



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA – UFSC
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO – CED
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – CIN



PLANO DE ENSINO

1. IDENTIFICAÇÃO
Disciplina: CIN7602 Mídias Sociais Carga Horária: 36 H/A - 2 créditos Oferta: 6ª fase do curso de graduação em Ciência da Informação e optativa para os cursos de Arquivologia e Biblioteconomia. Horário: Sextas-feiras, das 18h30 às 20h10 Local: CCE-CCE131 Prof. Ivam Galvão Filho - ivam.galvao.ufsc@ufsc.br Atendimento extraclasse: Segundas-feiras, das 14h – 17h na sala 207 bloco C do CED
EMENTA
Planejamento, uso e monitoramento de redes sociais. Ferramentas colaborativas. Mídias sociais em organizações. Mídias sociais e marketing. Mineração de opiniões. Gestão de perfis. Crowdsourcing.
2. OBJETIVOS
2.1 Objetivo Geral Conhecer os fundamentos básicos de funcionamento e uso das principais mídias sociais
2.2 Objetivos Específicos 2.2.1 Conhecer origens e propósitos das mídias sociais; 2.2.2 Reconhecer as bases do planejamento em mídias sociais; 2.2.3 Identificar o público alvo e os objetivos; 2.2.4 Utilizar as ferramentas de gerenciamento de mídias sociais; 2.2.5 Compreender os princípios da participação colaborativa nas mídias sociais.
3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
3.1 Mídias Sociais 3.1.1 Origem e propósito 3.1.2 Texto, imagem, áudio e som nas mídias sociais 3.1.3 Público alvo das mídias sociais 3.1.4 Mídias sociais e marketing 3.2 Planejamento de Mídias Sociais 3.2.1 Objetivos 3.2.2 Estratégias, perspectivas e tipos de conteúdo 3.2.3 Criação, adequação e curadoria de conteúdos 3.3 Gerenciamento e Monitoramento de Mídias Sociais 3.3.1 Gestão de presença e utilização de mídias sociais 3.3.2 Participação colaborativa (Crowdsourcing) 3.3.3 Monitoramento dos resultados 3.3.4 Mineração de opiniões
4. BIBLIOGRAFIAS
4.1 Bibliografia Básica BUENO, Wilson da Costa (Org.). Estratégias de comunicação nas mídias sociais. 1. ed. Barueri: Monole, 2015. 229 p. ISBN 9788520438442. 65.012.45 E82 CASTELLS, Manuel. A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. 243p. ISBN 9788571107403. 007 C348g JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014. 403 p ISBN 9788576571629. 659.1 J52c 4.2 Bibliografia Complementar ARROYO-VÁZQUEZ, Natalia. El uso profesional de las redes sociales. Anuario ThinkEPI, 2009, p. 145-152. Disponível em: < https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3013063.pdf >. Acesso em: 22/06/2017 CODINA, Lluís. Ciencia 2.0: Redes sociales y aplicaciones en línea para académicos. Hipertext.net, n.7, 2009. Disponível em: < http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-7/ciencia-2-0.html >. Acesso em: 22/06/2017 MARQUINA, Julián. Plan social media y community manager. Barcelona: UOC, 2012. 136 p. (El Profesional de la Información). SANTAELLA, Lucia. Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, c2013. 376 p. (Coleção Comunicação.). ISBN 9788534936378. 316.77 S231c
5. METODOLOGIA
- As aulas serão ministradas no formato presencial e incluirão também atividades extra-classe de forma assíncrona a serem publicados no Moodle. - Teremos como apoio da disciplina o Moodle institucional da UFSC (http://moodle.ufsc.br) e o

- mesmo será utilizado como instrumento de suporte da disciplina, devendo portanto, ser acessado todas as semanas pelos alunos.
- A organização dos conteúdos se dará através de tópicos, sendo que cada um terá um fórum de discussão (utilizando a funcionalidade já disponível no AVA Moodle) para que os alunos possam debater suas opiniões e dúvidas.
 - Aulas expositivas, com discussão em classe dos tópicos apresentados e exercícios práticos e/ou escritos

6. AVALIAÇÃO

Conforme a Resolução do Conselho Universitário 017/Cun/97, de 30/09/97:

- A frequência mínima obrigatória é de 75% das aulas.
 - O aluno deverá entrar no Moodle e marcar sua presença.
- Em caso de falta em dia de avaliação (prova, apresentação de trabalho ou mini-seminário), encaminhar justificativa e pedido formal à Chefia do Departamento de Ciência da Informação, no prazo de três (3) dias úteis.
- O aluno que obtiver nota final entre 3,0 e 5,5 e frequência suficiente poderá, ao final do semestre, realizar uma prova de recuperação de todo o conteúdo.
- A nota final será calculada a partir da média simples entre a nota final obtida durante o semestre e a nota obtida na prova de recuperação.

Avaliações:

- Serão realizados diversos exercícios durante o semestre (E1).
- Será realizada uma avaliação teórica (A1).
- Será realizado um trabalho final (T1).
- A média final (MF) será calculada conforme a seguinte fórmula:

$$MF = (E1 + A1 + T1) / 3$$
 Entregas:
- E1: Todos os exercícios devem ser entregues via Moodle. Haverá de 1 à 3 listas e as entregas poderão ser parciais em cada atividade extra-classe.
- A1: A avaliação será presencial e entregue até o fim da aula.
- T1: Um trabalho escrito entregue via Moodle e uma apresentação do

conteúdo.

OBSERVAÇÃO:

* Frequência: Obrigatório no mínimo em 75% das aulas (resolução 017/Cun de 30/09/97). * No caso de falta no dia programado para a entrega das avaliações, encaminhar justificativa e pedido formal à chefia do Departamento, no prazo de até três dias úteis, conforme a resolução nº 17/CUN/97, de 30/09/97.

7. CRONOGRAMA

Aula	Data	Conteúdo	Leitura/Atividade
1.	15/08	Plano de ensino	Apresentação com slides da disciplina e do plano de ensino
2.	22/08	Fundamentos de Mídias Sociais	Apresentação expositiva com slides e exercícios de fixação
3.	29/08	Atividade prática	Leitura de artigos e entrega de lista de exercícios (E1)
4.	05/09	Planejamento de Mídias Sociais	Apresentação expositiva com slides e exercícios de fixação
5.	12/09	Atividade prática	Leitura de artigos e entrega de lista de exercícios (E1)
6.	19/09	Gerenciamento de Mídias Sociais	Apresentação expositiva com slides e exercícios de fixação
7.	26/09	Atividade prática	Leitura de artigos e entrega de lista de exercícios (E1)
8.	03/10	Monitoramento de Mídias Sociais	Apresentação expositiva com slides e exercícios de fixação
9.	10/10	Elaboração de seminário e tutoria	Elaboração de seminário (E1)
10.	17/10	Seminários de Mídias sociais	Apresentação de seminários
11.	24/10	Seminários de Mídias sociais	Apresentação de seminários
12.	31/10	Elaboração de trabalho e tutoria	Elaboração de trabalho T1
13.	07/11	Elaboração de trabalho e tutoria	Elaboração de trabalho T1
14.	14/11	Apresentação de trabalho T1	Apresentação de trabalho prático
15.	21/11	Apresentação de trabalho T1	Apresentação de trabalho prático
16.	28/11	Revisão	Apresentação expositiva e exercícios de revisão
17.	05/12	Avaliação presencial A1	Avaliação sobre todo o conteúdo da disciplina
18.	12/12	Recuperação final	Avaliação de recuperação sobre todo o conteúdo da disciplina