



## Ficha de Unidade Curricular

### DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Gestão dos *Media*

### DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Media Management

### SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

EMJ

### DURAÇÃO / DURATION ( Anual, Semestral )

Semestral

### HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

135

### HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

45



**ECTS**

5

**OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)**

**OBSERVATIONS**

**DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):**

Bruno Rafael Fernandes Proença

**RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):**

Bruno Rafael Fernandes Proença

**OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):**

N.A.

**OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:**

N.A.



### **OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):**

Pretende-se atingir os seguintes objetivos:

- Introduzir ao aluno o conceito e problemática económica e empresarial da atividade dos media, no contexto das variáveis internas e externas que influenciam o negócio, a gestão e respetivo mercado;
- Determinar a especificidade, e influência que decorre do conhecimento da envolvente para as decisões nas empresas e produtos criativos, sejam de carácter estratégico ou operacional;
- Dar a conhecer conceitos, princípios, técnicas e modelos de negócio e gestão de organizações de media e proporcionar uma visão conjunta do negócio, financiamento e mercado dos produtos jornalísticos.
- Promover valores e atitudes comportamentais e empreendedoras competitivas; e fomentar a estreita relação entre o aluno, empregadores e empreendedores;
- Potenciar a participação ativa nas aulas e realizar trabalhos teóricos, práticos; e partilhar experiências, conhecimento e identificar modelos de negócio competitivos.

### **LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:**

The purpose is to achieve the following goals:

- Introduce to the student the concept and problematic of the economic and business environment of the media activity, in the context of the internal and external variables which influence the business, the management and the market;
- Determine the specificity and influence of the knowledge of the environment - of the organizations - for decision-making of companies and creative products, being strategic or operational;
- Knowing concepts, principles, techniques and business models and the management of media organizations and allow a global vision of the business, financing and market of the journalistic products;
- Promote values and behavioural and entrepreneurial competitive attitudes and develop a close relationship between the student and the job market;
- Potentiate the active participation in class and development of practical and theoretical works; and share experiences, knowledge and identify competitive business models.



## CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

### A situação financeira do sector dos media em Portugal

- A evolução da rentabilidade dos media em Portugal
- As principais fontes de receita

### Conceitos básicos de gestão

- Aspetos fundamentais da organização e gestão empresarial
- As principais funções estratégicas de uma organização
- As tarefas de um gestor
- Os principais indicadores financeiros

### Especificidades do setor dos media

- As restrições do contexto externo: fatores envolventes que influenciam os projetos e negócios
- Aplicação de modelos de análise externa: Modelo Porter e PEST
- A evolução do modelo de negócio dos media: a fusão com a tecnologia
- Os diferentes modelos de negócio e as características dos produtos de media:
  - Televisão
  - Rádio e Rádio na internet
  - Jornais e revistas
  - Projetos digitais

### Inovação, fontes de financiamento e novos modelos de negócio



## SYLLABUS:

### The financial situation of the media sector in Portugal

The evolution of media profitability in Portugal

The main sources of revenue

### Basic management concepts

Fundamental aspects of an organization and business management

The main strategic functions of an organization

The main tasks of a manager

The main financial indicators

### Specifics of the media sector

The constraints of the external context: factors that influence projects and businesses

Application of external analysis models: Porter Model and PEST

The evolution of the media business model: the merge with technology

The different business models and characteristics of media products:

- TV
- Radio
- Newspapers and magazines
- Digital projects

### Innovation, financing and new business models



### **DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:**

A UC tem como objetivo central o desenvolvimento de competências na área da gestão empresarial, ao nível estratégico e operacional, aplicada a organizações, empresas e projetos jornalísticos. Com este propósito, o programa aborda matérias relacionadas com as políticas, estratégias, táticas e outras práticas de gestão e organização aplicadas ao setor dos media. Neste sentido, a função expositiva é um elemento insubstituível, na medida em que constitui um procedimento básico de transmissão do conhecimento ao aluno.

No entanto, o método expositivo será complementado com outras estratégias metodológicas, razão pela qual se irá recorrer à análise de estudos de caso, visitas de estudo, criação de planos de negócio, realização de leituras orientadas, assim como outras técnicas que potenciem a aprendizagem e partilha de conhecimento entre os professores/alunos. Os alunos serão também avaliados pelo contributo no debate, assim como através da realização de atividades práticas e teórica.

### **DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:**

This curricular unit has as main goal the development of competences in the area of strategic and operational marketing management applied to journalistic organizations, companies and projects. Therefore, the programme approaches subjects related to policies, strategies, tactic and other practices of management applied to the media sector. In this sense, the expositive function is an irreplaceable element, as it constitutes a basic way of transmitting knowledge to the student. However, the lecture method is supplemented with other methodological strategies, which is why we will appeal, sometimes, to the analysis of case studies, field trips, elaboration of business plans, realization of guided readings, as well as other techniques that enhance learning and sharing knowledge among teachers and students. The students will be evaluated by the contribute in the debate, as well as through practical and theoretical activities.

### **METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):**

A metodologia de ensino incorpora componentes teóricas e práticas. A avaliação assenta no seguinte:

- Participação em aula (10%)
- Trabalho de grupo (30%)
- Teste escrito individual (60%)



### TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

The teaching methodology includes theoretical and practical components. The evaluation is based on the performance of the following assignments:

- Class participation (10%)
- Group assignment (30%)
- Individual written test (60%)

### DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

Para alcançar as metas propostas, considera-se, antes de mais, importante que o aluno aprenda a fazer, pelo que todos os esforços a desenvolver nesse sentido são fundamentais. No entanto, nenhuma metodologia - ou recurso didático - será válido se o aluno não se esforçar por aprender e assimilar referenciais teóricos. As aulas teóricas e práticas constituem um elemento central da disciplina, tendo a vantagem de canalizar o pensamento do aluno face ao objetivo pretendido pelo professor. Por seu lado, a função expositiva será um elemento insubstituível, na medida em que constitui um procedimento básico de transmissão do conhecimento ao aluno.

### DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

To achieve the proposed goals, it is above all important that students learn by doing, so all efforts to develop this sense are indispensable. However, no methodology - or teaching resource - will be valid if the student does not strive to learn. In this sense, the theoretical and practical classes are a central element of the discipline, having the advantage of confining student thinking against the objective sought by the teacher. For its part, the expository function is irreplaceable, as it is a basic procedure of transmitting knowledge to the student.



**BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:  
MAIN BIBLIOGRAPHY:**

*Livros e papers*

Faustino, Paulo; Puentes, Iván; Campos, Francisco; Alejandro, Valentín. (2021). Comunicación, Medios e Industrias Creativas en la Era Digital. Media XXI. Lisboa.

Faustino, Paulo; Noam, Eli. (2018). Media Management Characteristics, Challenges and Business Models Transformation, in Deuze, Mark Media Business Characteristics, Sustainability and Management Challenge. AUP House Publishing. Amsterdão. Holanda.

Kueng, L. (2017). Strategic Management in the Media

Picard, R. (2017). Paradigm change in business model thinking. In Aleksanteri-instituutti, New Business Models in U.S. News Media (pp. 40-46). Helsinki: Helsingin yliopisto. Disponível em [https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/316322/ uutismedia3\\_uusi.pdf?sequence=1](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/316322/ uutismedia3_uusi.pdf?sequence=1)nd. ed). London: Sage.