SACOD
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN

COORDENAÇÃO DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

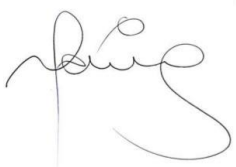
Ficha 1 (permanente)

Disciplina: **MÍDIAS DIGITAIS**						Código: **OC234**
Natureza: ( ) Obrigatória (**X**) Optativa	(**X**) Semestral ( ) Anual ( ) Modular					
Pré-requisito: **NÃO TEM**	Co-requisito: **NÃO TEM**	Modalidade: (**X**) Presencial ( ) Totalmente EaD ( )..... % EaD*				
CH Total: 30 **CH semanal: 02**	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0

EMENTA (Unidade Didática)

Convergência Tecnológica, Organizacional, Profissional e Cultural. Quinto Poder. Características e Conceitos da Comunicação Digital: hipertextualidade, multimidialidade, instantaneidade, memória, personalização e interatividade. O papel das Relações Públicas na sociedade em rede. Sistemas emergentes de Comunicação.

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Mário Messagi Junior.
Assinatura:



**OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.*

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. Cultura da Conexão. São Paulo: Editora Aleph, 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes, Petrópolis, Editora Vozes, 2015.

SAAD, Beth. Estratégias para a mídia digital. São Paulo, Senac, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

JENKINS, Henry. A cultura da convergência. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. Internet e Rua: Ciberativismo e movimentos nas redes sociais. Porto Alegre:editora Sulina, 2013.

TERRA, Carolina. Usuário-Mídia: a relação entre a comunicação organizacional e o conteúdo gerado pelo internauta nas mídias sociais. Tese de doutorado defendida na ECA/USP. 2010. Disponível em http://goo.gl/i8yktK