mercado.
5. Os media e as audiências.
6. Análise dos estudos de Audiências.

### **Conteúdos Programáticos (detalhado)**

1. Audiências
  - 1.1. Conceito
  - 1.2. Principais players do mercado
  - 1.3. O poder e a guerra das audiências
2. Os media offline e online
  - 2.1. Evolução e características
3. Métricas de eficácia nos media
  - 3.1. Principais métricas no offline
  - 3.2. Principais métricas no online
4. Estudos de mercado
  - 4.1. Estudos qualitativos e quantitativos
  - 4.2. Tipos de estudos
  - 4.3. Etapas para a construção de um estudo de mercado
5. Os media e as audiências
  - 5.1. Métodos de medição de audiências nos diferentes meios
  - 5.2. Investimento Publicitário
  - 5.3. Tabelas de Publicidade
  - 5.4. Negociação nos media
  - 5.5. Planeamento de media
6. Análise dos estudos de Audiências
  - 6.1. Análise de dados em estudos de audiências em Televisão
  - 6.2. Estudos de audiências em Audiências em Rádio
  - 6.3. Estudos de audiências em Audiências em Imprensa
  - 6.4. Estudo de Audiências em páginas empresariais Facebook/Instagram

## **Metodologias de avaliação**

Avaliação contínua:

A. Trabalho de grupo: 40%

B. Prova escrita: 40%

C. Participação: 20%

Aprovação com classificação igual ou superior a 10 valores, resultante da média ponderada, desde que não haja nenhum elemento de avaliação com nota inferior a 8 valores.

Os trabalhos entregues fora do prazo estipulado ou resultantes de plágio, parcial ou total, serão avaliados com a classificação 0 (zero). Os alunos ficam automaticamente admitidos a exame.

Avaliação Final:

Exame - prova escrita (100%)

Nota: O cenário acima está definido com base no pressuposto atual de ensino à distância até à Páscoa e regresso ao ensino presencial a partir dessa data. Caso o cenário do ensino à distância se prolongue, a prova escrita, em avaliação contínua ou exame, poderá ser substituída pela realização de um trabalho, mantendo-se os pesos atribuídos a cada uma delas, tendo em conta a época em causa.

Os alunos com estatuto de trabalhador-estudante deverão contactar a docente até ao dia 19 de Março do corrente ano para definirem a sua forma de avaliação, tendo em conta os seus horários e/ou disponibilidades conjugadas com as exigências de aprendizagem da UC.

## **Software utilizado em aula**

PowerPoint

Plataforma de e-learning/Moodle

Plataforma Teams

Zoom

## **Estágio**

Não aplicável.

## **Bibliografia recomendada**

- Livingstone, S. (2004). *The challenge of changing audiences: Or, what is the researcher to do in the age of internet?* . Londres: LSE Research. Londres

- Elias, H. (2006). *A Sociedade Optimizada pelos Media* . MediaXXI - Formal Press. Lisboa

- Abrantes, J. e Davan, D. (2006). *Televisão: Das Audiências aos Públicos* . Livros Horizonte. Lisboa

- Portela, P. (0). *Introdução aos estudos de audiência* Acedido em 16 de fevereiro de 2021 em [www.cecs.uminho.pt](http://www.cecs.uminho.pt)

## **Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos**

Objetivo a) – conteúdos 1, 5 e 6;

Objetivo b) – conteúdos 2, 3, 5 e 6;

Objetivo c) – conteúdos 1, 2, 3, 4, 5 e 6;

Objetivo d) – conteúdo 3;

Objetivo e) – conteúdos 3, 4, 5 e 6;

Objetivo f) – conteúdo 4;

Objetivo g) – conteúdo 6;

Objetivo h) – conteúdos 1, 2, 4 e 5.

### **Metodologias de ensino**

Método teórico e expositivo. O docente poderá adotar o papel de moderador com o objetivo de gerar o espírito analítico e crítico.

Fruto da pandemia as aulas poderão recorrer ainda ao método síncrono e assíncrono e a aulas invertidas.

### **Coerência das metodologias de ensino com os objetivos**

A metodologia teórica permite alcançar os objetivos a, b, d e f. A metodologia expositiva é transversal a todos os conteúdos, de a a h. Por sua vez, a ação do docente enquanto moderador estará relacionada com os objetivos b e g. Finalmente, a aula invertida focar-se-á nos objetivos b, c, e g.

### **Língua de ensino**

Português

### **Pré-requisitos**

Não aplicável.

### **Programas Opcionais recomendados**

NA

### **Observações**

---

### **Docente responsável**

Carla Dias  
Marques da  
Cruz

Assinado de forma  
digital por Carla Dias  
Marques da Cruz  
Dados: 2021.03.04  
11:21:40 Z

---