

PROGRAMA

Curso: Pós-Graduação em Web Design

Disciplina: Gestão Estratégica do Design Multimédia

Docente: Nuno Correia

OBJECTIVOS:

- Enquadrar o multimédia na economia.
- Compreender a cadeia de valor, os factores competitivos, os ciclos de vida, o marketing e as dinâmicas de inovação no sector multimédia.
- Conhecer o sector multimédia e a sociedade de informação em Portugal, bem como analisar de forma crítica as políticas públicas para o seu desenvolvimento.
- Conceber e gerir projectos multimédia, com estruturas e formas de interacção centradas no utilizador.
- Analisar *case-studies* do sector.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Multimédia num contexto económico
2. Conceitos básicos sobre economia, gestão estratégica, marketing e inovação
 - Introdução à economia
 - Gestão e estratégia tecnológica
 - Introdução ao marketing
 - Conceitos fundamentais sobre inovação
 - Dinâmicas de inovação, novos mercados e pioneirismo
 - Inovação nos serviços
3. Gestão, marketing e multimédia
 - A Internet e a estratégia
 - A nova era do marketing electrónico
4. Inovação e multimédia
 - Inovação em multimédia – o multimédia como *cluster* inovador
 - Tipificação de actividades e inovações multimédia
 - Os conteúdos como elemento chave da cadeia de valor do *cluster*
 - A importância da aprendizagem social e da *apropriação*
 - A heterogeneidade do multimédia e as suas dinâmicas
 - A evolução do *cluster* multimédia
5. Políticas públicas para o multimédia
 - Políticas nacionais
 - Políticas da União Europeia
 - Recomendações da OCDE
6. Multimédia e sociedade de informação em Portugal
 - Apresentação de diversos estudos sobre o sector multimédia em Portugal
 - Caracterização das plataformas multimédia em Portugal
 - Sociedade de informação em Portugal
7. Gestão de projectos multimédia
8. Interactividade, usabilidade, navegação e arquitectura de informação
9. *Case-studies*; conclusões genéricas e apresentação de modelos
10. Tendências e prospectiva

AValiação:

1º semestre:

- Teste com consulta (pontos 1-4; individual) 33%
- Apresentação (pontos 5-6; grupo) 15%
- Participação nas aulas 2%

2º semestre:

- Apresentação (pontos 7-8; grupo) 15%
- Trabalho (ponto 9; individual) 33%
- Participação nas aulas 2%

SITES RECOMENDADOS:

Anacom	http://www.anacom.pt
Ars Technica	http://arstechnica.com/
CNET	http://news.com.com/
Economist	http://www.economist.com/
Harvard Business School Working Knowledge	http://hbswk.hbs.edu/
Obercom	http://www.obercom.pt
OCDE	http://www.ocde.org
Portugal High-Tech	http://www.portugalhightech.com/
POSI	http://www.posi.pcm.gov.pt/
Público – Tecnologia	http://ultimahora.publico.pt/default.asp?c=60
Slashdot	http://slashdot.org/
Technology Review	http://www.technologyreview.com/
Tek Sapo	http://tek.sapo.pt
TV Interactiva/Célia Quico	http://tvinteractiva.no.sapo.pt/
UMIC	http://www.unic.pcm.gov.pt/
Wired	http://www.wired.com

PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS RECOMENDADAS:

Comunicações (APDC); Economist; Público – Computadores; Wired

BIBLIOGRAFIA:

1. Multimédia num contexto económico

Castells, M. (1996), *The Rise of the Network Society*, Oxford: Blackwell Publishers. (2ª edição, 2000)

Castells, M. (2001), *Internet Galaxy*, Oxford: Oxford University Press.

Freeman, C. e Louçã, F. (2001) *As Time Goes By*, Oxford: Oxford University Press.

Negroponte, N. (1996), *Being Digital*, London: Coronet.

2. Conceitos básicos sobre economia, gestão estratégica, marketing e inovação

Barras, R. (1986), Towards a Theory of Innovation in Services, *Research Policy*, 15, pp. 161-173.

Dionísio, P., Lindon, D., Lendrevie, J. e Rodrigues, J. (2000), *Mercator 2000 - Teoria e Prática do Marketing*, Lisboa: Dom Quixote.

Godinho, M. (2003), Inovação: Conceitos e Perspectivas Fundamentais, in: Rodrigues, M., Neves, A. e Godinho, M (eds.), *Para uma Política de Inovação em Portugal*, Lisboa: Dom Quixote.

- Marques, A. (2003), *Clusters e Inovação*, in: Rodrigues, M., Neves, A. e Godinho, M (eds.), *Para uma Política de Inovação em Portugal*, Lisboa: Dom Quixote.
- OECD (1992), *Oslo Manual: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, Paris: OECD.
- Samuelson, P. e Nordhaus, W. (1993), *Economia*, Lisboa: McgrawHill (14ª edição).
- Tidd, J., Bessant., J. e Pavitt, K. (1997), *Managing Innovation*, Chichester: John Wiley & Sons Ltd (2ª edição, 2001).
- Utterback, J. (1996), *Mastering the Dynamics of Innovation*, Boston: Harvard Business School Press.

3. Gestão, marketing e multimédia

- Kotler, P. (2001), *Kotler on Marketing*, London: Simon & Schuster.
- Porter, M., (2001), *A Internet e a Estratégia*. Disponível em:
http://www.centroatl.pt/edigest/edicoes2001/ed_mai/ed79gestao-cap.html

4. Inovação e multimédia

- Braczyck, H., Fuchs, G. e Wolf, H. (eds.) (1999a) *Multimedia and Regional Economic Restructuring (Routledge Studies in the Modern World Economy)*, Londres: Routledge.
- Century, M (1999) *Pathways to Innovation in Digital Culture*, Montreal: McGill University - Centre for Research on Canadian Cultural Industries and Institutions / Next Century Consultants. Disponível em:
<http://www.music.mcgill.ca/~mcentury/PI/PImain.html>
- den Hertog, P., Maltha, S. e Brouwer, E. (2001), Innovation in an Adolescent Cluster: The Dutch Multimedia Cluster, in: OCDE, *Innovative Clusters: Drivers of National Innovation Systems (Enterprise, Industry and Services)*, Paris: OECD
- den Hertog, P. e Schaffers, H. (1996) Innovation in Services: The Example of Multimedia, *Institute for Prospective and Technological Studies Report*, vol 07. Disponível em
http://www.jrc.es/home/report/report_main.html
- Peneder, M. (2001), Dynamics of Initial Cluster Formation: The Case of Multimedia and Cultural Content, in: OCDE, *Innovative Clusters: Drivers of National Innovation Systems (Enterprise, Industry and Services)*, Paris: OECD
- Williams, R., Slack, R., Stewart, J. (2000), *Social Learning in Multimedia*, University of Edimburgh: Research Centre for Social Sciences. Disponível em:
<http://www.rcss.ed.ac.uk/research/slim.html>

5. Políticas públicas para o multimédia

- Comissão Europeia (1997a), *Green Paper on the Convergence of the Telecommunications, Media and Information Technology Sectors, and the Implications for Regulation*, Luxembourg: Office for the Official Publications of the European Communities. Disponível em: <http://europa.eu.int/ISPO/convergencegp/greenp.html>
- Comissão Europeia (2003a), *Council Resolution on the implementation of the eEurope 2005 Action Plan*. Disponível em:
http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2005/index_en.htm
- Comissão Europeia (2003c), *Prioridade Temática de Investigação e Desenvolvimento no Âmbito do Programa Específico "Integração e Reforço do Espaço Europeu de Investigação" no Sexto Programa-Quadro Comunitário – Programa de Trabalho 2003-2004*, Luxembourg: The Information Society Directorate-General. Disponível em:
http://www.cordis.lu/ist/workprogramme/fp6_workprogramme.htm

OECD (1996), *New Social and Economic Approaches to a Multimedia World*, Paris: OECD
UMIC (2003a), *Uma Nova Dimensão de Oportunidades: Plano de Acção para a Sociedade de Informação*, Porto Salvo: UMIC.
UMIC (2003b), *Iniciativa Nacional para a Banda Larga*, Porto Salvo: UMIC.

6. Multimédia e sociedade de informação em Portugal

Deloitte & Touche (2002), *Estudo Prospectivo: Análise da Indústria e Mercado Multimédia Nacional 2001*, Lisboa: Deloitte & Touche.
Obercom – Observatório da Comunicação (2003), *Anuário da Comunicação 2002-2003*, Lisboa: Obercom.
OECD (2003a), *ICT and Economic Growth*, Paris: OECD.
OECD (2003b), *OECD Communications Outlook*, Paris: OECD.
Quico, C. (2003), *Televisão Interactiva: o Estado da Arte em 2002 e Linhas de Evolução*, relatório para o projecto: "Validação e Desenvolvimento de um Modelo de Programas Educativos Baseados em Televisão Interactiva" da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (projecto POCTI/Com 43208 / 2001), Fevereiro 2003. Disponível em:
http://www.ulusofona.pt/itvpocti.pt/docs/celiaquico_estadoArte2002_pt.doc

7. Gestão de projectos multimédia

Brealey, R. e Myers, S. (1999), *Princípios de Finanças Empresariais*, Lisboa: McGraw-Hill
England, E. e Finney, A. (1999), *Managing Multimedia: Project Management For Interactive Media*, Edinburgh: Addison-Wesley.
Hughes, B. (2000), *Dust or Magic: Secrets of Successful Multimedia Design*, Edinburgh: Addison-Wesley.
Santos, A. (1994), *Análise Financeira - Conceitos, Técnicas e Aplicações*, Lisboa: INIEF.
Vaughan, T. (2001), *Multimedia: Making it Work*, Berkeley: McGraw Hill.

8. Interactividade, usabilidade, navegação e arquitectura de informação

Create Online (2002a), "The Offline Issue", nº 21, Janeiro de 2002.
_____ (2002b), "The Browser Issue", nº 22, Fevereiro de 2002.
_____ (2002c), "The Software Issue", nº 24, Abril de 2002.
_____ (2002d), "The Usability Issue", nº 26, Junho de 2002.
_____ (2002e), "The Motion Graphics Issue", nº 30, Outubro de 2002.
_____ (2001a), "The Navigation Issue", nº 8, Janeiro de 2001.
_____ (2001b), "The Usability Issue", nº 13, Junho de 2001.
_____ (2001c), "The Flash Issue", nº 14, Julho de 2001.
Nielsen, J. (2000), *Designing Web Usability*, Indianapolis: New Riders.
Veen, J. (2001), *The Art & Science of Web Design*, Indianapolis: New Riders.

9. Case-studies; conclusões genéricas e apresentação de modelos

Correia, N. (2004), *Multimédia em Portugal: Dinâmicas de Inovação*, Lisboa: ISEG-UTL (dissertação de mestrado).

10. Tendências e prospectiva

Ver sites recomendados e publicações periódicas recomendadas.