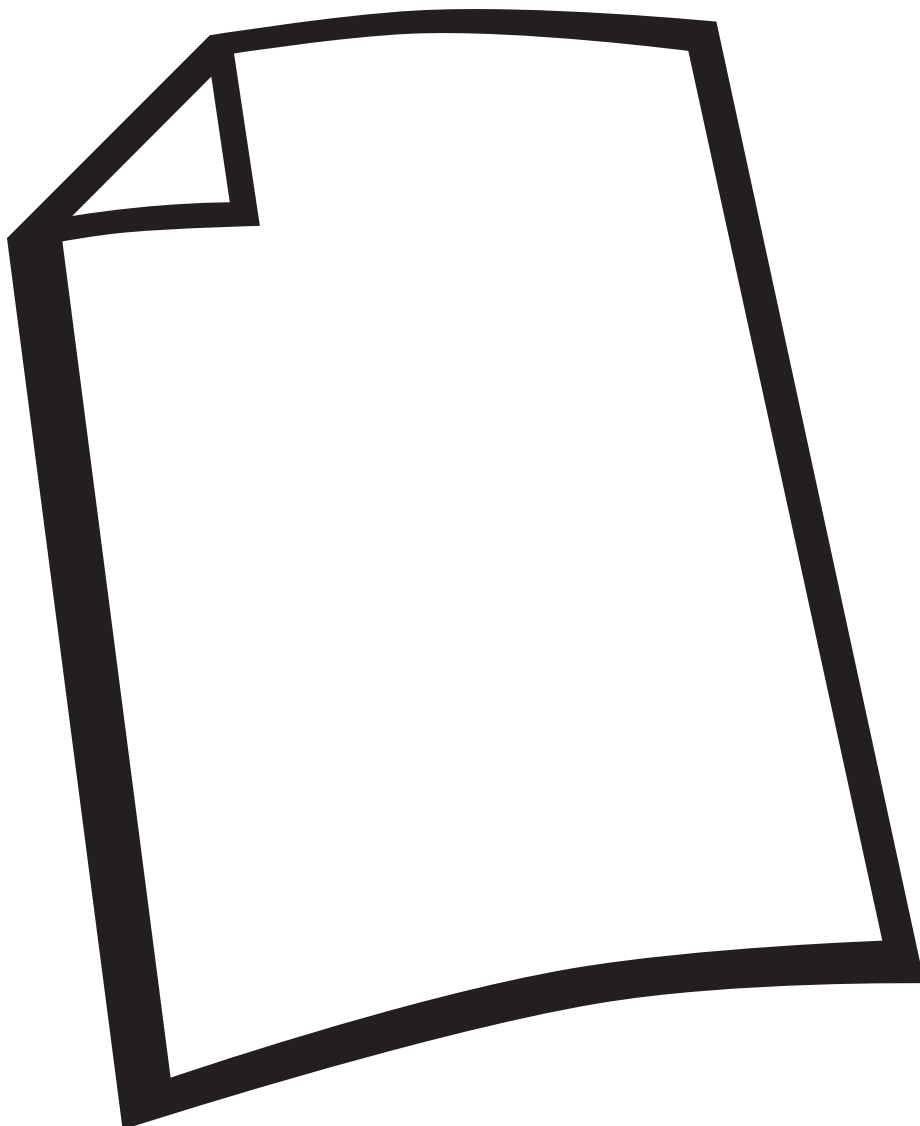


**UVIC**  
GUIA DE  
L'ESTUDIANT  
**2008-2009**

FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ  
**DOBLE TITULACIÓ**

Turisme - Publicitat i Relacions Públiques



Primera edició: setembre de 2008

Edita: Servei de Publicacions de la Universitat de Vic

Carrer de Perot Rocaguinarda, 6. 08500 Vic. Tel. 93 889 48 77

Universitat de Vic. Carrer de la Sagrada Família, 7. 08500 Vic. Tel. 93 886 12 22. Fax 93 889 10 63

Impressió: Artyplan

# ÍNDEX

<b>Presentació</b>	5
<b>Facultat d'Empresa i Comunicació</b>	7
Estructura	7
<b>Calendari Acadèmic</b>	9
<b>Organització dels Ensenyaments</b>	11
<b>Programes de les assignatures de primer curs</b>	13
Recursos Territorials Turístics	13
Dret Empresarial	16
Comptabilitat I	18
Informàtica I	20
Anglès I	22
Patrimoni Cultural I	25
Estadística	27
Introducció a l'Economia	29
Llengua Catalana	30
Francès I	32
Alemany I	34
Teoria i Estructura de la Comunicació d'Empresa I	37
Teoria i Estructura de la Comunicació d'Empresa II	39
<b>Programes de les assignatures de segon curs</b>	41
Organització i Gestió d'Empreses	41
Direcció i Gestió de Personal	43
Patrimoni Cultural II	45
Dret Fiscal	47
Comptabilitat II	49
Operacions i Processos de Producció	51
Anglès II	54
Francès II	56
Alemany II	58
Creativitat Publicitària I	60
Teories de la Comunicació	62
Creativitat Publicitària II	63
Organització d'Esdeveniments	65



## PRESENTACIÓ

Aquesta Guia que tens a les mans et proporcionarà la informació que t'és imprescindible de cara a planificar amb encert el proper curs, a més de donar-te referència de tots els serveis i possibilitats que t'ofereix la Facultat i el conjunt de la Universitat de Vic.

Creiem que l'elecció d'estudis que has fet és del tot encertada, almenys des de la perspectiva dels horitzons professionals. La doble titulació per la qual has optat, et demanarà un esforç d'estudi important. Com veuràs, en els primers cursos la càrrega acadèmica és especialment important en les matèries instrumentals de l'àrea de Turisme i, progressivament, aniran augmentant les matèries més específicament de publicitat i relacions públiques.

En aquesta guia podràs conèixer la programació de la doble titulació, els diferents tipus d'assignatures, els seus programes i els diversos perfils abans de prendre decisions que afectin la teva matriculació.

Finalment, voldria aprofitar aquesta presentació per encoratjar-te a treure el màxim profit de les possibilitats formatives i dels serveis que posem al teu abast: la possibilitat de realitzar pràctiques en empreses, l'oportunitat de fer estades d'estudis a l'estranger en el marc dels programes d'intercanvi internacional que tenim a l'efecte, de recórrer a les tutories que t'hem assignat, d'ampliar la teva formació en idiomes més enllà de les assignatures obligatòries de la carrera, d'explotar els recursos informàtics i audiovisuals al teu abast...

Esperem, en definitiva, que aprofitis al màxim el teu pas per la Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic i que, al final, el teu període d'estudis hagi estat el més agradable i satisfactori possible. Amb aquest objectiu treballem i restem a la teva disposició.

Voldríem aprofitar aquesta presentació per encoratjar-te a treure el màxim rendiment de les possibilitats formatives i dels serveis que posem al teu abast: les pràctiques en empreses, l'oportunitat de realitzar el darrer curs de la titulació a l'estranger en el marc del programa d'intercanvis internacionals que tenim a l'efecte, de recórrer a les tutories que t'hem assignat i d'ampliar la teva formació en idiomes més enllà de les assignatures obligatòries de la carrera.

Esperem, en definitiva, que aprofitis al màxim el teu pas per la Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic i que la teva estada hi sigui com més agradable i satisfactòria millor. Amb aquests objectius treballem i restem a la teva disposició.

**Facultat d'Empresa i Comunicació**



# LA FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

## Estructura

La Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic imparteix 8 titulacions:

- Diplomatura de Ciències Empresarials
- Diplomatura de Turisme
- Llicenciatura d'Administració i Direcció d'Empreses
- Llicenciatura de Comunicació Audiovisual
- Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques
- Llicenciatura de Periodisme
- Doble Titulació ADE – Publicitat i Relacions Públiques (en cinc anys)
- Doble Titulació Turisme - Publicitat i Relacions Públiques (en quatre anys)

La gestió ordinària en el govern de la Facultat correspon al Deganat, que delega les qüestions d'organització docent en els o les Caps d'Estudis.

La Facultat s'estructura en Deganat, Prefectura d'Estudis, àrees funcionals, secretaria i departaments. El Deganat és el màxim òrgan de govern de la Facultat; la Prefectura d'Estudis vetlla per l'organització acadèmica dels ensenyaments; les àrees funcionals, amb els coordinadors corresponents, són àmbits de desenvolupament de nous projectes, de suport a la docència i de vinculació amb l'entorn; la secretaria dóna el suport administratiu; els departaments són les agrupacions de professors d'una mateixa àrea disciplinària.

El Deganat, la Prefectura d'Estudis i la Secretaria de la Facultat són a la quarta planta de l'edifici F1.

Les àrees funcionals de la Facultat d'Empresa i Comunicació són:

- Relacions Internacionals
- Formació Continuada
- Pràctiques i Inserció Professional





## CALENDARI ACADÈMIC

### Docència 1r Q:

Del 29 de setembre de 2008 al 21 de gener de 2009

### Exàmens 1r Q

Del 26 de gener de 2009 a l'11 de febrer de 2009

### Docència 2n Q:

Del 16 de febrer al 29 de maig de 2009

### Exàmens 2n Q:

Del 1 de juny al 5 de juliol de 2009

### Exàmens setembre

de l'1 al 10 de setembre de 2009

### Dies festius:

1 de novembre de 2008, dissabte, Tots Sants  
6 de desembre de 2008, dissabte, La Constitució  
8 de desembre de 2008, dilluns, La Puríssima  
23 d'abril de 2009, dijous, Sant Jordi (festa patronal de la UVic)  
24 d'abril de 2009, divendres, Pont  
1 de maig de 2009, divendres, Festa del Treball  
2 de maig de 2009, dissabte, Pont  
1 de juny de 2009, dilluns, Segona Pasqua (festa local)  
24 de juny de 2009, dimecres, Sant Joan  
11 de setembre de 2009, divendres, Diada Nacional  
12 de setembre de 2009, dissabte, Pont

### Vacances:

Nadal: del 20 de desembre de 2008 al 6 de gener de 2009, ambdós inclosos

Setmana Santa: del 4 al 13 d'abril de 2009, ambdós inclosos



## ORGANITZACIÓ DELS ENSENYAMENTS

C.A.	1r Quadrimestre	2n Quadrimestre	C.A.
6	Recursos Territorials Turístics		6
4,5	Anglès		4,5
6	Dret Empresarial	Patrimoni Cultural I	6
6	Introducció a l'Economia	Estadística	6
6	Informàtica	Francès/Alemanys I	6
6	Català	Comptabilitat I	6
6	Teoria i Estructura de la comunicació d'Empresa I	Treball acad. Dirig Català	2
		Teoria i Estructura de la comunicació d'Empresa II	6
40,5	<i>Crèdits Totals</i>	<i>Crèdits Totals</i>	42,5

C.A.	3r Quadrimestre	4t Quadrimestre	C.A.
6	Organització i Gestió d'Empreses		6
4,5	Anglès		4,5
6	Dir. I Gestió de Personal	Comptabilitat II	6
6	Patrimoni Cultural II	Dret Fiscal	6
6	Oper. De Producció	Teories de la Comunicació	6
6	Francès / Alemanys II	Creativitat Publicitària II (L.E. Turisme/Pirp)	6
6	Creativitat Publicitària I (Optativa Turisme/Pirp)	Organització Esdevenim.	4,5
40,5	<i>Crèdits Totals</i>	<i>Crèdits Totals</i>	39

<b>C.A.</b>	<b>5è Quadrimestre</b>	<b>6è Quadrimestre</b>	<b>C.A.</b>
6	Gestió financera	Estructura de Mercats	6
6	Màrqueting Turístic	Legislació Turística	6
6	Estratègia i Plan Mitj I (Opt Turisme/Pirp)	Estratègia i Plan Mitj II (Ll.E Turisme/Pirp)	6
5	Practicum	Practicum	5
4,5	Disseny i Com. Gràfica	Relacions amb els Mitjans de Comunicació (Ll.E Turisme/Pirp)	4,5
4,5	Fonaments Com. Digital (Ll.E Turisme/Pirp)	Taller de Com Inter (Optativa Turisme/Pirp)	6
6	Taller de Com. Gràfica (Optativa Turisme/Pirp)		
<b>38</b>	<b>Crèdits Totals</b>	<b>Crèdits Totals</b>	<b>33,5</b>

<b>C.A.</b>	<b>7è Quadrimestre</b>	<b>8è Quadrimestre</b>	<b>C.A.</b>
4,5	Investigació Com. Empres	Tèc. Comun. No Conven.	4,5
6	Mètodes Investigació en Comunicació	Aspectes Jurídics Ètic	4,5
4,5	Comunicació Interna	Pràctiques Empreses	9
6	Màrqueting directe	Projecte Global	6
4,5	Patrocini i Mecanatge	Optatives	12
4,5	Campanyes Globals Com		
6	Optativa		
<b>36</b>	<b>Crèdits Totals</b>	<b>Crèdits Totals</b>	<b>36</b>

Nota: S'ha de tenir aprovat tot Turisme i els Complementes de Formació per examinar-se d'assignatures de 4rt.

# PROGRAMES DE LES ASSIGNATURES DE PRIMER CURS

## Recursos Territorials Turístics

QUADRIMESTRE: Anual

### OBJECTIUS GENERALS

Ajudar al desenvolupament de l'estudiant **el sentit del lloc, la curiositat** envers l'entorn geogràfic i **l'interès** a buscar explicacions als fenòmens territorials, socials i culturals del món. Cal també que l'estudiant pugui **identificar** quins fets del territori, de la societat, de la història i de la cultura són, o podrien arribar a ser, un recurs territorial turístic, alhora que **pren contacte i analitza** (al llarg de tot el curs) els principals recursos territorials turístics existents a diferents indrets seleccionats del planeta.

### OBJECTIUS DIDÀCTICS

Que l'estudiant **aprengui a trobar tota la informació** que necessita en un moment determinat sobre qualsevol lloc del món (mitjançant eines varies com ara internet, premsa, biblioteques, etc.). I que després, sàpiga **valorar, processar, interpretar, usar i comunicar** adequadament tota aquesta informació per tal d'assessorar, guiar o il·lustrar terceres persones.

### OBJECTIUS TERMINALS (FINALITAT)

L'assignatura Recursos Territorials Turístics s'encamina a crear un perfil professional adient com a **agent de viatges**, ja que l'estudiant aprendrà a localitzar i a interpretar, els principals recursos territorials turístics del món. També es fomenta un perfil propici en el camp dels **promotors, informadors i guies turístics**, tot treballant el que és un recurs territorial turístic i com aquests es creen, es gestionen i s'exploten. Sense descuidar però **una formació humanística de fons** que permeti a l'estudiant identificar i valorar les problemàtiques polítiques, econòmiques i socials que afecten el món tenint en compte els criteris de justícia social i d'equilibri ecològic enfront dels criteris d'estricta creixement econòmic imperants.

### CONTINGUTS:

El programa de l'assignatura engega amb una **introducció general** al fenomen turístic i al planeta terra vist com a conjunt. Es farà especial esment de les principals estructures físiques, climàtiques i socio-polítiques. Seguidament començarà una revisió per continents, regions i països concrets per tal de comentar-ne i treballar-ne tant la seva situació, com els seus principals recursos turístics. El programa segueix el següent ordre.

#### **Al primer quadrimestre:**

- Introducció general
- L'Amèrica del nord (Canadà i Estats Units)
- L'Amèrica central i Carib (Mèxic, Països de l'Istme i les Antilles)
- L'Amèrica del sud (Països Andins, Brasil i el Con Sud)
- L'Àfrica subsahariana (Kenya i Sud-àfrica, el turisme de safari)

#### **Al segon quadrimestre:**

- L'Islam i el Món Àrab (el Magreb, Egipte i el Pròxim Orient)
- Europa (la Mediterrània oriental, França, Itàlia, l'Europa germànica, les Illes Britàniques, Escandinàvia, l'Europa de l'est i els Balcans)
- Àsia del sud (l'Índia, Indoxina i Indonèsia)
- Extrem orient i Oceania (Xina, Japó, Austràlia i Nova Zelanda)

#### METODOLOGIA:

L'assignatura de Recursos Territorials Turístics (Geografia) es repartirà entre **sessions teòriques a l'aula**, impartides pel professor, i **sessions pràctiques de treball** amb tot el grup, un subgrup o realitzant tutories individualitzades.

**La part teòrica** estarà centrada en la presa d'apuntes de les explicacions donades i discutides a classe i es valorarà l'assistència i la participació dels alumnes a l'aula. Per part del professor s'emprarà material didàctic divers com poden ser mapes, fotos/diapositives, vídeos, internet, transparències, etc. per tal de recolzar i il·lustrar les explicacions i descripcions dels diferents llocs i fenòmens.

**La part pràctica** es centrarà bàsicament hores de treball a l'aula durant les quals s'hauran de realitzar un seguit de tasques (individuals o en grup) encarregades pel professor. Aquestes tasques podran ser treballs genèrics sobre diferents països, redacció de textos d'opinió, petites recerques, exposicions orals, proves tipus test, debats, etc.

#### AVALUACIÓ:

Hi haurà un examen de la part teòrica a final de cada quadrimestre, un al febrer, que eliminarà matèria, i un al juny. Per als aprovats al febrer l'examen de juny serà només de la segona meitat del temari, per als suspesos al febrer serà de tota l'assignatura. La **nota final d'examen** serà la mitjana entre la nota de febrer i la de juny si ambdós exàmens han estat aprovats, si no, serà només la de juny. Aquesta nota final d'examen representarà el 30% de la **nota total del curs**, l'altre 70% sortirà de la **valoració dels treballs pràctics** que s'aniran encarregant al llarg del calendari acadèmic. **Suspesos i recuperació:** L'avaluació continuada (amb treballs) acaba amb la convocatòria de juny. La recuperació de setembre i les següents convocatòries seran sempre amb examen i sense més aspectes per avaluar.

#### BIBLIOGRAFIA:

##### Obres generals

Olivar Joan (director editorial), (1999, 3a edició): *Geografia Universal*. Enciclopèdia geogràfica en onze volums. Barcelona: Editorial 92.

Vilà i Valentí, Joan (director científic) (1995, 4a ed.): *Atles Universal Català*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana.

##### Llibres de consulta

Barrado, Diego A.; Calabuig, Jordi (2001): *Geografía mundial del turismo*. Madrid: Síntesis.

Castells, Manuel (1996-99): *La era de la informació: Economía Sociedad y Cultura*. Tres volums. Madrid: Alianza Editorial.

Castells, Manuel (2002): *La galàxia internet. Reflexions sobre internet, empresa i societat*. Barcelona: Plaza & Janes.

Diversos Autors (de publicació anual): *El estado del mundo. Anuario económico y geopolítico mundial*. Traducció de l'original francès *L'état du monde*. Madrid: Akal.

Furió Blasco, Elies (1996): *Economia turismo y medio ambiente*. València: Tirant lo Blanch, Universitat de València.

Hall, Colin Michael (2002, 2a ed.): *The geography of tourism and recreation: environment, place and space*. London: Routledge.

López Isarría, José Antonio (1995): *Interpretar un paisaje*. Madrid: Alhambra Longman.

Lozato-Giotart, Jean Pierre (1990): *Geografía del turismo*. Madrid: Síntesis.

Nash, Dennison (1996): *Anthropology of tourism*. New York: Pergamon.

Suvantola, Jaakko (2002): *Tourist's experience of place*. Col·lecció: *New directions in tourism analysis*. Burlington: Ashgate.

Veltz, Pierre (1999): *Mundialización, ciudades y territorios*. Barcelona: Ariel.

Wearing, Stephen; Neil, John: *Ecoturismo: Impactos, tendencias y posibilidades*. Madrid: Síntesis.

Verea, Fernando (coord.) (1997): *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel.

## Manuais

- Calabuig, Jordi; Ministrál, Marta (1995, 2a ed.): *Manual de geografía turística de España*. Madrid: Síntesis.
- Camino Pons, Virginia, i altres (2003): *Manual de geografía turística d'Europa*. Madrid: Síntesis.
- Diversos autors (1999): *Imago. Geografía*. (en 10 volums). Col·lecció: *Biblioteca Santillana de Consulta*. Madrid: Santillana.
- Diversos autors (1999): *Geografía general*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Harris, Marvin (1998, 6a ed.): *Introducción a la antropología general*. Madrid: Alianza Editorial.
- Mesplier, Alain; Bloc-Duraffour, Pierre (2000): *Geografía del turismo en el mundo*. Madrid: Síntesis.

## Guies turístiques

- Col·lecció *Rumbo a...* Editorial Laertes. Barcelona
- Col·lecció *Guia Total*. Anaya Touring Club. Madrid
- Col·lecció *Guías Visuales*. El País–Aguilar. Madrid

## Revistes

- Editur Catalunya. Butlletí professional del Turisme. Barcelona
- Viajar. Publicada per *Ediciones Reunidas–Grupo Zeta*. Madrid
- Altair. Editada per *Llibreria Altair*. Barcelona
- National Geographic. Edició espanyola. Publica *RBA editores*. Barcelona

## Enllaços d'Internet

- Catàleg col·lectiu de biblioteques de les universitats catalanes <http://www.cbuc.es/ccuc/>
- Pàgina de Geografia <http://www.interknowledge.com>
- Web de mapes <http://www.mapquest.com>
- Web de viatges de l'editorial Planeta <http://www.geoplaneta.com>.
- Instituto de Estudios Turísticos. <http://www.iet.tourspain.es>
- Web dedicada al turisme per Europa <http://www.eurodata.com>
- Informació genèrica sobre el món <http://www.guiadelmundo.com>
- Turisme dels Estats Units <http://www.usatourist.com>
- Turisme i viatges per Europa <http://www.4europe.com>
- Informació i guia d'Àfrica <http://www.africaguide.com>
- Web de viatges sobre l'extrem orient <http://www.asiatraveltips.com>
- Informació sobre Austràlia <http://www.embaustralia.es/turismo>

Webs sobre altres països. S'aniran cercant, donant i treballant al llarg del curs.

# Dret Empresarial

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: 1R

## OBJECTIUS:

Es tracta d'una assignatura de dret privat, comprensiva del dret civil i el dret mercantil. Consta d'una primera part dedicada al dret civil (introducció, fonts del dret, aplicació i eficàcia de la llei; les situacions jurídiques i els béns, dret de la persona –persona física i persona jurídica-, obligacions i contractes, possessió, propietat i els altres drets reals i els efectes patrimonials del matrimoni); i una segona part dedicada al dret mercantil (introducció, l'empresa, l'empresari i l'establiment mercantil, la societat anònima i el seu finançament, la societat de responsabilitat limitada, la societat unipersonal anònima i de responsabilitat limitada, altres tipus societaris, el dret concursal, la publicitat mercantil, la contractació mercantil i els títols-valor).

L'objectiu principal és que l'estudiant conegui i aprofundeixi les institucions bàsiques del dret civil (sobretot les contractuals) com a antecedent necessari per tractar posteriorment l'especialitat del dret mercantil. En aquesta especialitat es tracta de que l'estudiant sàpiga connectar els aspectes jurídics del dret mercantil amb les qüestions més tècniques que fan referència a l'empresa i que, en finalitzar l'aprenentatge de la matèria estigui en condicions de qüestionar i plantejar problemes davant dels instruments mercantils.

La finalitat bàsica és que l'estudiant complementi els seus coneixements tècnics empresarials amb els aspectes jurídics mercantils necessaris que regulen l'activitat empresarial i comercial. També es pretén que l'estudiant sigui capaç de familiaritzar-se amb el lèxic i les expressions jurídiques en la seva activitat professional.

## METODOLOGIA:

Tenint en compte la naturalesa de la matèria, un percentatge important de les hores de contacte amb els estudiants es destinarà a la classe magistral o lliçó de síntesi, si bé es realitzaran classes pràctiques o actives (treballs dirigits), mitjançant la selecció, l'elaboració i la discussió de casos pràctics i/o documents.

## PROGRAMA:

### A.-Dret Civil

- 1.-Introducció
- 2.-El dret i les normes jurídiques
- 3.-Les fonts del dret
- 4.-L'aplicació i l'eficàcia de la llei
- 5.-Les situacions jurídiques i els béns
- 6.-La persona física i la persona jurídica
- 7.-Les obligacions i els contractes
- 8.-La responsabilitat civil
- 9.-Els drets reals
- 10.-El dret de família i successions

### B.-Dret Mercantil

- 1.-Introducció
- 2.-Els elements del dret mercantil
- 3.-L'empresari individual
- 4.-L'empresari social
- 5.-Les societats capitalistes i personalistes
- 6.-La societat anònima



- 7.-La societat de responsabilitat limitada
- 8.-Altres formes societaries
- 9.-Les insolvències empresarials
- 10.-La contractació mercantil. Contractació turística

AVALUACIÓ:

Durant el curs, i dintre de les hores de contacte amb els alumnes, es faran treballs dirigits. Al final del quadrimestre hi haurà l'examen final de l'assignatura. L'examen comptarà un 80%, mentre que el 20% restant de la nota s'obtindrà pels treballs dirigits que es produeixin durant el curs.

BIBLIOGRAFIA:

*Codi civil i legislació complementària.*

*Compilació de Dret Civil de Catalunya i legislació complementària (Codi de Família i Successions)*

*Codi de Comerç i legislació complementària.*

*Constitució Espanyola.*

# Comptabilitat I

PROFESSOR/A:

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: Segon

OBJECTIUS:

Que l'estudiant aprengui la metodologia comptable i el pla general comptable, per tal de poder seguir perfectament un procés comptable complet. Un cop es domini la metodologia comptable, s'introduirà l'aplicació del programa informàtic Contaplus. Amb aquesta assignatura l'estudiant ha d'adquirir les següents competències genèriques i específiques:

## Competències genèriques:

### *Competències instrumentals*

- . Capacitat d'anàlisi i de síntesi.
- . Capacitat d'organització i planificació.
- . Coneixements d'informàtica relatius a l'àmbit d'estudi.
- . Capacitat per a la resolució de problemes.

### *Competències interpersonals*

- . Treball en un context internacional.

### *Competències sistèmiques*

- . Capacitat d'aprenentatge autònom.

## Competències específiques:

El principal objectiu és que l'estudiant adquireixi seguretat i destresa en la confecció dels principals documents comptables i, mitjançant el programa informàtic, s'ha d'aconseguir que sàpiga desenvolupar l'aplicació pràctica d'un programa informàtic.

Els objectius que s'hauran d'assolir durant el curs són els següents:

- . Desenvolupament d'un procés comptable.
- . Coneixement del pla general comptable: principis comptables i normes de registre i valoració.
- . Confecció dels comptes anuals d'una empresa, en concret balanç de situació i compte de pèrdues i guanys.

OBJECTIUS	CONTINGUTS
L'objectiu principal d'aquesta part és que l'estudiant s'introdueixi en el món de la comptabilitat i aprengui a desenvolupar un procés comptable.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Introducció a la comptabilitat</li><li>2. El patrimoni</li><li>3. El compte</li><li>4. Els llibres de comptabilitat</li><li>5. El procés comptable</li></ol>
L'objectiu principal d'aquesta part és que l'estudiant domini les normes de registre i valoració establertes en el pla general comptable així com la seva aplicació pràctica.	<ol style="list-style-type: none"><li>6. Estudi del pla general comptable</li><li>7. Les compres i despeses</li><li>8. Les vendes i ingressos</li><li>9. Les nòmines</li><li>10. L'immobilitzat</li></ol>

#### METODOLOGIA:

És una assignatura que compagina simultàniament la teoria amb la pràctica i es fa en modalitat presencial.

Les sessions de classe estaran dedicades a:

- . Desenvolupar la part teòrica.
- . Realitzar exercicis per part de l'alumne amb el suport del professor.
- . A final de curs, pràctiques amb el programa informàtic Contaplus.

#### AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura s'obindrà a partir dels percentatges següents:

- . Examen: 80%. Hi haurà un examen a final del quadrimestre estructurat en dues parts: teoria i pràctica.
- . Exercicis pràctics a lliurar: 10%
- . Exercicis pràctics amb aplicació informàtica: 10%

Per la segona convocatòria es guardaran les notes dels exercicis lliurats així com la nota dels exercicis amb aplicació informàtica.

#### BIBLIOGRAFIA:

##### **Obligatòria:**

Pla General Comptable, 2007.

##### **Complementària:**

Omeñaca García, J. *Contabilidad General*. Bilbao: Deusto, 1996.

Rivero, J. *Supuestos de Contabilidad Financiera*. Madrid: Trivium, 1989.

Álvarez López, J. *Introducción a la contabilidad*. Sant Sebastià. Donostiarra, 1991.

Wander-Berghe, José Luis. *Manual de contabilidad general*. Madrid: Pirámide, 1994.

Omeñaca García, J. *Supuestos prácticos de contabilidad financiera y de sociedades*. Bilbao: Deusto, 1993.

Rivero, J. *Supuestos de contabilidad financiera*. Madrid: Trivium, 1989.

Sáez Torrecilla, Ángel. *Contabilidad general*. Volumen I. Madrid: McGraw-Hill, 1995.

Codera, José María. *Contabilidad básica*. Madrid: Pirámide, 1992.

Domínguez Pérez, J.L.; Gay Saludas, J.M.; Losilla Ramírez, M.; Melús Fernández, J.J.; Osés García, J. *Contabilidad financiera. Aplicación práctica de las normas de valoración*. Madrid: McGraw-Hill, 1998.

Moreno Martínez, F.J. *Contaplus 2004*. Madrid: Anaya, 2004.

# Informàtica I

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: I.

## OBJECTIUS:

Que l'estudiant sigui capaç d'aplicar els coneixements en eines informàtiques en l'àmbit de l'estudi i del món laboral. L'estudiant haurà de ser capaç d'analitzar i sintetitzar problemes per tal de resoldre'ls utilitzant els programes informàtics més adequats a cada situació. També adquirirà habilitat en la cerca d'informació a internet. La capacitat de prendre decisions forma part dels objectius de l'assignatura tenint en compte que s'utilitzen eines informàtiques com a suport.

Com a objectius específics, l'estudiant ha de tenir l'habilitat d'utilitzar els programes d'ofimàtica més estandarditzats per tractar i processar dades amb equips informàtics.

L'estudiant serà capaç de determinar en cada situació el programa informàtic que s'ajusti més a les necessitats del problema a resoldre.

## METODOLOGIA:

En l'àmbit del crèdit europeu, una assignatura quadrimestral de 6 crèdits correspon aproximadament a 12 hores de feina setmanal per part de l'estudiant, distribuïdes en 4 hores presencials i 8 hores de treball personal, a la setmana.

El caràcter fonamentalment de consolidació d'aspectes instrumentals d'aquesta assignatura comporta un plantejament eminentment pràctic amb la tutela constant del professor. Per tant, és aconsellable la màxima assistència i implicació de l'alumnat en les sessions presencials.

La metodologia utilitzada en les 60 hores acadèmiques, es dividirà en dos tipus de sessions: l'exposició i explicació dels continguts de cada tema realitzada en sessions de classe, es complementaran amb sessions de treball dirigit, o tutories, amb una tasca més personalitzada amb cada estudiant.

## PROGRAMA:

### Tema 1. Introducció a la informàtica

- 1.1 Conceptes bàsics
- 1.2 Codificació de la informació
- 1.3 Estructura funcional de l'ordinador
- 1.4 Perifèrics

### Tema 2. Sistemes Operatius.

- 2.1 Introducció als Sistemes Operatius
- 2.2 Windows

### Tema 3. Disseny i creació de pàgines Web

- 3.1 Introducció. Xarxes d'ordinadors. Història
- 3.2 Serveis
- 3.3 Navegació
- 3.4 HTML
- 3.5 Edició de lloc Web: programari NVU/Dreamweaver

### Tema 4. Processador de textos Word

- 4.1 Introducció
- 4.2 Edició de documents senzills
- 4.3 Opcions de format de documents
- 4.4 Columnes i taules
- 4.5 Eines addicionals
- 4.6 Fusió de dades
- 4.7 Estils, plantilles i formularis

## Tema 5. PowerPoint

5.1 Introducció

5.2 Transicions

5.3 Animacions

5.4 Patrons

## Tema 6. Full de càlcul Excel

6.1 Introducció

6.2 Edició i format bàsic d'un full

6.3 Còpia de caselles. Referències absolutes i relatives

6.4 Utilització Fórmules i Funcions

6.5 Confecció de gràfics a partir del full de càlcul

### AVALUACIÓ:

Es farà avaluació contínua a través la resolució d'exercicis que s'aniran plantejant en el decurs de les sessions pràctiques. Aquests controls constaran d'una llista d'exercicis similars als treballats en les sessions de classe. La nota final s'obtindrà fent una mitjana ponderada de les puntuacions obtingudes en cadascun dels controls, tenint en compte que per aprovar l'assignatura caldrà superar unes habilitats mínimes en cadascun dels controls. En cas que l'estudiant no opti a l'avaluació continuada podrà realitzar un examen final que inclourà la resolució d'exercicis de tots els temes.

### BIBLIOGRAFIA

Pel caràcter dinàmic dels continguts de l'assignatura, es proporcionarà als estudiants material desenvolupat pels professors, així com la bibliografia més actualitzada possible.

# Anglès I

CURS: Anual

## OBJECTIUS GENERALS:

L'objectiu general és que l'estudiant sàpiga utilitzar la llengua anglesa en un context professional. El curs pretén assolir una competència comunicativa a nivell mitja i, al mateix temps, introduir el vocabulari específic a partir de situacions estretament relacionades amb el sector turístic. Els objectius que caldrà assolir durant el curs es concreten en els següents punts:

- a. Adquirir la competència lingüística necessària per comunicar-se en situacions usuales en el sector turístic.
- b. Comunicar-se oralment tenint cura de la pronúncia.
- c. Adquirir habilitats per comprendre globalment una conversa o una explicació oral.
- d. Adquirir el lèxic específic fonamental per a la comprensió i expressió oral i escrita.
- e. Interpretar i produir textos curts relacionats amb el sector turístic.
- f. Fomentar tècniques d'autoaprenentatge aplicades a un entorn multimèdia.

## METODOLOGIA:

La metodologia didàctica emprada es correspon a l'ensenyament-aprenentatge funcional d'una segona llengua. L'assignatura Anglès I s'impartirà segons la modalitat de crèdit europeu, en què l'estudiant disposarà d'un pla de treball per a cada unitat didàctica del curs que especificarà la programació temporal, els objectius de la unitat didàctica (lingüístics i culturals), les activitats i l'avaluació.

En aquesta assignatura s'utilitzaran diverses eines informàtiques, generals i específiques, per a l'aplicació pràctica dels coneixements que es vagin adquirint. Pel que fa a eines de treball generals, es pretén que l'estudiant es beneficiï d'un entorn multimèdia, en la mesura que li permeti incorporar l'autoaprenentatge i l'autoavaluació com a part del seu procés educatiu.

Durant aquest curs acadèmic i amb la finalitat de coordinar i treballar amb professors d'altres assignatures de la Diplomatura de Turisme, els estudiants hauran de preparar dues exposicions orals en anglès sobre el camp del turisme. En la preparació d'aquestes exposicions orals els estudiants seran tutoritzats i posteriorment avaluats tant pel professor de llengua anglesa com pel professor de l'altra àrea de coneixement.

## PROGRAMA:

### **Temes i àrees de comunicació**

1. Careers in tourism.
2. Destinations.
3. Hotel facilities.
4. Tour operator's.
5. Dealing with guests.
6. Travel agencies.
7. Hotel reservations.
8. Seeing the sights.
9. Explaining a dish

### **Continguts lingüístics:**

1. Escoltar: l'objectiu d'aquesta secció és fomentar la pràctica auditiva de l'anglès parlat i desenvolupar estratègies per millorar-ne la comprensió oral. Els estudiants hauran de poder entendre textos o diàlegs orals curts i extreure informació específica sense necessitat d'entendre totes les paraules.
2. Parlar: els estudiants es trobaran en situacions i tasques habituals en un entorn turístic. Hi haurà

- exercicis de pronunciació par tal d'ajudar-los a parlar anglès d'una manera clara i amb un registre adequat.
3. Llegir: els estudiants hauran de llegir textos d'entre 300 i 350 paraules relacionats amb els temes abans esmentats. També hauran de llegir dos llibres durant el curs.
  4. Escriure: els estudiants hauran de produir descripcions de llocs d'interès turístic, fer redaccions i resums, prendre apunts, escriure correus electrònics i missatges escrits.
  5. Gramàtica:
    - 5.1 Formes interrogatives, directes i indirectes.
    - 5.2 Temps verbals.
    - 5.3 Comparacions d'adjectius i d'adverbis.
    - 5.4 Ordre dels adjectius
    - 5.5 Get / Have something done.
    - 5.6 L'article.
    - 5.7 Els pronoms relatius.
    - 5.8 El passiu
  6. Vocabulari relacionat amb els següents temes:
    - 6.1 Feines i deures relacionades amb el sector turístic
    - 6.2 Tipus de turisme.
    - 6.3 Mitjans de transport.
    - 6.4 El clima.
    - 6.5 Llocs d'interès turístic i de lleure.
    - 6.6 Tipus d'allotjament.
    - 6.7 Serveis dels hotels.
    - 6.8 Adjectius que descriuen un lloc.
    - 6.9 Adjectius que descriuen una persona.
    - 6.10 Adjectius que descriuen un menjar.
    - 6.11 Adjectius acabats en -ed /-ing.
    - 6.12 Trucades telefòniques.
    - 6.13 Exposicions i museus.
    - 6.14 Verbs d'acció.
    - 6.15 Restauració

#### PLA DE TREBALL:

Es donarà el pla de treball corresponent a cada unitat didàctica.

#### AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el grau d'aprenentatge global aconseguit al final mitjançant un examen al final de curs. Aquest examen consta de dues parts (comprensió i expressió oral) i una prova escrita. Aquest examen representa el 60% de la nota final (no es farà la mitjana quan l'estudiant tingui una nota inferior al 4/10 a l'examen final.)

Par altra banda, s'avaluarà l'**aprenentatge de continguts parcials** a través de:

- Control de lectura de dos llibres (10%)
- 2 Exposicions orals (10%)
- 2 tests (10%)
- assistència, participació i mostra de coneixements al llarg del curs (10%)

A la segona convocatòria, el 100% de la nota s'obtindrà a partir d'un examen que constarà de dues parts (part oral i part escrita) però que inclourà també una presentació oral i un control dels dos llibres de lectura. En cas que l'estudiant hagi aprovat les presentacions i/o el control de lectura del llibre, se li guardarà la nota.

## MATERIAL DE CURS

Libre de text: Petar Strutt. *English for International Tourism. Intermediate*. Editorial Longman (Course book)

2 Llibres de lectura:

- Primer Quadrimestre: *Windows of the mind* – Frank Brennan (Camb)
- Segon Quadrimestre: *The Sugar Glider* – Rod Neilsen (Cambridge)

## BIBLIOGRAFIA RECOMANADA:

### Diccionaris

*Oxford Advanced Learners Dictionary*. Ed. OUP, 2000.

Collin, P.H. (Ed.) *Dictionary of Hotels, Tourism and Catering Management*. Peter Collin Publishing, 1996.

Galimberti Jarman, Russell, R. (Eds), *The Oxford Spanish Dictionary*. Ed. OUP, 1994.

*MacMillan English Dictionary For Advanced Learners*. Ed. MacMillan, 2002

### Gramàtiques

Fuchs, M. & Bonner, M. *Grammar Express with answers*. Longman, 2003.

Murphy, R. *English Grammar in Use with answers*. CUP, 1994

Vince, M. *English Grammar and Practice. Intermediate Language Practice with Key*. MacMillan, 2003.



# Patrimoni Cultural I

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: 2n

OBJECTIUS:

El programa de Patrimoni Cultural I té com a objectiu fonamental l'apropament al patrimoni cultural d'Occident des dels seus orígens fins a l'Edat Mitjana. La matèria no s'impartirà des d'una perspectiva purament conceptual, sinó que posarà l'èmfasi en el conjunt de valors artístics i culturals dels diferents àmbits geogràfics.

PROGRAMA:

## 1. El patrimoni cultural

- 1.1. Teoria i funció de l'art
- 1.2. Art com a document històric. Definició de patrimoni cultural
- 1.3. Estudi i investigació del patrimoni
- 1.4. Propietat i gestió del patrimoni
- 1.5. Legislació sobre museus i patrimoni

## 2. Les primeres empremtes de l'home

- 2.1. Ruta prehistòrica francocantàbrica: nord de França, Astúries, Cantàbria...
- 2.1. Ruta de la façana mediterrània peninsular: Lleida, Castelló, Albacete...
- 2.3. El cas de les illes Balears
- 2.4. Museus: Museu de l'Home a París, Museu de Saint-Germain, Museu d'Història Natural a Viena...

## 3. Les civilitzacions antigues

- 3.1. L'Egipte dels faraons: El Caire, Memfis, Luxor, Karnak, Edfú, Filé, Abu Simbel...
- 3.2. La Mesopotàmia arqueològica: Damasc, Palmira, Amman, Petra...
- 3.3. Museus: Museu Egipci a El Caire, Museu de Berlín, Museu del Louvre a París, British Museum a Londres...

## 4. La cultura clàssica del Mediterrani

- 4.1. Lilla de Creta
- 4.2. La Grècia clàssica: Atenes, recinte arqueològic de Delfos, recinte arqueològic d'Olímpia, recinte arqueològic d'Epidaure...
- 4.3. La cultura grega a Catalunya: Empúries
- 4.4. Museus: El Museu de Càndia a Creta, Museu Arqueològic Nacional d'Atenes, Museu de Delfos...
- 4.5. El poble etrusc a la Toscana: Tarquínia, Volterra, Cerveteri...
- 4.6. Roma: el centre històric
- 4.7. Nàpols: Pompeia i Herculà
- 4.8. Romans a la Península Ibèrica: Tarragona, Càceres, Badajoz...
- 4.9. Museus: Museu Nacional de la Villa Giulia a Roma, Museu Capitolí de Roma, Museus Vaticans, Museu Nacional de Nàpols, Museu de les Termes de Roma, Museu Arqueològic de Barcelona...

## 5. La dissolució del món clàssic

- 5.1. Les empremtes cristianes: catacumbes i primeres basíliques a Roma
- 5.2. Museus: Museus Vaticans, Grutes Vaticanes...
- 5.3. El fenomen bizantí i la seva expansió: Istanbul (Constantinoble), Ravenna, Venècia, Sicília, Moscou, Kíev...

## 6. Els àrabs a la Península Ibèrica

- 6.1. Itinerari per l'Al-Andalus: Còrdova, Granada, Sevilla...

## 7. L'edat mitjana

- 7.1. L'empremta visigòtica a la península ibèrica
- 7.2. Astúries preromànica
- 7.3. Ruta del romànic a França: Cluny, Vézelay, Angulema, Caen, Carcassona...
- 7.4. Ruta del romànic a Itàlia: Florència, Milà, Pisa, Siena...
- 7.5. Ruta del romànic a Alemanya: Hildesheim, Espira, Worms...
- 7.6. Rutes del romànic català
- 7.7. El camí de Santiago
- 7.8. Museus: MNAC (Museu Nacional d'Art de Catalunya), Museu de Vic...
- 7.9. Un temps de transició: recorregut pel Císter a Catalunya
- 7.10. Ruta del gòtic a França: París, Chartres, Reims, Amiens, Beauvais...
- 7.11. Ruta del gòtic a Anglaterra: Salisbury, York, Lincoln, Londres, Wells...
- 7.12. Ruta del gòtic a Alemanya, Suïssa i Rep. Txeca: Estrasburg, Colònia, Friburg, Praga...
- 7.13. Ruta del gòtic a Bèlgica: Lovaina i Bruges
- 7.14. Ruta del gòtic a Itàlia: Nàpols, Florència, Venècia, Siena, Milà...
- 7.15. Principals obres gòtiques catalanes civils i religioses
- 7.16. El gòtic castellà: Lleó, Burgos, Toledo i Sevilla
- 7.17. Museus: Museu del Louvre a París, National Gallery a Londres, Galeria Uffizi a Florència, Museu de Colònia, MNAC, Museu de Vic, Chicago Art Institute, Museu del Prado a Madrid...

### METODOLOGIA:

En aquesta assignatura de modalitat única (presencial) es combinaran les classes teòriques amb altres més pràctiques de treball dirigit, elaboració de rutes, recerca, anàlisi d'obres...

### AVALUACIÓ:

Al final del quadrimestre es farà un examen final per avaluar el grau de coneixement del programa i de les lectures fixades. Amb anterioritat s'hauran avaluat els continguts parcials a través de: treballs monogràfics, elaboració de rutes, comentari de textos, anàlisi d'obres, revisió de llibres...

Els alumnes que no es presentin a l'examen final o que no l'aprovin, es podran examinar en una segona convocatòria de curs que es farà pel juny o bé pel setembre.

### BIBLIOGRAFIA:

- Història Universal de l'Art*. Barcelona: Planeta, 1993. 11 vols.
- Història de l'art català*. Barcelona: Ed. 62, 1990. 8 vols.
- Chadwick, W.: *Mujer, arte y sociedad*. Barcelona: Destino, 1992.
- Fischer, E.: *La necesidad del arte*. Barcelona: Península, 1978.
- Gombrich, E.: *Historia del Arte*. Madrid: Debate, 1995.
- Hauser, A.: *Historia social de la literatura y del arte*. Madrid: Guadarrama, 1969. 2 vols.
- Pevsner, N.: *Esquema de la arquitectura europea*. Buenos Aires: Infinito, 1957. 2 vols.
- Pijoan, J. i altres: *Summa Artis, Historia General del Arte*. Madrid: Espasa-Calpe, 1979. 25 vols.
- Venturi, L.: *Historia de la crítica del Arte*. Barcelona: GG, 1979.
- Wittkower, R.: *La escultura: procesos y principios*. Madrid: Alianza, 1981.
- Woodford, S.: *Cómo mirar un cuadro*. Barcelona: GG, 1985.
- Zevi, B.: *Saber ver la arquitectura*. Barcelona: Poseidon, 1979.

# Estadística

## OBJECTIUS:

La comprensió dels conceptes estadístics descriptius en l'anàlisi, presentació i interpretació de dades aplicades al sector turístic. L'estudiant ha de ser capaç d'organitzar i planificar les dades que té, analitzar-les, resoldre tots els problemes que es puguin plantejar i sintetitzar-les. Posteriorment aquesta informació servirà per prendre decisions. Aquestes decisions han de ser consensuades amb tot l'equip de treball, arribant a aquest consens a partir de la capacitat de crítica. A partir de l'assoliment d'aquest objectiu l'estudiant ha de ser competent en la utilització del programa informàtic Microsoft Excel i poder determinar en cada cas el procés més adequat per analitzar les dades.

## PROGRAMA:

Tema 1. Concepte i contingut de l'estadística.

- 1.1. Objecte de l'estadística.
- 1.2. Població i mostra.
- 1.3. Classificació de les dades.

Tema 2. Distribucions Unidimensionals.

- 2.1 Distribució de freqüències.
- 2.2 Representació gràfica.
- 2.3 Mesures de posició i de dispersió.
- 2.4 Mesures de concentració i asimetria.
- 2.5 Aplicació pràctica: Excel

Tema 3. Distribucions bidimensionals.

- 3.1 Distribució de freqüències.
- 3.2 Distribucions marginals i condicionades. Independència estadística.
- 3.3 Regressió lineal simple.
- 3.4 Aplicació pràctica: Excel

Tema 4. Nombres Índex.

- 4.1 Definició d'índex.
- 4.2 Índexs simples i complexos.
- 4.3 Enllaç i canvis de base.
- 4.4 Deflació de sèries de valor.
- 4.5 Aplicació pràctica: Excel

## METODOLOGIA:

El caràcter instrumental de l'assignatura comporta un plantejament eminentment pràctic. En les sessions de classe s'explicaran els continguts teòrics de cada tema amb els exemples corresponents. En les sessions de treball dirigit es resoldran i comentaran els exercicis pràctics, ja siguin els corresponents a l'aula o bé els que es resoldran mitjançant el programa informàtic Microsoft Excel.

Es recomana a l'estudiant que dediqui cada setmana unes hores de treball personal a aquesta assignatura per tal de consolidar els coneixements teòrics adquirits i els apliqui als exercicis pràctics.

En el pla de treball de l'assignatura, que s'entregarà a l'inici de curs, s'especificarà setmanalment la previsió del que es farà en les sessions de classe, les hores de treball dirigit i les hores de treball personal

## AVALUACIÓ:

Per avaluar l'assoliment dels objectius de l'assignatura per part de l'estudiant el professor utilitzarà els següents instruments per a la qualificació final:

- Prova a la finalització del tema 1 i 2: (20%), tema 3: (20%) i tema 4 (20%). Per al càlcul de la qualificació final com a mínim s'han d'haver realitzat dues proves.

- Prova amb el programa informàtic Microsoft Excel (30%)
- Actitud i participació en la realització d'exercicis pràctics durant les hores de treball dirigit (10%)

BIBLIOGRAFIA:

- Casa Aruta, E. *200 problemas de estadística descriptiva*. Barcelona: Vicens Vives, 1993.
- Fernández Aguado, C. *Manual de estadística descriptiva aplicada al sector turístico*. Madrid: Síntesis, 1993.
- Martín Pliego, F.J. *Introducción a la estadística económica y empresarial*. AC, 1994.
- Pérez, C. *Estadística aplicada a través de Excel*. Prentice-Hall, 2002.
- Tomeo Perucho, V. *Diez lecciones de estadística descriptiva*. AC, 1990.
- Arnaldos, F; Díaz, T., et al. *Estadística descriptiva para economía y administración de empresas*. Madrid: Thomson, 2003.

# Introducció a l'Economia

QUADRIMESTRE: 2n

CRÈDITS: 6

El desenvolupament econòmic experimentat per alguns països ha generat constants canvis en el comportament dels éssers humans. En aquestes noves actituds, cal destacar el turisme, que ha sorgit en les últimes dècades, i que s'ha convertit en una activitat social, econòmica i cultural de primer ordre.

OBJECTIUS:

Comprendre els aspectes teòrics fonamentals de l'economia, en les seves dimensions microeconòmica i macroeconòmica, per entendre el funcionament del mercat turístic i de les conseqüències que aquesta activitat comporta per a les economies i les societats on es desenvolupa.

PROGRAMA:

1. L'economia, Què és?
  - Conceptes bàsics
  - Els agents econòmics i les seves relacions
2. El mercat i l'assignació de recursos
  - L'oferta i la demanda turístiques
  - Estructures de mercat
3. Els problemes del mercat
  - On falla?
  - La intervenció pública
4. L'enfocament macroeconòmic
  - Macromagnituds i comptabilitat nacional
  - Els comptes satèl·lit del turisme
5. La política econòmica
  - Objectius i instruments: política monetària, política fiscal
  - La política turística
6. La internacionalització de l'economia i el turisme
  - El comerç internacional: la OMC i la OMT
  - Els tipus de canvi, les divises i el turisme
  - La UEM i el turisme

AVALUACIÓ:

Hi haurà un examen final, però també es tindrà en compte la participació de l'estudiant en els treballs i exercicis que es facin a l'assignatura.

BIBLIOGRAFIA:

- Bull, A. *La economía del sector turístico*. Madrid: Alianza Editorial, 1994.
- Castejón, R.; Méndez, E. *Introducción a la economía para turismo*. Prentice Hall, 2003.
- Castejón, R.; Martínez, J.L. *Introducción a la economía para turismo. Casos prácticos y ejercicios*. Prentice Hall, 2003.
- Figuerola, M. *Teoría económica del turismo*. Madrid: Alianza Editorial, 1990.
- Figuerola, M. *Introducción al estudio económico del turismo*. Civitas, 1999.
- Galbraith, J.K.; Salinger, N. *Introducción a la economía. Una guía para todos (o casi)*. Barcelona: Crítica, 2000.
- Lickorish, L.J.; Jenkins, C.L. *Una introducción al turismo*. Madrid: Síntesis, 2000.

# Llengua Catalana

CRÈDITS: 6

## OBJECTIUS:

L'assignatura pretén, d'una banda, consolidar el coneixement i l'ús normatiu dels aspectes morfològics i sintàctics més complexos de l'estàndard escrit de la llengua; de l'altra, facilitar el maneig del material lingüístic de referència (gramàtiques, diccionaris i altre material de suport). En tercer lloc, proporcionar tècniques de composició de textos amb coherència, cohesió i precisió lèxica.

## CONTINGUTS:

Tècniques i aspectes de la redacció. La cohesió i la coherència.

1. Adequació (paràgraf i puntuació).
2. Cohesió. Domini de la frase simple i composta (morfologia nominal i verbal, pronoms febles, pronoms relatius i altres connectors).
3. Precisió lèxica.
4. Coherència. Tipologia de textos. Llegibilitat. Estils i registres.

## METODOLOGIA:

L'assignatura, eminentment pràctica, reclama una assistència regular a les sessions de classe. Es treballarà amb dossiers, tant de textos com d'exercicis i de tècniques d'expressió. Alhora, es programaran intervencions orals i també exercicis sobre un llibre de lectura preceptiva i de contingut relacionat amb l'àrea de coneixement de la titulació. Algunes sessions de treball podran localitzar-se al despatx del Departament.

Les hores d'activitat dels estudiants, individualment o en grup, podran tenir lloc a l'Aula d'Autoaprenentatge o a la biblioteca.

## AVALUACIÓ:

1. L'assignatura s'avalua a partir de:
  - a) una prova excloent de coneixements d'ortografia (puntuació: apte / no apte).
  - b) els exercicis de classe i les activitats pràctiques (puntuació: 50%).
  - c) un examen al final del quadrimestre (puntuació: 50%).
2. Superar la prova de coneixements d'ortografia és indispensable per aprovar l'assignatura.
3. L'examen de final de quadrimestre s'ha d'aprovar obligatòriament per poder calcular la qualificació global de l'assignatura.
4. Els percentatges d'avaluació regeixen idènticament en les dues convocatòries de l'assignatura.

## BIBLIOGRAFIA:

### Manuais i gramàtiques

Badia, Jordi; Brugarola, Núria; Torné, Rafel; Fargas, Xavier (1997). *El llibre de la llengua catalana*. Barcelona: Castellnou.

Castellanos i Vila, Josep Anton (1998). *Quadern: Normativa bàsica de la llengua catalana. Amb exercicis autocorrectius*. 6a ed. Barcelona: Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Ramos, Joan Rafael (1998). *Introducció a la sintaxi*. València: Tàndem Edicions. [1a ed., 1992]

Ruaix, Josep (1998). *Català complet/1. Curs superior de llengua. Fonètica i ortografia*. Moià: J. Ruaix.

— (1998). *Exercicis del català complet/1*. Moià: J. Ruaix.

— (1998). *Clau dels exercicis del català complet/1*. Moià: J. Ruaix.

— (1998). *Català complet/2. Curs superior de llengua. Morfologia i sintaxi*. Moià: J. Ruaix.

- (1998). *Exercicis del català complet/2*. Moià: J. Ruaix.
- (1998). *Clau dels exercicis del català complet/2*. Moià: J. Ruaix.
- Xuriguera, Joan B. (1993). *Els verbs catalans conjugats*. 30a ed. Barcelona: Claret. [1a ed., 1972]

### **Diccionaris generals**

Institut d'Estudis Catalans (2007). *Diccionari de la llengua catalana*. Barcelona: Edicions 62; *Enciclopèdia Catalana*.

*Gran diccionari de la llengua catalana* (1998). Barcelona: Enciclopèdia Catalana.

### **Enllaços a recursos en línia**

- Diccionari normatiu de la llengua catalana DIEC (<http://dlc.iec.cat>)
- Recull de nous termes CERCATERM (<http://www.termcat.cat>)
- Llibre d'estil de Vilaweb  
(<http://10anys.vilaweb.com/llibreestil/pdf/Llibreestil-vi.pdf>)
- Portal lingüístic de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió  
(<http://esadir.cat>)
- Diccionari multilingüe (<http://www.grec.et/cgi-bin/mltoo.pgm>)
- Proposta estàndard oral de l'Institut d'Estudis Catalans  
(<http://www.iec.es/institucio/seccions/Filologica/llenguacatalana/PropostaEstandard/>)
- Portal sobre llengua catalana enlloc.com  
(<http://www.enlloc.com/enlloc/index.html>)
- Portal de recursos lingüístics de les universitats de parla catalana (Xarxa Vives d'Universitats: Llengua.info)  
(<http://www.llengua.info>)

# Francès I

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: 2n

## OBJECTIUS:

Francès I s'adreça a estudiants que ja tenen coneixements previs de llengua francesa equivalents, pel cap baix, a cent hores lectives. Al final de Francès I, l'estudiant ha d'haver assolit les competències descrites al nivell A1 del Marc europeu comú de referència. D'una manera general, l'estudiant ha de desenvolupar competències comunicatives en les situacions més corrents del món del treball i de la vida social. I d'una manera més precisa, l'estudiant ha de ser capaç al final del curs de: parlar de temes corrents sobre la pròpia identitat i la vida professional, participar en conversacions senzilles, establir contactes telefònics, resoldre situacions de la vida quotidiana i activa com per exemple, establir contactes, reservar una habitació d'hotel o un bitllet de transport, comprar, parlar d'un programa de viatge, comprendre i utilitzar formularis, horaris, plànols, publicitat, missatges i documents professionals curts i redactar escrits senzills com notes. Així mateix, en raó de la naturalesa professional dels estudis, l'estudiant ha d'adquirir els elements de base de vocabulari de la llengua francesa per al seu ús social i professional.

## PROGRAMA:

### **Continguts lingüístics:**

1. Exposició oral i comprensió oral.
2. Gramàtica, ortografia (dictat) i vocabulari.

### **Continguts professionals i socioculturals:**

1. "Entrer en contact !": presentar-se i saludar.
2. "Faites connaissance !": donar i rebre informacions personals.
3. "Allô, c'est de la part de qui ?": comunicar per telèfon i per Internet.
4. "Attention départ !": organitzar un viatge.

## METODOLOGIA:

L'ensenyament-aprenentatge de la llengua francesa en la nostra assignatura té dos vessants complementaris. D'una banda el vessant lingüístic de la llengua francesa en l'ordre fònic, gramatical i lèxic. De l'altra banda el vessant del món professional i social francòfon, referit especialment al vocabulari. La metodologia d'ensenyament-aprenentatge és construïda a l'entorn de les situacions més recurrents de la vida quotidiana i professional. L'aprenent és el protagonista del seu aprenentatge: confrontat a situacions imaginàries, l'aprenent passa a l'acció comprnent diàlegs primer, memoritzant-los després, dramatitzant-los tot seguit i finalment creant-ne de propis. Les activitats realitzades a classe són majoritàriament orals. Com que l'assignatura Francès I s'imparteix segons la modalitat anomenada crèdit europeu l'estudiant disposa d'un pla de treball per a cada unitat didàctica.

## AVALUACIÓ:

L'avaluació és continuada i global. L'avaluació es determina a partir dels següents exercicis de classe: exposició oral, comprensió oral, ortografia (dictat), gramàtica i coneixements de francès professionals i socioculturals. Cada exercici representa un 20 % de la qualificació. L'examen final és per als estudiants que prefereixen aquesta modalitat d'avaluació, per als que no segueixen les classes amb assiduitat; i, per als que, per qualsevol causa, no es presenten o no aproven els exercicis de classe de més amunt. Els continguts i els criteris d'avaluació de l'examen final són els mateixos que els dels exercicis de l'avaluació continuada.



BIBLIOGRAFIA OBLIGATÒRIA:

Tauzin, Béatrice; Dubois, Anne-Lyse. *Objectif express. Le monde professionnel en français*. Paris: Hachette Français Langue Etrangère, 2005. 1<sup>re</sup> édition, 192 p. ISBN 2.01.155427.6

BIBLIOGRAFIA RECOMANADA:

Gramàtica francesa de referència: Grégoire, Maïa; Thévenaz, Odile. *Grammaire progressive du français*. Paris. Clé International, edició de 1995 o posteriors.

Diccionari monolingüe francès de referència. Recomanem el *Micro Robert* de l'editorial Robert.

Diccionari bilingüe català-francès, francès-català de referència. Recomanem el *Diccionari Compact* de l'editorial Larousse.

# Alemany I

QUADRIMESTRE: 2n

CRÈDITS: 6

## OBJECTIUS:

Aquesta assignatura inicia l'estudiant en el coneixement de la llengua alemanya en un context professional. L'objectiu principal del curs és que l'estudiant adquireixi un coneixement de base de la llengua alemanya i que sigui capaç de comprendre i d'expressar tant oralment com per escrit missatges senzills en alemany. El curs pretén que l'estudiant assoleixi una competència comunicativa elemental i que al mateix temps adquireixi el vocabulari específic bàsic de l'àmbit professional.

## PROGRAMA:

Alemany I està pensat per a alumnes que poden assistir regularment a classe, tenint en compte que es parteix d'un nivell zero. L'assistència també és important perquè el treball en grups funcioni adequadament i el progrés d'aprenentatge sigui satisfactori.

Durant el curs treballarem de forma progressiva les quatre habilitats que conformen una llengua: comprensió i expressió lectora i oral. Quan parlem de comprensió i expressió lectora ens referim a breus diàlegs comunicatius i textos no gaire extensos a partir dels quals en veurem el vocabulari i estructures sintàctiques. La part oral constarà, d'una banda, d'audicions de diàlegs o monòlegs breus acompanyats d'exercicis de comprensió, i de l'altra, de la producció oral de missatges per part de l'estudiant. La llengua vehicular a classe per part del professor serà l'alemany, que s'anirà introduint d'una manera progressiva. Així mateix es demanarà a l'estudiant que utilitzi les expressions i vocabulari més freqüents d'interacció a classe en aquesta llengua. A continuació exposem els continguts comunicatius i lingüístics del curs:

### Continguts comunicatius:

- Lletrejar
- Identificar i donar números
- Saludar, presentar-se, acomiadar-se
- Demandar i donar informacions sobre l'àmbit professional i personal
- Demandar i donar informació sobre un viatge
- Informar de les activitats, dates i horaris de l'agenda professional
- Elaborar programes per a visites i planificar l'agenda
- Sol·licitar material informatiu
- Descriure persones
- Citar-se amb algú
- Emplenar formularis i fulls de comanda
- Expressar desitjos
- Comparar i donar assessorament de productes
- Fer reserves d'hotel i vols
- Demandar i donar informació d'horaris de mitjans de transport

### Continguts lingüístics:

- La conjugació dels verbs irregulars i regulars en present
- El passat simple dels verbs "sein" i "haben"
- Els pronoms personals
- L'article determinat, indeterminat, possessiu i demostratiu
- Els tipus de frase
- Les partícules interrogatives
- L'ordre dels elements dins la frase

- Els verbs amb canvi de vocal
- La composició dels substantius
- El plural dels substantius
- Els adverbis de freqüència
- La negació amb “kein-” i “nicht”

#### **Vocabulari:**

El vocabulari dels textos i exercicis dels apunts i dels materials fotocopiats o digitals

#### **Continguts socioculturals:**

Al llarg del curs l'alumne treballarà alguns aspectes socioculturals dels països de parla alemanya.

#### **Continguts de fonètica:**

- Els sons vocàlics llargs i curts
- Les consonants

#### **METODOLOGIA:**

Alemanys I és una assignatura que combina la pràctica i la teoria. Durant el curs posarem més èmfasi en la pràctica dels coneixements obtinguts sense deixar de banda alguns aspectes teòrics essencials per entendre el funcionament de la llengua, per exemple la gramàtica, i d'altres com la cultura dels països de parla alemanya. Les explicacions del professor referents a aquests darrers aspectes es duran a terme durant les sessions de classe amb tot el grup d'alumnes. Alguns exercicis pràctics, de reforç, sobretot la part d'expressió oral i de cerca d'informació, es treballaran en petits grups durant les sessions de treball dirigit. A més, l'alumne tindrà temps de practicar i assimilar els coneixements adquirits durant les hores destinades al treball personal. Aquest repartiment de les hores per sessions respon a la metodologia del model de Crèdit Europeu que promou l'autonomia de l'aprenent en el procés d'aprenentatge. Per tal de facilitar la introducció de l'alumne en aquesta metodologia l'alumne disposarà a començament de curs d'un pla de treball detallat per blocs temporals, continguts i tipus de sessions.

#### **AVALUACIÓ:**

L'avaluació de l'assignatura és continuada. L'avaluació de l'assignatura és continuada. En la nota final es consideraran els resultats dels exercicis de classe, a més de valorar el treball personal i la participació de l'alumnat. Qui no superi o no pugui seguir l'avaluació continuada té l'opció de fer un examen final. A continuació detallarem els percentatges d'avaluació de les diferents parts:

- Comprensió i expressió oral: 30 %
- Comprensió i expressió escrita: 30 %
- Gramàtica i vocabulari: 20 %
- Treball personal: 20 %

#### **BIBLIOGRAFIA OBLIGATÒRIA:**

- Becker, N., et al. *Unternehmen Deutsch: Grundkurs Lehrbuch*. Stuttgart: Ernst Klett, 2004. ISBN:3-12-675740-5
- Becker, N., et al., *Unternehmen Deutsch: Grundkurs Arbeitsbuch*. Stuttgart: Ernst Klett, 2004. ISBN:3-12-675741-3

#### **BIBLIOGRAFIA RECOMANADA:**

##### **Gramàtiques de referència amb exercicis:**

- Castell, Andreu. *Gramàtica de la llengua alemana*. Madrid: Editorial Idiomas, 1997.
- Castell, Andreu; Braucek, Brigitte. *Gramàtica de la llengua alemana (Ejercicios)*. Madrid: Editorial Idiomas, 2000.
- Reimann, Monika. *Grundstufen-Grammatik für Deutsch als Fremdsprache*. Ismaning: Max Hueber Verlag, 2000.

Reimann, Monika. *Grundstufen-Grammatik für Deutsch als Fremdsprache: Schlüssel*. Ismaning: Max Hueber Verlag, 2000.

**Diccionari bilingüe recomanat:**

*Diccionari Bàsic Català-Alemaný / Alemaný-Català* de l'editorial Enciclopèdia Catalana.

**Diccionari monolingüe recomanat:**

*Kompaktwörterbuch Deutsch als Fremdsprache* de l'editorial PONS.

# Teoria i Estructura de la Comunicació d'Empresa I

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

- Que l'estudiant sigui capaç de tenir una conceptualització del màrqueting i la publicitat moderna, com un procés de comunicació particular, analitzant les diferents estratègies i els elements del model de comunicació aplicats a la comunicació publicitària.
- Aconseguir que l'estudiant adquireixi capacitat d'anàlisi i de síntesi, capacitat per treballar en equip, creativitat, habilitat per buscar informació procedent de fonts diverses i capacitat per a prendre decisions.

CONTINGUTS:

1. Introducció al màrqueting, la comunicació i la publicitat
  - 1.1. Definició de conceptes (màrqueting, comunicació, publicitat, propaganda, publicity,...)
  - 1.2. Els efectes de la publicitat. Legislació publicitària
2. El sector publicitari
  - 2.1. L'anunciant
  - 2.2. El briefing
  - 2.3. L'agència de publicitat i la central de compra de mitjans
3. La campanya publicitària
  - 3.1. Els objectius publicitaris
  - 3.2. El públic objectiu
  - 3.3. El pressupost
  - 3.4. L'estratègia creativa
  - 3.5. L'estratègia de mitjans
  - 3.6. Execució i avaluació de la campanya
4. Altres formes de comunicació / mitjans no convencionals
  - 4.1. La promoció de vendes
  - 4.2. El merchandising i el packaging
  - 4.3. El patrocini i el mecenatge
  - 4.4. El màrqueting directe

METODOLOGIA:

L'assignatura és presencial i té una part teòrica per tal de que els conceptes s'adquireixin correctament, i una part pràctica.

En les sessions de classe és on el professor explica els coneixements teòrics dels diferents temes. En les hores de treball dirigit es resolen els casos pràctics dels diferents temes per tal de complementar i asentar els coneixements propis de la matèria i es farà un treball pràctic.

Els instruments didàctics inclouen lectures recomanades, exposició de casos, dinàmiques de grup i exercicis que enllaçaran els aspectes teòrics i pràctics.

AVALUACIÓ:

L'avaluació constarà de diferents parts, i s'haurà d'aprovar cada una per separat.

- Participació, exercicis individuals (anàlisi dels casos que es treballaran a classe periòdicament) i treball final (40%)
- Examen final de la part teòrica (60%)

TREBALL FINAL:

Fitxa Introductòria:

1a Part: Informació de la Campanya

2a Part: Avaluació Crítica.

3a Part: Proposta de Nova Creació.

BIBLIOGRAFIA

Aaker, David; Myers, John: *Management de la publicidad*, vol. I i II, 4ª edició, Barcelona: Hispano Europea, 1993.

Barquero Cabrero, José Daniel i Mario: *Manual de Relaciones Públicas, Comunicación y Publicidad*. Barcelona: Gestión 2000, 2003.

Castellblanque, Mariano: *Estructura de la actividad publicitaria*, Barcelona: Paidós, 2001.

Díez de Castro, Enrique, et al: *Comunicaciones de Marketing*, Madrid: Pirámide, 2001.

González, M<sup>a</sup> Angeles: *Curso de Publicidad*, Madrid: Eresma/Celeste, 1994.

Herreros Arconada, Mario: *La Publicidad. Fonaments de la comunicació publicitària*, Barcelona: Pòrtic Media, 2000.

Ortega, Enrique: *La comunicación publicitaria*, Madrid: Pirámide, 1997.

Perez Ruiz, Miguel Angel: *Fundamentos de la Estructura de la Publicidad*, Madrid: Síntesis, 1996.

Sánchez Guzmán, José Ramón: *Breve Historia de la Publicidad*, Madrid: Ciencia3, 1989.

# Teoria i Estructura de la Comunicació d'Empresa II

CRÈDITS: 6

## OBJECTIUS:

L'assignatura aborda la teoria i la pràctica de les Relacions Públiques, insistint en les característiques i funcions dels professionals, de les agències i dels serveis que s'ofereixen als clients. S'analitza el concepte teòric de Relacions Públiques i s'estudia el procés d'identificació de públics, així com la seva tipologia i la naturalesa de les relacions i interaccions entre l'organització i els seus públics. A partir d'aquest coneixement, es revisa els diferents sistemes i tècniques que constitueixen un Pla de Relacions Públiques: gabinets de premsa, gabinets de crisi, comunicació interna, relacions institucionals, patrocin i captació de fons, relacions amb la comunitat i responsabilitat social corporativa, organització d'esdeveniments, etc.

## CONTINGUT:

1. El concepte de Relacions Públiques. Definició, procés i elements.
2. Diferències entre les Relacions Públiques i el periodisme, la publicitat i el marqueting.
3. Els públics de les Relacions Públiques.
4. Relacions amb els mitjans de comunicació.
5. El Pla de Relacions Públiques.
6. Activitats i tècniques més usuals de Relacions Públiques.
7. Internacionalització i especialització de les Relacions Públiques.
8. Ètica i professionalisme.
9. Evolució i futur de les Relacions Públiques.

## METODOLOGIA:

L'assignatura té una part teòrica important orientada a la correcta adquisició de conceptes sobre l'estructura de les Relacions Públiques. Aquesta teoria es combina amb una part pràctica per treballar els conceptes sobre casos i situacions reals. L'assignatura s'imparteix en modalitat presencial.

Es combinen sessions de classe amb sessions de treball dirigit on es resolen els casos pràctics dels diferents temes per tal de complementar i assentar els coneixements propis de la matèria. Els instruments didàctics inclouen lectures recomanades, exposició de casos, dinàmiques de grup i exercicis que enllacaran els aspectes teòrics i pràctics.

## AVALUACIÓ:

L'avaluació constarà de diferents parts, i s'haurà d'aprovar cada una per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la mitjana entre la part teòrica i la part pràctica, sempre que s'hagin aprovat totes les parts.

- Participació i exercicis individuals o en grups (anàlisi dels casos que es treballaran a classe periòdicament) (50%)
- Examen final (50%)

## BIBLIOGRAFIA:

- Barquero, José Daniel. *Comunicación y Relaciones Públicas*, Madrid: McGraw Hill, 2002.
- Cortina, A. *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Trotta, 1994.
- Cutlip, Scott; Center, Allen; Broom, Glen. *Relaciones Públicas eficaces*, Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Grunig, James; Hunt, Todd. *Dirección de Relaciones Públicas*, Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Harrison, Shirley, *Relaciones Públicas. Una introducción*, Madrid, 2002.
- Noguero, A. *La función social de las Relaciones Públicas, teoría y marco legal*. Barcelona: ESRP-PPU, 1995.

- Seitel, Fraser. *Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas*, Madrid: Prentice Hall, 2002.
- Solano Fleta, Luis. *Tratado de las Relaciones Públicas*, Barcelona: Gestión 2000, 1999.
- Uribe-Salazar de, Agustín et al. *El libro práctico de las Relaciones Públicas*. Madrid: ADECEC (Asociación de Empresas Consultoras de Comunicación y Relaciones Públicas), 1996.
- Wilcos, Dennis. *Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas*, Madrid: Lavel, 2001.
- Xifra, Jordi. *Planificación estratégica de las Relaciones Públicas*, Barcelona: Paidós Ibérica, 2005.
- Xifra, Jordi. *Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas*, Barcelona: McGraw Hill,



# PROGRAMES DE LES ASSIGNATURES DE SEGON CURS

## Organització i Gestió d'Empreses

### OBJECTIUS:

- Conèixer els elements bàsics de l'organització i gestió d'empreses turístiques.
- Integrar i aplicar conceptes i tècniques de gestió útils, per exemple, per analitzar i diagnosticar una situació estratègica, formular i implementar estratègies competitives, gestionar una cartera de negocis o desenvolupar nous productes.
- Practicar competències i habilitats directives clau en el sector turístic com relacionar-se, treballar en equip, negociar, emprendre i liderar.
- Desenvolupar una actitud reflexiva sobre les implicacions ètiques de les decisions i les accions.

### CONTINGUT:

1. Empresa, empresari i sector turístic
  - 1.1 Conceptes d'empresa i empresari
  - 1.2 Els objectius de l'empresa
  - 1.3 Tipus d'empreses
  - 1.4 Les empreses del sector turístic
  - 1.5 Particularitats de les empreses turístiques
2. Els subsistemes de l'empresa turística
  - 2.1 Concepte de sistema
  - 2.2 Sistema i subsistemes
  - 2.3 L'empresa turística com a sistema
  - 2.4 Els subsistemes en l'empresa turística
  - 2.5 Subsistema de valors: responsabilitat social i ètica en l'empresa turística
3. L'entorn de l'empresa turística
  - 3.1 Concepte i tipus d'entorns
  - 3.2 L'entorn general de l'empresa turística
  - 3.3 L'entorn específic de l'empresa turística
  - 3.4 Delimitació del sector turístic
  - 3.5 Tendències de l'entorn turístic
4. L'administració de l'empresa turística
  - 4.1 El subsistema de direcció de l'empresa turística
  - 4.2 L'administració de l'empresa com a procés
  - 4.3 El directiu de l'empresa turística
  - 4.4 La presa de decisions en l'empresa turística
  - 4.5 Particularitats de l'administració d'empreses turístiques
5. Planificació i control en l'empresa turística
  - 5.1 La importància de la planificació en el sector turístic
  - 5.2 Els objectius de les empreses turístiques
  - 5.3 Instrumentalització de la planificació
  - 5.4 Concepte de control. Processos i tipus de control
  - 5.5 Eines de control en l'empresa turística
6. Organització de l'empresa turística
  - 6.1 Mecanismes de coordinació
  - 6.2 Parts fonamentals de l'organització

- 6.3 Paràmetres de disseny organitzatiu
- 6.4 Factors de contingència
- 6.5 Configuracions estructurals
- 7. Gestió estratègica de l'empresa turística
  - 7.1 El concepte d'estratègia en l'empresa turística
  - 7.2 Planificació estratègica i nivells de l'estratègia
  - 7.3 Decisions estratègiques a nivell corporatiu en l'empresa turística
  - 7.4 Decisions estratègiques a nivell de negoci en l'empresa turística
  - 7.5 Les competències i habilitats en l'empresa turística

#### METODOLOGIA:

En aquesta assignatura es pretén limitar l'ús de la lliçó magistral a favor d'altres tècniques de formació més participatives. El professor exposarà els diferents temes a l'aula, però esquemàticament, ja que la major part de la documentació necessària per seguir l'assignatura estarà disponible des del principi. Així, com que l'estudiant disposarà dels apunts prèviament, podrà assistir a les sessions de classe havent-los llegit, i el temps de classe es podrà dedicar a la comprensió dels conceptes principals i a la seva posada en pràctica.

Es resoldran casos pràctics, es discutiran plantejaments de problemes de gestió empresarial, se solucionaran exercicis i s'escenificarà algun joc de rol. I en totes aquestes activitats la participació activa de l'estudiant serà imprescindible.

#### AVALUACIÓ:

La nota final es calcularà a partir de les qualificacions obtingudes en:

- L'examen final sobre els continguts del primer quadrimestre (50%).
- Les resolucions escrites i orals als diversos casos pràctics i activitats que es treballaran al llarg de l'assignatura (40%).
- La participació activa en les diverses activitats didàctiques (10%).

Caldrà aprovar cadascuna d'aquestes parts per separat per superar l'assignatura.

#### BIBLIOGRAFIA:

- Casanueva, Cristóbal; *et al.* *Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid: Pirámide, 2000.
- Cuervo, Álvaro; *et al.* *Introducción a la administración de empresas*. Madrid: Civitas, 1996.
- Grant, Robert M. *Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: Civitas, 1996.
- Mintzberg, Henry; *et al.* *El proceso estratégico. Edición europea revisada*. Madrid: Prentice Hall., 1999.
- Montaner, J. *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Síntesis, 1996.
- Pedreño, A. *et al.* *Introducción a la economía del turismo en España*. Madrid: Civitas, 1996.

## Direcció i Gestió de Personal

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: II

### OBJECTIUS:

Pretenem que l'estudiant adquireixi i entengui els elements clau per tal que les persones que treballen a l'organització cooperin i facilitin l'èxit d'una empresa turística. Partim del principi que, especialment en les empreses de serveis, és el factor humà el que fa que una idea o un negoci tingui èxit o fracassi. Gestionar eficaçment les persones per saber-ne obtenir les millors aportacions és fonamental, però també ho és estructurar un marc organitzatiu i laboral que permeti el desenvolupament de les capacitats d'aquells que treballen a l'empresa.

### METODOLOGIA :

El que s'experimenta no s'oblida. Per tant, la metodologia que emprarem en les classes és de caràcter actiu i participatiu. A partir d'un cas dissenyat especialment per a aquest curs anirem desenvolupant els diferents aspectes que afecten el personal. Anirem rebent informació i prenent decisions per configurar i resoldre els temes que es plantegen en el programa.

No únicament es contempla l'acció-reacció, sinó que procurarem portar, o anar a veure, exemples pràctics que amplïïn la visió del que es treballa a classe.

### PROGRAMA:

- 1.- El marc de relacions laborals. Com la legalitat afecta el desenvolupament del projecte empresarial.
  - 1.1. Marc jurídicolaboral que regula les relacions empresa-treballador.
  - 1.2. Marc social que regula les relacions empresa-treballador.
  - 1.3. Els agents socials : Estat, empreses i sindicats.
- 2.- Models de disseny organitzatiu.
  - 2.1. Missió.
  - 2.2. Valors.
  - 2.3. Cultura d'empresa.
- 3.- Planificació de personal.
  - 3.1. Models de previsió de personal.
  - 3.2. Com crear un sistema de planificació de plantilla segons demanda.
  - 3.3. Models flexibles de treball.
  - 3.4. Reenginyeria de processos.
- 4.- El procés d'entrada i sortida de personal.
  - 4.1. Reclutament i selecció.
  - 4.2. Models i possibilitats de la contractació.
  - 4.3. Models complementaris de la contractació.
  - 4.4. Programa d'acollida i entrenament.
  - 4.5. Programes de reducció de personal.
  - 4.6. Sortida i recol·locació.
- 5.- La gestió dels llocs de treball.
  - 5.1. Organització i descripció del treball.
  - 5.2. Programes de formació.
  - 5.3. Direcció per objectius.
  - 5.4. Sistemes de retribució directa i indirecta.
  - 5.5. Com prendre decisions.
  - 5.6. El procés de millora contínua.

- 5.7. La negociació col·lectiva.
- 6.- La gestió de les persones.
  - 6.1. Clima laboral.
  - 6.2. Avaluació de la feina.
  - 6.3. Desenvolupament.
  - 6.4. Comunicació.
  - 6.5. Lideratge.
  - 6.6. Treball en equip.
  - 6.7. Qualitat de servei.
  - 6.8. Aprenentatge, creativitat i gestió del coneixement.
  - 6.9. Gestió del conflicte.
- 7.- El sistema d'avaluació de la gestió.
  - 7.1. Ratis i estadístiques fonamentals.
  - 7.2. Quadre de comandament.
  - 7.3. Indicadors del valor afegit.
  - 7.4. L'auditoria social i la intervenció en els processos de canvi.

#### AVALUACIÓ :

L'avaluació de l'assignatura és un procés continuat i resultat de la participació que l'estudiant desenvolupa a la classe: les seves idees, l'intercanvi de conceptes, la pròpia actitud d'obertura a l'aprenentatge, la qualitat de la participació, etc. Tot això complementat amb un breu i sintètic examen final com a cloenda del material i les experiències que s'han treballat a classe.

#### BIBLIOGRAFIA :

- Peters, Tom. *Nuevas organizaciones en tiempos de caos*. Bilbao: Deusto, 1994.
- Peretti, Jean-Marie. *Todos somos directores de Recursos Humanos*. Barcelona: Gestión 2000, 1997.
- Handy, Charles. *Más allá de la certidumbre*. Apóstrofe, 1997.
- Gretz, Karl i Drozdeck, Steven. *Aproveche la creatividad de sus empleados*. Madrid: MacGraw-Hill, 1994.
- Aedipe. *La dimensión humana de la empresa del futuro*. Bilbao: Deusto, 1992.
- Covey, Stephen R. *Los siete hábitos de la gente eficaz*. Barcelona: Paidós, 1992.
- Semler, Ricardo. *Radical*. Barcelona: Gestión 2000, 1996.

## Patrimoni Cultural II

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: II

OBJECTIUS:

L'apropament al patrimoni cultural d'Occident des del Renaixement fins a l'actualitat. La matèria no s'impartirà des d'una perspectiva purament conceptual sinó que posarà l'èmfasi en el conjunt de valors artístics i culturals dels diferents àmbits geogràfics.

PROGRAMA:

### 1.- El món modern

- 1.1. Florència i Milà com a exemples del primer renaixement
- 1.2. La consolidació renaixentista: les ciutats de Roma i Venècia
- 1.3. La ruta de plateresc: Granada, Toledo, Valladolid, Salamanca
- 1.4. La cort de Felip II: El Escorial
- 1.5. França: els castells del Loira
- 1.6. Museu: Galeria Uffizi a Florència, Museu del Duomo a Florència, Museu Bargello a Florència, Galeria de l'Acadèmia a Florència, Pinacoteca Brera a Milà, Museus del Louvre a París, National Gallery a Londres, Museu del Prado a Madrid, Museu Nacional d'Escultura a Valladolid...
- 1.7. Una ciutat barroca: Roma
- 1.8. Ruta del barroc a França: París i el conjunt urbà de Versalles
- 1.9. Ruta del barroc a Anglaterra: Greenwich, Londres...
- 1.10. Ruta del barroc a Àustria, Alemanya i Rep. Txeca: Viena, Salzburg, Dresden, Praga...
- 1.11. Ruta del barroc espanyol: Granada, Múrcia, València, Madrid, Saragossa, Santiago de Compostela
- 1.12. Principals ciutats barroques d'Amèrica: Mèxic DF, Guadalupe, Taxco, Cholula, Puebla i San Martín de Tpotzotlan a Mèxic; Antigua a Guatemala; Bogotà a Colòmbia; Quito a Ecuador; Lima, Cuzco i Arequipa a Perú; Córdoba a Argentina; Ouro-Preto, Recife i Salvador de Bahia a Brasil
- 1.13. Museus: Museu del Louvre a París, Galeria Uffizi a Florència, Galeria Pitti a Florència, Galeria Borghese a Roma, Museu del Prado a Madrid, Museu Bellas Artes de Sevilla, Museu Nacional d'Escultura a Valladolid, National Gallery a Londres, Museu Ermitage a Sant Petersburg, Rijksmuseum a Amsterdam, Frans Halsmuseum a l'Haia, Alte Pinakothek a Múnic...

### 2.- Cap al món contemporani

- 2.1. La recuperació de l'arquitectura clàssica a les ciutats de París, Berlín, Londres i Madrid
- 2.2. Algunes mostres d'arquitectura neoclàssica als EUA: Washington, Nova York...
- 2.3. Algunes mostres d'arquitectura del ferro: Londres, Sevilla, Madrid, Barcelona, Biscaia, Bilbao, Milà, París...
- 2.4. Chicago: una ciutat del segle XIX
- 2.5. Itinerari per la Catalunya modernista
- 2.6. Altres ciutats modernistes: París, Brussel·les i Viena
- 2.7. Museus: Museu del Prado a Madrid, Museu Romànic a Madrid, Museu d'Art Modern a Barcelona, National Gallery a Londres, Tate Gallery a Londres, Kunsthalle a Hamburg, Staatliche Museen a Berlín, Museu del Louvre a París, Museu d'Orsay a París, Museu de l'Art Modern a París, Art Institute a Chicago...

### 3. El segle XX

- 3.1. Nova York, Sidney i Tòquio com a exemples de l'arquitectura del segle XX
- 3.2. La Barcelona contemporània

- 3.3. Museus: Metropolitan Museum a Nova York, MOMA a Nova York, Museu Guggenheim a Nova York i a Bilbao, Tate Gallery a Londres, Stedelijk Museum a Amsterdam, Museu de l'Art Modern a París, Museu Nacional a Oslo, Museu d'Art Abstracte Espanyol a Conca, IVAM a València, Museu Dalí a Figueres, Col·lecció Thyssen a Barcelona i a Madrid, Museu Nacional Reina Sofia a Madrid, Fundació Miró a Barcelona, Museu Picasso a Barcelona, Fundació Tàpies a Barcelona, MACBA a Barcelona

#### METODOLOGIA:

En aquesta assignatura de modalitat única (presencial) es combinaran les classes teòriques amb altres més pràctiques de treball dirigit, elaboració de rutes, recerca, anàlisi d'obres...

#### AVALUACIO:

Al final del quadrimestre es farà un examen final per avaluar el grau de coneixement del programa i de les lectures fixades. Amb anterioritat s'hauran avaluat els continguts parcials a través de: treballs monogràfics, elaboració de rutes, comentari de textos, anàlisi d'obres, revisió de llibres...

Els alumnes que no es presentin a l'examen final o que no l'aprovin, es podran examinar en una segona convocatòria de curs que es farà pel juny o bé pel setembre.

#### BIBLIOGRAFIA:

- Història Universal de l'Art*. Barcelona: Planeta, 1993. 11 vols.  
*Història de l'art català*. Barcelona: Ed. 62, 1990. 8 vols.  
Chadwick, W.: *Mujer, arte y sociedad*. Barcelona: Destino, 1992.  
Fischer, E.: *La necesidad del arte*. Barcelona: Península, 1978.  
Gombrich, E.: *Historia del Arte*. Madrid: Debate, 1995.  
Hauser, A.: *Historia social de la literatura y del arte*. Madrid: Guadarrama, 1969. 2 vols.  
Pevsner, N.: *Esquema de la arquitectura europea*. Buenos Aires: Infinito, 1957. 2 vols.  
Pijoan, J. i altres autors: *Summa Artis, Historia General del Arte*. Madrid: Espasa-Calpe, 1979. 25 vols.  
Venturi, L.: *Historia de la crítica del Arte*. Barcelona: GG, 1979.  
Wittkower, R.: *La escultura: procesos y principios*. Madrid. Alianza, 1981.  
Woodford, S.: *Cómo mirar un cuadro*. Barcelona: GG, 1985.  
Zevi, B.: *Saber ver la arquitectura*. Barcelona: Poseidon, 1979.

# Dret Fiscal

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: 2n

OBJECTIUS:

Proporcionar als alumnes uns fonaments i unes bases àmplies sobre el sistema impositiu espanyol actual, incidint de manera especial sobre els tributs relacionats amb l'empresa i específicament amb les activitats turístiques.

PROGRAMA:

Tema 1. Introducció

- 1.1. Introducció al Dret Tributari.
- 1.2. Classes de tributs.
- 1.3. Principals conceptes de la relació juridicotributària.
- 1.4. Elements configuradors dels tributs: fet imposable, subjecte passiu, base imposable, tipus impositius, quota íntegra, deduccions, retencions.
- 1.5. Procediments tributaris: gestió tributària, comprovació i investigació, recaptació, recursos-reclamacions, infraccions i sancions tributàries.

Tema 2. Impost sobre el valor afegit

- 2.1. Introducció i àmbit d'aplicació.
- 2.2. Fet imposable i no subjectió.
- 2.3. Exempcions interiors.
- 2.4. Exportacions
- 2.5. Operacions intracomunitàries.
- 2.6. Lloc de realització, meritació, subjecte passiu i repercussió.
- 2.7. Base imposable, tipus impositius.
- 2.8. Deduccions i devolucions.
- 2.9. Règims especials.
- 2.10. Obligacions formals.

Tema 3. Impost de societats

- 3.1. Introducció i àmbit d'aplicació.
- 3.2. Fet imposable
- 3.3. Subjecte passiu per obligació personal i real.
- 3.4. Ajustaments al resultat comptable.
- 3.5. Base imposable i tipus impositius.
- 3.6. Deduccions de la quota.
- 3.7. Règims especials.

Tema 4. Impost de la renda de les persones físiques

- 4.1. Àmbit d'aplicació i fet imposable.
- 4.2. Subjecte passiu per obligació personal i real, unitat familiar.
- 4.3. Base imposable:
  - rendiments del treball personal.
  - rendiments del capital immobiliari.
  - rendiments del capital mobiliari.
  - rendiments d'activitats empresarials i professionals, règim d'estimació directa simplificada i mòduls.
  - increments i disminucions de patrimoni.
- 4.4. Reduccions. Deduccions de la quota.

4.5. Gestió de l'impost.

Tema 5. Impost del patrimoni

5.1. Fet imposable i àmbit d'aplicació.

5.2. Subjecte passiu.

5.3. Normes de valoració dels béns, drets i deutes.

5.4. Deduccions de la quota.

Tema 6. Impost de successions i donacions

6.1. Naturalesa de l'impost.

6.2. Fet imposable i subjecte passiu.

6.3. Base imposable.

6.4. Reduccions i base liquidable.

6.5. Deduccions de la quota.

AVALUACIÓ:

Un examen final teòric i pràctic.

BIBLIOGRAFIA:

Albi Ibañez, J. *Sistema fiscal español*. Barcelona: Ariel, 1997.

Bejarano, M. Arcila, M. *Régimen fiscal de la empresa*. Madrid: Tecnos, 1997.

Queralt, M. Serrano, J. *Curso de derecho financiero y tributario*. Madrid: Tecnos, 1997.

Llei general tributària.



# Comptabilitat II

PROFESSORA: Elisabet PAXAU i TURA

CRÈDITS: 6

QUATRIMESTRE: Quart

OBJECTIUS:

L'objectiu d'aquesta assignatura és doble. D'una banda, que l'estudiant adquireixi les habilitats per poder realitzar una anàlisi dels estats comptables i financers de l'empresa, amb l'aplicació dels instruments i tècniques pròpies d'aquesta àrea, per poder obtenir una informació que sigui útil per prendre decisions. D'altra banda, obtenir els coneixements necessaris per poder implantar un sistema de comptabilitat de costos en una unitat econòmica, que se centrarà principalment en el sector de l'hosteleria i empreses turístiques. En cadascun dels estadis que comporta la determinació dels costos, s'estudiaran els diferents criteris d'imputació a l'objecte de cost, així com també la seva rellevància en la presa de decisions.

PROGRAMA:

## 1.- Anàlisi d'estats comptables

- 1.1. El concepte d'anàlisi d'estats comptables
- 1.2. Els principis comptables i les normes de valoració
- 1.3. El balanç
- 1.4. El compte de resultats

## 2.- Anàlisi de la situació financera a curt termini

- 2.1. Objectius de l'anàlisi de la situació financera a curt termini
- 2.2. Fons de maniobra o capital circulant
- 2.3. Ràtios de solvència
- 2.4. Ràtio de rotació dels clients (termini de cobrament)
- 2.5. Ràtio de rotació dels proveïdors (termini de pagament)

## 3.- Anàlisi de la situació financera a llarg termini

- 3.1. Objectius de l'anàlisi de la situació financera a llarg termini
- 3.2. Estudi de l'actiu
- 3.3. Estudi del passiu

## 4.- Anàlisi del compte de resultats

- 4.1. Objectiu de l'anàlisi del compte de resultats
- 4.2. Anàlisi del compte de resultats
- 4.3. Rendibilitat financera o rendibilitat dels fons propis
- 4.4. Rendibilitat econòmica o rendiment
- 4.5. Ràtios relacionats amb el compte de resultats

## 5.- La comptabilitat analítica

- 5.1. Usuaris de la informació comptable
- 5.2. Comptabilitat de costos i comptabilitat financera
- 5.3. Conceptes fonamentals de la comptabilitat interna
- 5.4. Resultat intern i resultat extern
- 5.5. Enllaç de la comptabilitat externa amb la comptabilitat interna

## 6.- Teoria del cost i elements formatius del cost

- 6.1. Concepte de cost
- 6.2. Classes de cost
- 6.3. Costos directes
- 6.4. Costos indirectes

- 7.- El cicle comptable de la comptabilitat de costos
  - 7.1. La classificació dels costos
  - 7.2. La localització dels costos
  - 7.3. La imputació dels costos
  - 7.4. El resultat intern
- 8.- Els sistemes de costos
  - 8.1. El sistema de cost complet
  - 8.2. Els sistema de cost per imputació racional
  - 8.3. El sistema de cost variable
  - 8.4. Direct Costing. La presa de decisions d'exploració
- 9.- L'anàlisi cost-volum-benefici
  - 9.1. Hipòtesis bàsiques de l'anàlisi cost-volum-benefici
  - 9.2. El Punt Mort
  - 9.3. El Marge de Seguretat
  - 9.4. El Punt Mort per a l'empresa multiproducte
- 10.- Els pressupostos
  - 10.1. El sistema pressupostari
  - 10.2. El cost estàndard
  - 10.3. Les desviacions

#### METODOLOGIA:

És una assignatura eminentment pràctica i es fonamenta en pràctiques guiades una vegada s'ha estudiat la part teòrica de cada tema. En aquest sentit, per tal de poder fer un seguiment de cada estudiant, l'assignatura s'imparteix en modalitat presencial.

La part pràctica de l'assignatura es plantejarà de la següent manera:

- Realització de pràctiques guiades durant les hores de treball dirigit.
- Aplicació pràctica amb tot el grup mitjançant l'ús del programa EXCEL.
- Realització de treballs pràctics durant les hores de treball personal de l'estudiant per entregar a la professora.

#### AVALUACIÓ:

Els elements d'avaluació seran l'adquisició de coneixements teòrics, així com l'aplicació pràctica d'aquests coneixements, i també l'assistència i participació en les sessions de classe i en les sessions de treball dirigit.

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el grau d'aprenentatge global aconseguit mitjançant un examen al final del quadrimestre. Donat que l'assignatura s'estructura en dues parts, la part d'anàlisi i la part de comptabilitat de costos, es realitzaran preguntes teòriques i pràctiques de cada part, i caldrà obtenir un mínim de 4 per fer nota mitjana. La nota de l'examen final representa un 70% de la nota final, i també s'exigirà un mínim de 4 per poder aprovar l'assignatura.

Per altra banda, s'avaluarà l'aprenentatge dels continguts parcials a través de:

- Pràctiques guiades durant les hores de treball dirigit: 10%
- Treballs pràctics a entregar: 20%

#### BIBLIOGRAFIA:

- Paxau, E. i Pérez, A. *Costos empresarials i control de gestió. Casos pràctics*. Vic: Eumo Editorial, 2000.
- Aranda, A. W. Aranguren, J.: *Contabilidad analítica de explotación*. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces. 1996.
- Aranda, A. W. *Contabilidad Analítica*. Madrid: Síntesis, 1996.
- Oller, J.: *Contabilidad de costes para agencias de viajes, hoteles, campings*. Madrid: Síntesis, 1994.
- Urías Valiente, Jesus. *Análisis de estados financieros*. McGraw-Hill, 1995.
- Amat, Oriol. *Análisis de estados financieros*. Ediciones Gestión 2000, 1996.
- Gay, J.M., Goxens, M. Angeles. *Análisis de estados contables*. Prince Hall, 1999.

# Operacions i Processos de Producció

CRÈDITS: 6

PROFESSOR: Sergi Massana i Mas

QUADRIMESTRE: Primer

PRESENCIAL/ SEMIPRESENCIAL: Presencial

## OBJECTIUS

**Objectius generals:** Centrar i fixar en l'alumne els conceptes fonamentals de les empreses del sector turístic, la seva història, la seva funció, els seus objectius y les primeres conclusions sobre el seu procés productiu, i confirmar que tota empresa sorgeix i viu perquè és capaç de crear, comercialitzar i prestar un producte o servei que la identifica i la defineix. I això ho farem primer per a les agències de viatges i després també per a altres empreses del sector com les companyies aèries i marítimes, els allotjaments, etcètera.

**Objectius didàctics:** Que els estudiants coneguin en tota la seva extensió les característiques i l'important paper que desenvolupen les agències de viatges i les altres empreses del sector en l'activitat turística global. Aprendre així l'operativa de creació, comercialització, cotització de tarifes, reserva i extracció de benefici dels diferents productes i serveis turístics, atès que són tècniques que qualsevol futur professional del sector haurà de conèixer i dominar.

**Objectius finals:** Amb aquesta assignatura, a banda de donar eines i conceptes professionals bàsics per tal d'inserir-se en una empresa del sector turístic, tractarem també de transmetre als futurs professionals del sector el suficient sentit crític sobre el futur del propi sector i dels actuals sistemes operatius, tot obrint-los els ulls al canvi permanent i aprofundint en el compromís social amb els llocs receptors així com amb la seva societat i amb els processos de qualitat i millora continuada.

## PROGRAMA

### *PRIMERA PART: Fonaments del turisme i les agències de viatges*

- 1.- Evolució de l'activitat viatgera al món
- 2.- Evolució del sector turístic a Espanya
- 3.- L'organització de viatges. El producte (o paquet) turístic
  - 3.1.- Disseny i creació del producte
  - 3.2.- Comercialització del producte
  - 3.3.- L'elaboració de producte. El producte propi
  - 3.4.- Casos pràctics i càlcul del Punt Mort
- 4.- Concepte, evolució i funcions de les Agències de Viatges
  - 4.1.- Assessora
  - 4.2.- Mediadora
  - 4.3.- Productora
  - 4.4.- Comercialitzadora
  - 4.6.- Asseguradora. Les assegurances turístiques
- 5.- Classificació i tipologies d'Agències de Viatges
  - 5.1.- Touroperadors o majoristes (Wholesalers)
  - 5.2.- Minoristes (Retrailer)
  - 5.3.- Majoristes-Minoristes
  - 5.4.- Emissores (Outgoing)
  - 5.5.- Receptives (Incoming)
  - 5.6.- Emissores-Receptores
  - 5.7.- Especialitzades
  - 5.8.- In-plant

- 5.9.- Franquícies
- 5.10.- Virtuals (Internet)
- 5.11.- Associacions d'Agències i grups de compra
- 6.- Documentació i fonts d'informació
- 7.- Requisits d'instal·lació i funcionament

*SEGONA PART: Els processos productius de les diferents empreses del sector*

- 8.- El transport ferroviari
- 9.- El transport aeri
  - 9.1.- Organismes i convenis que regulen el sector (IATA)
  - 9.2.- Tipus de vols, tipus d'aeroports i codis APT
  - 9.3.- Les diferents tipologies de companyies i serveis (xàrter, baix cost)
  - 9.4.- Aliances estratègiques i futur del sector.
- 10.- El transport aquàtic (marítim i fluvial)
- 11.- El transport per carretera
- 12.- Els allotjaments
- 13.- Els serveis turístics complementaris

## METODOLOGÍA

L'assignatura s'imparteix amb el sistema de crèdit europeu (ECTS) amb la qual cosa aproximadament entre el 70 i el 75% de les sessions seran teòriques i l'altre 25 - 30 % seran pràctiques, però de la següent manera: la primera part del programa serà molt més teòrica i només tindrà algunes sessions pràctiques puntuals, mentre que, contràriament, la segona part del programa serà molt més pràctica i alternarà amb una sessió de cada.

- La part teòrica es basa en la presa d'apuntes de les explicacions donades i dialogades a classe. El professor podrà facilitar materials i recomanar bibliografies per reforçar els aspectes donats a classe o ampliar les mancances del temari.
- La part pràctica es centrarà en treballar a l'aula material i documentació fictícia que després utilitzaran al món laboral. Elaboració de documentació necessària per a un viatge, interpretació dels diferents catàlegs de producte de majoristes o de producte propi, etcètera. Així com també recercar el funcionament i el sistema productiu i operatiu de diferents tipus d'empreses del sector.

## AVALUACIÓ

Hi haurà un examen al finalitzar el quadrimestre sobre els continguts teòrics de l'assignatura que representarà un 50 % de la nota final. El 50 % restant sortirà dels diferents treballs i exercicis que es facin al llarg del curs. Es valorarà també positivament l'assistència i la participació a classe.

## BIBLIOGRAFIA

### Manuale de Consulta

Albert, Isabel: *Gestión y Técnicas de Agencias de Viajes*. Madrid: Síntesis.

González, M. Angeles: *Fundamentos Teóricos y Gestión Práctica de las Agencias de Viajes*. Madrid: Síntesis.

Bayón, Fernando; Martín, Inmaculada: *Operaciones y Procesos de Producción en el Sector Turístico*. Madrid: Síntesis, 2004.

### Revistes

*Editur Catalunya*. Butlletí professional del turisme. Barcelona.

*Savia-Amadeus*. Butlletí professional de companyies aèries i agències de viatges. Madrid.

*Iberia Plus*. Editada per Iberia Líneas Aéreas de España. Madrid.

### Enllaços d' Internet

<http://www.gencat.es/turisme/normativa>

**Aeri**

<http://www.castelldefels.com>  
(informació de l'aeroport de BCN, mapes visuals)  
<http://www.aena.es>  
<http://www.iberia.com>

**Tren**

<http://www.renfe.es>  
<http://www.iberrail.es>  
<http://www.alandalusexpreso.com>  
<http://www.transcantabrico.feve.es>  
<http://www.imsdestinos.com>  
(Cadena Marriott Hotels, Orient Express)

**Vaixell**

<http://www.festivalcruises.com>  
<http://www.latitud4.com>  
<http://www.costacruises.net>  
<http://www.royalcaribbean.com>

**Carretera**

<http://www.pepecar.com>

**Hotels**

<http://www.imsdestinos.com>  
<http://www.concorde-hotels.com>

**Cotxes**

<http://www.europcar.es>  
<http://www.atesa.es>  
<http://www.hertz.es>

## Anglès II

CURS: Anual

OBJECTIUS:

L'objectiu general es que l'estudiant sàpiga utilitzar la llengua anglesa en un context professional. El curs pretén assolir una competència comunicativa de nivell intermedi-alt i aprofundir en el coneixement del vocabulari específic del sector turístic a partir de situacions que simulen la realitat del turisme i les empreses turístiques en la societat actual.

Els objectius que caldrà assolir durant el curs es concreten en els següents punts:

- a) adquirir una competència lingüística suficient per comunicar-se amb desimboltura en situacions relacionades amb el sector turístic.
- b) millorar la pronunciació en la comunicació oral
- c) adquirir habilitats per comprendre una conversa o una explicació oral, tant pel que fa a la globalitat del missatge com a la comprensió d'informació específica.
- d) aprofundir en l'adquisició del lèxic específic de les àrees de comunicació tractades en el curs per a la comprensió i expressió oral i escrita
- e) interpretar i produir cartes comercials i textos relacionats amb els sectors turístic.
- f) fomentar tècniques d'autoaprenentatge aplicades a un entorn multimèdia.

METODOLOGIA:

La metodologia didàctica emprada es correspon a l'ensenyament-aprenentatge funcional d'una segona llengua. L'assignatura Anglès 2 s'impartirà segons la modalitat de crèdit europeu, en què l'estudiant disposarà d'un pla de treball per a cada unitat didàctica del curs que especificarà la programació temporal, els objectius de la unitat didàctica (lingüístics, vocabulari i fonètica) les activitats i l'avaluació.

En aquesta assignatura s'utilitzaran diverses eines informàtiques, generals i específiques, per a l'aplicació pràctica dels coneixements que es vagin adquirint. Pel que fa a eines de treball generals, es pretén que l'estudiant es beneficiï d'un entorn multimèdia, en la mesura que li permeti incorporar l'autoaprenentatge i l'autoavaluació com a part del seu procés educatiu.

PROGRAMA:

### **Temes i àrees de comunicació**

- 1- History of tourism
- 2- Tourist profiles
- 3- Festivals
- 4- The geography of tourism
- 5- Reasons for travelling
- 6- Statistics and graphs
- 7- Holiday types
- 8- Visas
- 9- Tour operation
- 10- Air travel
- 11- Travel by sea and river
- 12- Travel by road and rail

### **Continguts lingüístics:**

- 1- Escoltar: l'objectiu d'aquesta secció és fomentar la pràctica auditiva de l'anglès parlat i desenvolupar estratègies per millorar-ne la comprensió oral. Els estudiants hauran de poder entendre textos o diàlegs i extreure informació específica, identificar temes i extreure idees generals.

- 2- Parlar: els estudiants es trobaran en situacions i tasques habituals en un entorn turístic.
- 3- Llegir: els estudiants hauran de llegir textos relacionats amb els temes esmentats. També hauran de llegir dos llibres durant el curs.
- 4- Escriure: els estudiants hauran de produir descripcions de llocs d'interès turístic, descriure gràfiques, explicar celebracions i festes, i altres tipus d'escrits relacionats amb els temes del curs.
- 5- Gramàtica:
  - 5.1 Revision of tenses and passive voice
  - 5.2 Relative pronouns
  - 5.3 Gerunds and infinitives
  - 5.4 Comparison, contrast and reinforcement
  - 5.5 Sequence linkers
  - 5.6 Modals: obligation, lack of obligation and permission
  - 5.7 Advising and making suggestions
  - 5.8 Dealing with problems: Sympathising and calming
  - 5.9 Reported Speech
  - 5.10 Conditionals
  - 5.11 Reason/result and cause/effect linkers
- 6- Vocabulari relacionat amb els temes i àrees de comunicació esmentades.

#### AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el **grau d'aprenentatge global** aconseguit al final mitjançant un examen al final de curs. Aquest examen consta de dues parts (comprensió i expressió oral) i una prova escrita. Aquest examen representa el 60% de la nota final (no es farà la mitjana quan l'estudiant tingui una nota inferior al 4/10 a l'examen final.)

D'altra banda, s'avaluarà l'**aprenentatge de continguts parcials** a través de:

- control de lectura de dos llibres (15%)
- presentació oral (10%)
- exercicis presentats durant el curs (15%)

A la segona convocatòria, el 100% de la nota s'obtindrà a partir d'un examen que constarà de dues parts (part oral i part escrita) però que inclourà també una presentació oral i un control dels llibres de lectura. En cas que l'estudiant hagi aprovat la presentació i/o l'examen de lectura, se li guardarà la nota.

#### MATERIAL:

Llibre de text: Harding, K. *Going International. English for Tourism* (Course book). O.U.P., 2001

- 2 Llibres de lectura:
- Primer Quadrimestre: *Per confirmar*
- Segon Quadrimestre: *Per confirmar*

#### BIBLIOGRAFIA:

##### Diccionaris

*Oxford Advanced Learners Dictionary*. Ed. OUP, 2000.

Collin, P.H. (Ed.) *Dictionary of Hotels, Tourism and Catering Management*. Peter Collin Publishing, 1996.

Galimberti Jarman, Russell, R. (Eds), *The Oxford Spanish Dictionary*. Ed. OUP, 1994.

*MacMillan English Dictionary For Advanced Learners*. Ed. McMillan, 2002

##### Gramàtiques

Emmerson, P., *Business Grammar Builder*. McMillan, 2002.

Vince, M. *First Certificate Language Practice with answers*. McMillan, 2003.

## Francès II

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: 3r

### OBJECTIUS:

A Francès II s'aprofundeix en el coneixement de la llengua francesa assolit a Francès I. Al final del curs, l'estudiant, ha d'haver assolit unes competències pròximes a les descrites al nivell A2 del Marc europeu comú de referència. Així ha de ser capaç de parlar sobre temes referits a ell mateix, comunicar per telèfon, comunicar a un restaurant, a les estacions, aeroports, comerços, hotels, bancs... I també ha de saber fer gestions senzilles durant viatges de negocis, escriure correus electrònics, notes, cartes senzilles, relacionar-se en situacions corrents de la vida professional, parlar de la pròpia empresa, de la pròpia activitat, seguir i donar instruccions i resoldre problemes de la vida quotidiana. Així mateix l'estudiant ha d'adquirir el vocabulari de francès professional inclòs als continguts professionals i socioculturals del programa.

### PROGRAMA:

#### **Continguts lingüístics:**

1. Exposició oral i comprensió oral.
2. Gramàtica, ortografia (dictat) i vocabulari.

#### **Continguts professionals i socioculturals:**

1. "Voilà votre clé!": organitzar una estada en un hotel i allotjar-se.
2. "Vous avez choisi?": comunicar-se dins d'un restaurant.
3. "Ce poste est pour vous!": competències professionals.
4. "Objectif entreprise": presentar una empresa.

### METODOLOGIA

L'ensenyament-aprenentatge de la llengua francesa en la nostra assignatura té dos vessants complementaris. D'una banda el vessant lingüístic de la llengua francesa en l'ordre fònic, gramatical i lèxic. De l'altra banda el vessant del món professional i social francòfon, referit especialment al vocabulari. La metodologia d'ensenyament-aprenentatge és construïda a l'entorn de les situacions més recurrents de la vida quotidiana i professional. L'aprenent és el protagonista del seu aprenentatge: confrontat a situacions imaginàries, l'aprenent passa a l'acció comprenent diàlegs primer, memoritzant-los després, dramatitzant-los tot seguit i finalment creant-ne de propis. Les activitats realitzades a classe són majoritàriament orals. Com que l'assignatura Francès II s'imparteix segons la modalitat anomenada crèdit europeu l'estudiant disposa d'un pla de treball per a cada unitat didàctica.

### AVALUACIÓ:

L'avaluació és continuada i global. L'avaluació es determina a partir dels següents exercicis de classe: exposició oral, comprensió oral, ortografia (dictat), gramàtica i coneixements de francès professionals i socioculturals. Cada exercici representa un 20 % de la qualificació. L'examen final és per als estudiants que prefereixen aquesta modalitat d'avaluació, per als que no segueixen les classes amb assiduitat; i, per als que, per qualsevol causa, no es presenten o no aproven els exercicis de classe de més amunt. Els continguts i els criteris d'avaluació de l'examen final són els mateixos que els dels exercicis de l'avaluació continuada.

### BIBLIOGRAFIA OBLIGATÒRIA:

TAUZIN, Béatrice; DUBOIS, Anne-Lyse. *Objectif express. Le monde professionnel en français*. Paris: Hachette Français Langue Etrangère, 2005. 1e édition, 192 p. ISBN 2.01.155427.6



BIBLIOGRAFIA RECOMANADA:

Gramàtica francesa de referència: GRÉGOIRE, Maïa; THÉVENAZ, Odile. *Grammaire progressive du français*. Paris. Clé International, edició de 1995 o posteriors.

Diccionari monolingüe francès de referència. Recomanem el *Micro Robert* de l'editorial Robert.

Diccionari bilingüe català-francès, francès-català de referència. Recomanem el *Diccionari Compact* de l'editorial Larousse.

# Alemany II

QUADRIMESTRE: 1r

CRÈDITS: 6

## OBJECTIUS:

El principal objectiu de l'assignatura Alemany II és que l'alumnat sigui capaç d'expressar i comprendre, tant per escrit com oralment, missatges senzills en alemany relacionats amb el context professional empresarial i turístic. En el transcurs de l'assignatura, i per tal d'assolir l'objectiu abans esmentat, es posarà especial èmfasi en el treball de certes competències que facilitin a l'alumnat l'aprenentatge de l'alemany dins l'aula i fora d'ella. Així, en finalitzar el curs, l'alumnat haurà de ser capaç d'organitzar i planificar el seu estudi, de saber fer recerca d'informació i gestionar-la, i de treballar en grup. Pel que fa als aspectes socioculturals, l'alumnat haurà de poder apreciar alguns dels costums dels països de parla alemanya.

## CONTINGUTS:

### Continguts comunicatius:

- Descriure el camí
- Demanar i donar informació sobre horaris de trens i vols
- Fer una proposta, acceptar-la i rebutjar-la
- Reservar i confirmar un viatge
- Comparar productes
- Organitzar i canviar una cita
- Organitzar un viatge
- Fer reclamacions

### Continguts gramaticals:

- El "Perfekt"
- Els verbs modals en present i passat
- Lús i conjugació dels verbs modals
- Els graus de l'adjectiu: la comparació i el superlatiu
- La declinació de l'adjectiu
- Les preposicions amb valor temporal
- Frases subordinades causals
- L'imperatiu: usos i formes verbals
- Construcció d'infinitiu amb "zu"
- Construcció amb "wenn"
- Preposicions amb valor temporal i local

### Continguts socioculturals:

- En el transcurs del curs l'alumnat treballarà alguns aspectes socioculturals dels països de parla alemanya.

### Continguts de fonètica:

- Els diftongs
- Les consonants

## METODOLOGIA:

L'assignatura és basa en la pràctica dels coneixements adquirits al llarg del curs. És una assignatura presencial que segueix les pautes del sistema de crèdit europeu. L'alumnat disposarà d'un pla de treball en el qual s'especifiquen els objectius, continguts, hores de contacte i hores de treball personal.

#### AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura és continuada. En la nota final es consideraran els resultats dels exercicis de classe, a més de valorar el treball personal i la participació de l'alumnat. Qui no superi o no pugui seguir l'avaluació continuada té l'opció de fer un examen final. A continuació detallem els percentatges d'avaluació de les diferents parts:

- Comprensió i expressió oral: 30%
- Comprensió i expressió escrita: 30%
- Gramàtica i vocabulari: 20%
- Treball personal: 10%
- Llibre de lectura: 10%

#### BIBLIOGRAFIA OBLIGATÒRIA:

Becker, N. et al. *Unternehmen Deutsch: Grundkurs Lehrbuch*. Stuttgart: Ernst Klett, 2004. ISBN:3-12-675740-5

Becker, N. et al., *Unternehmen Deutsch: Grundkurs Arbeitsbuch*. Stuttgart: Ernst Klett, 2004. ISBN:3-12-675741-3

Llibre de lectura graduat en alemany (nivell 1):

Felix und Theo. Oktoberfest de l'editorial Langenscheidt.

#### BIBLIOGRAFIA RECOMANDA:

##### **Gramàtiques de referència amb exercicis:**

Castell, Andreu. *Gramática de la lengua alemana*. Madrid: Editorial Idiomas, 1997.

Castell, Andreu; Braucek, Brigitte. *Gramática de la lengua alemana (Ejercicios)*. Madrid: Editorial Idiomas, 2000.

Reimann, Monika. *Grundstufen-Grammatik für Deutsch als Fremdsprache*. Ismaning: Max Hueber Verlag, 2000.

Reimann, Monika. *Grundstufen-Grammatik für Deutsch als Fremdsprache: Schlüssel*. Ismaning: Max Hueber Verlag, 2000.

##### **Diccionari bilingüe recomanat:**

*Diccionari Bàsic Català-Alemany / Alemany-Català* de l'editorial Enciclopèdia Catalana.

##### **Diccionari monolingüe recomanat:**

*Kompaktwörterbuch Deutsch als Fremdsprache* de l'editorial PONS.

# Creativitat Publicitària I

CRÈDITS: 6

## OBJECTIUS:

- 1.- Comprendre que el pensament i l'actitud creatives són indispensables per treballar en el món de la publicitat i de la comunicació. Estimular l'estudiant a desenvolupar el seu perfil creatiu, dinàmic, flexible, intuïtiu, etc. que li doni les millors capacitats i condicions per a crear.
- 2.- Conèixer com es desenvolupa la creativitat publicitària individual i en grup. Com es gestiona dins l'agència i com s'aconsegueixen bons resultats.
- 3.- Aprofundir en les diferents estratègies i filosofies creatives publicitàries, segons les principals aportacions teòriques. Conèixer els aspectes que determinen la creativitat en els principals mitjans publicitaris i introducció a l'elaboració d'anuncis.

## CONTINGUT:

1. Estimulació de la creativitat
  - 1.1. Què és la creativitat
  - 1.2. Aptituds i actituds de la persona creativa
  - 1.3. Fases del procés creatiu
  - 1.4. Els bloqueigs mentals
  - 1.5. Tècniques creatives
2. La creació publicitària
  - 2.1. L'estratègia creativa  
Estratègies i filosofies creatives:
  - 2.2. El producte > La Copy Strategy
  - 2.3. La marca > La Star Strategy
  - 2.4. El públic objectiu > La Teoria de la Decisió
  - 2.5. La competència > El posicionament
  - 2.6. Qui van ser: William Bernbach, David Ogilvy, Claude C. Hopkins, James Webb Young, Roser Reeves...
3. La creació d'anuncis en els diferents mitjans convencionals
  - 3.1. Premsa
  - 3.2. Exterior
  - 3.3. Ràdio
  - 3.4. Televisió i cinema
4. Criteris per a una valoració creativa publicitària

## AVALUACIÓ:

Per avaluar l'assoliment dels continguts teòrics de l'assignatura hi haurà un examen final escrit, en el que es comprovarà la comprensió i adquisició de la teoria donada a classe i de les lectures obligatòries. També es valorarà la comprensió dels coneixements a través de la seva aplicació pràctica en diferents pràctiques individuals i sobretot en grup que es realitzaran al llarg del curs, i en un treball final en grup que es presentarà a classe al finalitzar el curs.

Examen final (teoria classe + bibliografia obligatòria)	50% de la nota
Pràctiques i treball	50% de la nota

Per aprovar l'assignatura, cal haver aprovat l'examen per una banda i les pràctiques i treball per l'altra. Igualment, cal haver entregat obligatòriament totes les pràctiques realitzades i el treball final.

BIBLIOGRAFIA:

**Bibliografia obligatòria:**

- Hopkins, Claude C. *Publicidad científica*, Madrid: Eresma Ediciones, 1980.  
Young, James Webb *Una técnica para producir ideas*, Madrid: Eresma Ediciones, 1992.  
Reeves, Roser *La realidad en la publicidad*, Madrid: Sever-Cuesta, 1964.  
Ogilvy, David *Confesiones de un publicitario*, Vilassar de Mar: Oikos-tau, 1967.

**Bibliografia recomanada:**

- Moliné, Marçal *La fuerza de la publicidad*, Madrid: McGraw Hill, 2000.  
De Bono, Edward *El pensamiento lateral*, 1991.  
Ricarte, José M. *Creatividad y comunicación persuasiva*, Barcelona: Aldea Global, 1998.  
Baños, Miguel *Creatividad y publicidad*, Madrid: Laberinto, 2001.  
Hernández Martínez, Caridad *Manual de creatividad publicitaria*, Madrid: Síntesis, 1999.  
Barry, Ann Marie *El portafolio creativo del publicitario*, Mèxic: McGraw Hill, 1992.  
Séguéla, Jacques *Hollywood love plus blanc*, París: Flammarion, 1982.  
Csikszentmihalyi, Mihaly *Creatividad: el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*, Barcelona: Paidós, 1998

## Teories de la Comunicació

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

El curs de “Teories de la Comunicació” té per objectiu principal que l'estudiant *s'apropri de les teories de la comunicació com a eina de treball professional*.

Incorporar les racionalitats teòriques al saber professional del comunicador implica:

- Aprendre a reconèixer la dimensió comunicativa d'un procés o situació.
- Saber diagnosticar situacions de comunicació.
- Ser capaç de dissenyar formes d'intervenció de cara a situacions concretes, aplicant els coneixements teòrics i metodològics més adequats.

Considerar a les teories un instrument de treball significa a més a més integrar els coneixements teòricoconceptuals amb els coneixements pràctics treballats internament dels tallers de producció.

CONTINGUT:

Unitat 1: Introducció a les teories de la comunicació

Unitat 2: L'Escola de Frankfurt

Unitat 3: La Mass Communication Research

Unitat 4: La mirada semiòtica

Unitat 5: Els estudis culturals

Unitat 6: Els estudis llatinoamericans

Unitat 7: La revolució digital

METODOLOGIA:

L'ensenyament privilegia l'aprenentatge de processos com: definir, justificar, comparar, reconèixer, etc. Els instruments didàctics inclouen guies de lectura, dinàmiques en grup, exercicis de contacte amb la realitat proposats per reconèixer marques de racionalitat en una determinada situació i altres treballs personals i en grup pensats per exercitar els diferents processos d'aprenentatge. Es tractarà sempre de exemplificar cada unitat amb anàlisis de productes comunicatius propers al argument de la carrera (publicitats, estratègies de comunicació corporativa, etc.)

AVALUACIÓ:

- Treballs pràctics: Durant el curs es realitzaran treballs pràctics
- Examen final: Els estudiants hauran de presentar un paradigma o teoria (consultant bibliografia addicional) i respondre preguntes relatives a altres paradigmes o teories.

L'Avaluació constarà de diferents parts, i s'haurà d'aprovar cada una per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la mitjana entre la part teòrica i la part pràctica, sempre i quan s'hagin aprovat totes les parts.

BIBLIOGRAFIA:

DeFleur - Ball Rokeach *Teoria de la comunicació de masses*, Barcelona: Paidós, 1982, 1986 i 1993.

Martín Barbero *De los medios a las mediaciones*, Barcelona: Gustavo Gilli, 1987.

McQuail, D. *Introducció a la teoria de la comunicació de masses*, Barcelona: Paidós, 1994.

Rodrigo, Miquel *Els models de la comunicació*, Barcelona: Tecnos, 1995.

Saperas, E. *Introducció a les teories de la comunicació*, Barcelona: Pòrtic, 1992.

Wolf, M. *La investigació de la comunicació de masses*, Barcelona: Paidós, 1987 i 1991.

Eco, U. *Sis passejades pels boscos de la ficció*, Barcelona: Destino, 1997.

## Creativitat Publicitària II

CRÈDITS: 6

### OBJECTIUS

Taller d'aplicació i desenvolupament pràctic dels continguts de l'assignatura Creativitat Publicitària I. L'objectiu principal és descobrir i exercitar les aptitud i habilitats creatives a fi de potenciar-les. També es pretén connectar amb la realitat i els àmbits creatius de l'entorn professional, emprant criteris i pràctiques propis d'aquest tot traslladant-los a l'aula.

### CONTINGUTS

Treballarem diferents tipus de comunicació persuasiva: publicitat de producte, institucional i propaganda política entre d'altres. On-line, off-line i below the line. Ens presentarem a concursos i realitzarem algun treball real per encàrrec de client o agència. Aprendre i practicarem tècniques de relaxació, de concentració i de generació d'idees. Analitzarem, compararem i comentarem a fons campanyes i peces a fi d'identificar-ne els seus objectius i les vies triades per assolir-los, alhora que augmentem la nostra capacitat crítica.

### METODOLOGIA DE L'ASSIGNATURA

Viurem de prop, observarem i millorarem les vostres propostes creatives en les següents fases: 1) Gestació; 2) Desenvolupament; 3) Valoració i 4) Exposició.

Facilitarem aquesta experiència amb una mecànica encadenada de proposta > realització > presentació que sovint es durà a terme dins l'horari de l'assignatura però que en molts casos s'allargarà durant la setmana, amb la intenció de que la tasca creativa sigui molt present en el vostre dia a dia al llarg del quadriestrem.

Aprofitarem l'estímul i la diversió que inclou qualsevol procés creatiu per compensar les circumstàncies de pressió, exigència i assoliment d'objectius –molt menys agrairdes– que caracteritzen el món professional i que també incorporarem en el nostre tarannà.

### AVALUACIÓ

Hi ha dues maneres de superar l'assignatura:

**Presencial:** Aquesta és la via recomanada. D'una banda, permet gaudir de la vivència i incorporar tots els aprenentatges per crítica, discussió i aportacions que compartirem a l'aula; i de l'altra, garanteix també un recorregut complet per tots els àmbits de contingut previstos.

Es tindrà molt en compte el nivell inicial de l'estudiant i la seva evolució, ambdós paràmetres difícils de reconèixer sense un seguiment proper i continuat.

Durant el curs farem diferents treballs i exercicis pràctics que compondran el 100% de la nota final.

**Presencial + examen final:** En cas que l'estudiant que hagi seguit presencialment el curs, arribi al final i no el superi podrà optar a l'examen (amb 2 punts extra en compensació per l'esforç si ha seguit el curs complet).

També podran presentar-se a examen aquells alumnes que vulguin millorar la seva qualificació (i en cas se'ls rebaixarà la nota obtinguda durant el curs)

### BIBLIOGRAFIA

Csikszentmihalyi, Mihaly. *Creatividad (El fluir y la psicología del descubrimiento y la invención)*. Barcelona: Paidós Ibérica, 1996.

Ricarte, José María. *Creatividad y Comunicación persuasiva*. Barcelona: UAB Ediciones, 1999.

VanGundy, Arthur B. *101 activities for teaching creativity & problem solving*. San Francisco: Pfeiffer, 2005.

Webb Young, James. *Una técnica para producir ideas*. Madrid: Eresma, 1982.

Sawyer, Robert. *Kiss&sell, redacci3n publicitaria*. Barcelona: Indexbook, 2006.  
DeBono, Edward. *Seis sombreros para pensar*. Barcelona: Granica, 1988.  
Navarro Gutierrez, Carlos. *Creatividad publicitaria eficaz*. Madrid: ESIC, 2006.  
Martín Poyo, Ignacio. *Teoría y práctica de la Creatividad*. Madrid: Instituto Nacional de Publicidad, 1978.

#### **Bibliografia complementària**

Plat3n. *Fed3n. Fedro*. Madrid: Alianza, 1991.  
Csikszentmihalyi, Mihaly. *Fluir (flow)*. Barcelona: Kair3s, 1997.  
Villanueva Palacios, Pantale3. *Creativit3t on-line*. Barcelona: Institut Català de Noves Professions, 1998.  
Baños, Miguel. *Creatividad y publicidad*. Madrid: Laberinto, 2001.



# Organització d'Esdeveniments

CRÈDITS: 4,5

OBJECTIUS:

1. Donar als estudiants una visió general sobre el procés d'organització i gestió d'esdeveniments a través de l'anàlisi de tots els elements que hi intervenen
2. Analitzar la importància de l'organització d'esdeveniments en el procés de comunicació corporativa de qualsevol empresa o institució.
3. Treballar amb casos reals i amb situacions simulades en les quals els estudiants posin en pràctica la gestió de les eines adequades per a l'organització d'esdeveniments.

CONTINGUT:

1. La importància del Pla Estratègic d'Organització d'esdeveniments en el procés de comunicació corporativa.
2. Definició i tipologia d'esdeveniments.
3. L'organització d'esdeveniments com a professió.
4. El procés de gestió de l'esdeveniment.
5. El procés de planificació de l'esdeveniment.
6. El compte enrera
7. El dia "D"
8. Després de l'esdeveniment.

AVALUACIÓ:

1. Avaluació contínua a través dels exercicis de curs, i l'elaboració d'un treball monogràfic amb un valor total equivalent al 60% de la nota final.
2. Examen de final de curs sobre el contingut de l'assignatura.

BIBLIOGRAFIA:

- Salter, B. Langford-Wood N. *Organizar un acto con éxito en una semana*. Barcelona: Gestión 2000, 2004.
- Allen, Judy: *The Business of event planning. Behind-the-scenes secrets of successful special events*. Toronto, Canadà: John Wiley & Sons, 2002.
- Herrero Blanco, Paloma: *Gestión y organización de congresos.: Operativa, protocolo y ceremonial*. Madrid: Síntesis, 2000.
- Fisher John G. *Cómo organizar convenciones y congresos*. Colección Nuevos emprendedores. Barcelona: Gedisa.
- Le Monnier, Fernando. *Márketing ferrial. Cómo gestionar y rentabilizar la participación en salones feriales*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Miller, Steve. *Saque el máximo provecho de las ferias y exposiciones*. Colección Gestión del conocimiento. Barcelona: Urano Empresa activa, 2003.
- Ismail Ahmed. *Congresos y catering. Organización y ventas*. Madrid: Paraninfo, 2001.
- Catherwood Dwight W. & Van Kirk Richard L.: *The complete guide to special event management*. New York: John Wiley & Sons, 1992.
- Hoyle, Leonard H.: *Event Marketing. How to successfully promote events, festivals, conventions and expositions*. New York: John Wiley & Sons, 2002.