

GUIA DEL ESTUDIANTE **2010-2011**

FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN

GRADO EN PERIODISMO

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	1
FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN	2
Estructura.....	2
Departamentos.....	2
Órganos de gobierno.....	5
CALENDARIO ACADÉMICO	8
ORGANIZACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS.....	9
Objetivos generales.....	9
PLAN DE ESTUDIOS	10
Ordenación temporal de la enseñanza	10
ASIGNATURAS DE FORMACIÓN BÁSICA Y OBLIGATORIAS DE PRIMER CURSO	13
Economía y Empresa	13
Historia Contemporánea.....	15
Historia de la Comunicación	19
Sociología General y de la Comunicación	22
Taller de Redacción de Prensa I.....	25
Estadística Aplicada a la Comunicación	29
Estructura del Sistema de Comunicación	31
Fuentes de Información.....	34
Introducción al Inglés para el Periodismo	37
Lengua Catalana y Española.....	40
Taller de Informática.....	44
ASIGNATURAS DE FORMACIÓN BÁSICA Y OBLIGATORIAS DE SEGUNDO CURSO ...	46
Inglés Escrito para el Periodismo	46
Taller de Comunicación Gráfica.....	48
Taller de Redacción de Prensa II.....	49
Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales.....	51
Teorías de la Comunicación	54
Inglés Oral para el Periodismo	56
Lenguajes de la Comunicación.....	58
Taller de Producción Radiofónica	60
Taller de Producción Televisiva	62
Teoría y Estructura de la Comunicación de Empresa	64

PRESENTACIÓN

Esta Guía te proporciona la información imprescindible para planificar el curso con acierto, además de darte referencia de todos los servicios y posibilidades que te ofrece la Facultad.

Los titulados y tituladas de nuestra facultad están notablemente satisfechos tanto de los resultados como de la buena inserción profesional que obtienen curso tras curso. Esto nos estimula aún más a mejorar en todo lo posible nuestra oferta educativa, nuestros servicios y nuestra organización.

A nivel académico, los planes de estudio ofrecen optatividad para que puedas configurar el itinerario curricular que más encaje con tus características e intereses. Sin embargo, es preciso que conozcas los perfiles de los diversos tipos de asignaturas antes de tomar decisiones que afecten a tu matriculación.

Un año más, quisiéramos aprovechar esta presentación para animarte a sacar el máximo provecho de las actividades formativas y de los servicios que ponemos a tu alcance: la posibilidad de realizar prácticas en empresas, la oportunidad de hacer estancias de estudios en el extranjero en el marco de los programas de intercambio internacional que tenemos al efecto, el derecho de recurrir a las tutorías que te hemos asignado, la eventualidad de ampliar tu formación en idiomas más allá de las asignaturas obligatorias de la carrera, la capacidad de sacar todo el partido de los recursos informáticos y audiovisuales a tu alcance...

Esperamos, en definitiva, que aprovecharás al máximo tu paso por la Facultad de Empresa y Comunicación de la Universidad de Vic para que, al final, tu periodo de estudios haya sido lo más agradable y satisfactorio posible. Con este objetivo trabajamos y estamos a tu disposición.

M. Antònia Pujol i Famadas

Decana de la Facultad

FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN

Estructura

La Facultad de Empresa y Comunicación de la Universidad de Vic imparte 13 titulaciones:

- Diplomatura de Ciencias Empresariales
- Diplomatura de Turismo
- Licenciatura de Administración y Dirección de Empresas
- Licenciatura de Comunicación Audiovisual
- Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas
- Licenciatura de Periodismo
- Doble titulación de ADE - Publicidad y Relaciones Públicas (en cinco años)
- Doble titulación de Turismo - Publicidad y Relaciones Públicas (en cuatro años)

- Grado en Administración y Dirección de Empresas
- Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Periodismo
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas - Publicidad y Relaciones Públicas (en seis años)

La gestión ordinaria en el gobierno de la Facultad corresponde al decanato, que delega las cuestiones de organización docente en el jefe o la jefa de estudios.

La Facultad se estructura en decanato, jefatura de estudios, coordinación de enseñanzas, departamentos, áreas funcionales y secretaría. El decanato es el máximo órgano de gobierno de la Facultad; la jefatura de estudios vela por la organización académica de las enseñanzas; los coordinadores de enseñanza velan por la organización de cada titulación; los departamentos son las agrupaciones de profesores de una misma área disciplinaria; las áreas funcionales, con los coordinadores correspondientes, son ámbitos de desarrollo de nuevos proyectos, de apoyo a la docencia y de vinculación con el entorno; y la secretaría da el apoyo administrativo.

El decanato, la jefatura de estudios, los coordinadores de enseñanzas y la secretaría de la Facultad están situados en la cuarta planta del edificio F1.

Las áreas funcionales de la Facultad de Empresa y Comunicación son:

- Relaciones internacionales
- Formación continua
- Prácticas

Departamentos

- Departamento de Comunicación
- Departamento de Economía y Empresa
- Departamento de Lenguas, Ciencias Sociales y Jurídicas

Departamento de Economía y Empresa

- Alejandra Aramayo García
- Núria Arimany Serrat
- Joan Bou i Geli
- Jordi Casas Vilaró
- Enric Casulleras Ambrós
- Ariadna Codina Ylla
- Silvia Cordoní Saborit
- José A. Corral Marfil
- Josefina Damian Castellví
- Ramon Fabre Vernedes
- Josep L. García Domingo
- Ramon Gisbert Gelonch
- Ferran Gustau Jaen Coll
- Raymond Lagonigro Bertran
- Rafael Madariaga Sánchez
- Anna Manrique Aumatell
- Joan Carles Martori Cañas
- Ramon Oller Piqué
- Elisabet Paxau Tura
- Anna M. Pérez Quintana
- M. Antònia Pujol Famadas
- Ramon Roig Solé
- Anna M. Roma Vilanova
- Anna Sabata Aliberch
- Josep Terradellas Cirera
- Robert Vendrell Cirera
- Xavier Vicente Soriano
- Carme Viladecans Riera
- Jesús Vinyes Vila

Departamento de Comunicación

- Eva Arderiu Pi
- Oreste Attardi Colina
- Judit Badia Peco
- Mar Binimelis Adell
- Eva Caro Domínguez
- Montse Casas Arcarons
- Irene Colom Valls
- Ruth Contreras Espinosa
- Xavier Docampo Sellarès
- Óscar Fernández Ferrer
- Efraín Foglia Romero
- Maria Forga Martel
- Gerard Franquesa Capdevila
- Joan Frigola Reig
- Jesús Galech Amillano
- Oriol Gifra Durall
- Arnau Gifreu Castells
- Trinitat Gilbert

- Irene García Medina
- Xavier Ginesta
- Daniel Gómez Cañete
- Zahaira González Romo
- Santi Hausmann Farre
- Martha Hincapié Uribe
- Santiago Jordán Ávila
- Diego Linares Romera
- Ainara Mancebo Gabela
- Guillem Marca Frances
- Raúl Martínez Corcuera
- Eulàlia Massana Molera
- Santos Mateos Rusillo
- Joan Millaret Valls
- Henry Naranjo Pérez
- Héctor Navarro Guere
- Julio Panizo Alonso
- Hugo Pardo Kuklinski
- Cristina Perales García
- Rosa Pons Cerdà
- Jordi Ribot Puntí
- Mon Rodríguez Amat
- Carlos Scolari
- Jordi Serrat Manén
- Jaume Serrats Ollé
- Sergi Solà Saña
- Jordi Trassiera Rodríguez
- Clara de Uribe Gil
- Marc Vaillo Daniel
- Conrad Xalabarder Voltas
- Lluís Zayas Muñoz

Departamento de Lenguas, Ciencias Sociales y Jurídicas

- Alex Boso Gaspar
- Josep Burgaya Riera
- Gonçal Calle Rosingana
- Ignasi Coll Parra
- Jordina Coromina Subirats
- Eusebi Coromina Pou
- Montse Corrius Gimbert
- M. Carme Crivillés Grau
- Jordi de San Eugenio Vela
- Josefina Domènech Rierola
- Amèlia Foraster Serra
- Josep Gallart Bau
- Miguel Genís Serra
- Josefina Guix Soldevila
- Emma Louise Hitchen
- Teresa Julio Giménez
- Félix Jurado Escobar
- Sarah Khan

- Manuel Llanas Pont
- Irene Llop Jordana
- Anna Masferrer Giralt
- Joan Masnou Suriñach
- Sergi Massana Mas
- Antoni Molas Casas
- Daniel Nicholls
- Anna M. Palomo Chinarro
- Dolors Palomo Chinarro
- Àngels Pinyana Garriga
- Santi Ponce Vivet
- Pere Quer Aiguadé
- Llorenç Soldevila Balart
- Lourdes Vilardell Bujons

Órganos de gobierno

La gestión ordinaria en el gobierno y administración de la Facultad corresponde al Consejo de Dirección, constituido, hasta enero de 2011, por los siguientes cargos:

Decana

- Maria Antònia Pujol i Famadas

Jefa de Estudios

- Montse Corrius i Gimbert

Coordinadores de Enseñanza

- Xavier Ginesta. Coordinador de Periodismo
- Montse Casas i Arcarons. Coordinadora de Comunicación Audiovisual
- Eulàlia Massana. Coordinadora de Publicidad y Relaciones Públicas
- César Duch i Martorell. Coordinador de Administración y Dirección de Empresas
- Elisabet Paxau i Tura. Coordinadora de Ciencias Empresariales y Turismo

Directores de Departamento

- Eusebi Coromina i Pou. Director del Departamento de Comunicación
- Cèsar Duch i Martorell - Director del Departamento de Economía y Empresa
- Llorenç Soldevila i Balart. Director del Departamento de Lenguas, Ciencias Sociales y Jurídicas.

Responsable de Relaciones Internacionales

- Pere Morera i Pérez

Responsable de Investigación

- Ramon Oller i Piqué

Responsables de Formación Continua

- Eulàlia Massana i Molera (Comunicación)
- Elisabet Paxau i Tura (Empresa)

Responsable de prácticas

- Dolors Vinyet i Benito

A partir de enero de 2011, el Consejo de Dirección quedará constituido por los siguientes cargos:

Decano

- Antoni Soy i Casals

Adjunta al decano para la Innovación Docente y coordinadora de Comunicación Audiovisual

- Eulàlia Massana i Molera

Adjunta al decano para la Investigación y Transferencia de Conocimiento y coordinadora de los estudios de Empresa

- Anna Sabata i Aliberch

Jefe de Estudios

- Xavier Vicente i Soriano

Coordinador de Periodismo

- Xavier Ginesta i Portet

Coordinador de Publicidad y Relaciones Públicas

- Carles Grau i Bartrina

Directores de Departamento

- Ruth Contreras i Espinosa - Directora Dep. de Comunicación
- Josep Lluís García i Domingo - Director Dep. de Empresa y Economía
- Llorenç Soldevila i Balart - Director Dep. de Lenguas, Ciencias Sociales y Jurídicas

Coordinador académico de Relaciones Internacionales

- Pere Morera

Delegado de Investigación

- Ramon Oller

Responsable del Área de Prácticas

– Dolors Vinyet

CALENDARIO ACADÉMICO

Calendario académico 2010-11

Docencia

- Las 36 semanas del curso académico se distribuirán entre el 6 de septiembre de 2010 y el 2 de julio de 2011.
- Las 30 semanas de docencia se distribuirán entre el 6 de septiembre de 2010 y el 4 de junio de 2011.

Docencia 1.º cuatrimestre

- Del 27 de septiembre de 2010 al 19 de enero de 2011

Docencia 2.º cuatrimestre

- Del 14 de febrero al 1 de junio de 2011
- Las enseñanzas de Máster y de Formación Continua podrán alargar estos periodos

Vacaciones de Navidad

- Del 24 de diciembre de 2010 al 7 de enero de 2011, ambos inclusive

Vacaciones de Semana Santa

- Del 18 al 25 de abril de 2011, ambos inclusive

Días festivos

- Sábado 9 de octubre de 2010 - No lectivo
- Lunes 11 de octubre de 2010 - Puente
- Martes 12 de octubre de 2010 - El Pilar
- Sábado 30 de octubre de 2010 - No lectivo
- Lunes 1 de noviembre de 2010 - Todos los Santos
- Sábado 4 de diciembre de 2010 - No lectivo
- Lunes 6 de diciembre de 2010 - La Constitución
- Martes 7 de diciembre de 2010 - Puente
- Miércoles 8 de diciembre de 2010 - La Inmaculada
- Lunes 13 de junio de 2011 - Segunda Pascua (fiesta local pendiente de aprobación)
- Viernes 24 de junio de 2011 - San Juan
- Lunes 4 de julio de 2011 - Puente
- Martes 5 de julio de 2011 - Fiesta Mayor (fiesta local)

Observación: Este calendario está supeditado a la publicación de las fiestas locales y autonómicas

ORGANIZACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

Objetivos generales

Los estudios del Grado de Periodismo de la Universidad de Vic proporcionan una formación profesional y académica amplia adaptada a la sociedad actual en la que los periodistas tienen perfiles cada vez más polivalentes para gestionar la información. Así, cuando el estudiante termine los estudios debe tener conocimientos teóricos, metodológicos e instrumentales que le permitan, entre otras competencias, ser capaz de:

- Tener curiosidad e interés por la actualidad, los acontecimientos locales, nacionales o mundiales además de estar siempre ávido por saber lo que pasa en todas partes.
- Saber buscar, contrastar, jerarquizar, analizar, sintetizar y comunicar con criterio la información periodística.
- Saber obtener información exclusiva a partir de fuentes de información propias.
- Tener habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios (prensa, fotografía, radio, televisión), así como en las formas combinadas multimedia y en soportes digitales en la red.
- Tener capacidad de hacer exposiciones razonadas y coherentes, además de saber formular preguntas inteligentes y hacer buenas entrevistas.
- Tener habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos más adecuados de los diferentes medios de comunicación.
- Saber realizar las tareas periodísticas principales desarrolladas a partir de áreas temáticas aplicando géneros y procedimientos periodísticos.
- Conocer los procesos informativos y comunicativos, así como las principales corrientes y teorías que los formalizan y critican desde un punto de vista conceptual metodológico e investigativo.
- Conocer el estado del mundo y su evolución histórica reciente para comprender sus parámetros básicos (políticos, económicos, sociológicos y culturales).
- Conocer el impacto social de las tecnologías informativas y saber utilizar los sistemas y recursos informáticos con fines periodísticos y aplicaciones interactivas.
- Tener habilidades para el diseño en los medios de comunicación.

PLAN DE ESTUDIOS

Tipo de materia	Créditos
Formación Básica	60
Obligatoria	129
Optativa	6
Trabajo de Fin de Grado	9
Prácticas Externas	12
Total	240

Ordenación temporal de la enseñanza

PRIMER CURSO

Primer semestre	Créditos	Tipo
Economía y Empresa	6.00	Formación Básica
Historia Contemporánea	6.00	Formación Básica
Historia de la Comunicación	6.00	Formación Básica
Sociología General y de la Comunicación	6.00	Formación Básica
Taller de Redacción de Prensa I	6.00	Formación Básica
Segundo semestre	Créditos	Tipo
Estadística Aplicada a la Comunicación	6.00	Formación Básica
Estructura del Sistema de Comunicación	6.00	Formación Básica
Fuentes de Información	3.00	Obligatoria
Introducción al Inglés para el Periodismo	6.00	Formación Básica
Lengua Catalana y Española	6.00	Formación Básica
Taller de Informática	3.00	Obligatoria

SEGUNDO CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Inglés Escrito para el Periodismo	6.00	Obligatoria
Taller de Comunicación Gráfica	6.00	Obligatoria
Taller de Redacción de Prensa II	9.00	Obligatoria
Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales	6.00	Obligatoria
Teorías de la Comunicación	6.00	Formación Básica

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Inglés Oral para el Periodismo	3.00	Obligatoria
Lenguajes de la Comunicación	6.00	Obligatoria
Taller de Producción Radiofónica	6.00	Obligatoria
Taller de Producción Televisiva	6.00	Obligatoria
Teoría y Estructura de la Comunicación de Empresa	6.00	Obligatoria

TERCER CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Comunicación Digital Interactiva	3.00	Obligatoria
Diseño de Prensa	6.00	Obligatoria
Derecho a la Información	3.00	Obligatoria
Historia del Periodismo	3.00	Obligatoria
Optativas	6.00	Optativa
Taller de Producción Audiovisual	9.00	Obligatoria

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Métodos de Investigación en Comunicación	6.00	Obligatoria
Optativas	6.00	Optativa
Periodismo en Línea	3.00	Obligatoria
Taller de Infografía	3.00	Obligatoria
Taller de Comunicación Interactiva	3.00	Obligatoria
Taller de Fotografía	3.00	Obligatoria
Taller de Redacción de Prensa III	6.00	Obligatoria

CUARTO CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Ética Profesional	3.00	Obligatoria
Optativas	9.00	Optativa
Periodismo de Investigación	6.00	Obligatoria
Periodismo Institucional y de Empresa	3.00	Obligatoria
Trabajo de Fin de Grado	9.00	Trabajo de Fin de Grado

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Comunicación de Proximidad	6.00	Obligatoria
Opinión Pública	3.00	Obligatoria
Optativas	9.00	Optativa
Prácticas en Empresas	12.00	Prácticas Externas

ASIGNATURAS DE FORMACIÓN BÁSICA Y OBLIGATORIAS DE PRIMER CURSO

Economía y Empresa

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

La asignatura es una introducción a la economía, la gestión y la estrategia de empresas. El objetivo principal es que el estudiante conozca los elementos básicos de la economía y la dirección de empresas. La asignatura se estructura según las fases del proceso tradicional de la dirección estratégica (análisis, formulación e implementación), aunque pone más énfasis en el análisis estratégico y la formulación de la estrategia de negocio que en la formulación de la estrategia corporativa y la implantación de la estrategia. La asignatura también pretende que el participante tenga la oportunidad de practicar competencias y habilidades directivas clave, como analizar problemas y tomar decisiones, trabajar en equipo o negociar. Además, aspira a contribuir a que desarrolle una actitud reflexiva sobre cuestiones como las implicaciones éticas de las decisiones y las acciones, la profesionalidad o el factor humano en las organizaciones.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la economía y la dirección de empresas.
 1. La empresa como sistema.
 2. La dirección de empresas: recursos, decisiones, eficiencia y eficacia.
 3. La estrategia empresarial.
 4. El proceso de la dirección estratégica.
 5. Apéndice: Ejercicios de toma de decisiones.
2. Los objetivos empresariales.
 1. La rentabilidad como objetivo básico de la empresa.
 2. La misión y la visión de la empresa.
 3. Fijación de objetivos.
 4. Responsabilidad social de la empresa y ética en los negocios.
3. Análisis externo.
 1. Concepto y tipos de entorno.
 2. Análisis del entorno general.
 3. Análisis del entorno específico o del sector.
 4. Apéndice: Introducción a la negociación.
4. Análisis interno.
 1. Los recursos de la empresa.
 2. Las capacidades organizativas.
 3. Valoración de recursos y capacidades.
 4. Aplicación del análisis de los recursos y las capacidades.
 5. Apéndice: Análisis económico.
5. Estrategia y ventaja competitivas.
 1. Estrategia y ventaja competitivas.
 2. Ventaja competitiva en costes.
 3. Ventaja competitiva en diferenciación.
 4. El "reloj estratégico".
 5. Apéndice: marketing estratégico y marketing mix.
6. Implantación de la estrategia.

1. Diseño organizativo.
2. Dirección de los recursos humanos.
3. Liderazgo.
4. Cultura empresarial.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Examen final	19/01/2011	50	sí	del 1 al 6
Casos prácticos	A lo largo de la asignatura, principalmente los miércoles	40	sí	Todos, cada caso trabaja uno o varios resultados
Participación activa y asistencia	todas las sesiones	10	no	Todos

Nota: Hay una sola convocatoria, la evaluación es continua y la recuperación de los contenidos no superados de la asignatura sólo es parcial.

BIBLIOGRAFÍA:

El profesor facilitará los documentos y materiales necesarios para estudiar todos los temas de la asignatura.

Sin embargo se recomienda la siguiente bibliografía complementaria:

- Cuervo, Álvaro (dir.). *Introducción a la administración de empresas*. 6.^a ed. Madrid: Civitas, 2008.
- Guerras, Luis A.; Navas, José E. *Dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*. 4.^a ed. Madrid: Civitas, 2007.
- Grant, Robert M. *Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones*. 4.^a ed. Madrid: Civitas, 2004.

Historia Contemporánea

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

Historia Contemporánea es una asignatura de seis créditos de formación básica en la que se analiza la formación del mundo contemporáneo. Con ella, los alumnos adquieren unos conocimientos fundamentales e imprescindibles en el desarrollo del itinerario curricular del grado.

Objetivos

- Conocer los principales acontecimientos de la historia contemporánea para entender el mundo actual.
- Entender la sociedad actual.
- Analizar las relaciones económicas, políticas, sociales, culturales, artísticas e ideológicas de las distintas comunidades internacionales.
- Reflexionar sobre la unidad y la diversidad del proceso globalizador.

CONTENIDOS:

1. Los fundamentos del mundo contemporáneo: los siglos XVIII y XIX.
 1. La crisis del Antiguo Régimen.
 1. Las economías preindustriales.
 2. La sociedad estamental.
 3. Las monarquías absolutas.
 4. De la Reforma Protestante a la Ilustración.
 2. El advenimiento y la difusión del capitalismo industrial.
 1. La Revolución Industrial británica.
 2. Pautas de industrialización.
 3. La internacionalización de los factores.
 1. El colonialismo y el imperialismo.
 2. Los movimientos migratorios.
 3. La mundialización de la economía.
 4. Las revoluciones liberales y nacionalistas.
 1. Nacimiento y evolución del liberalismo y del nacionalismo.
 2. Las transformaciones políticas de Gran Bretaña.
 3. La independencia de los Estados Unidos de América.
 4. El significado y la difusión de la Revolución Francesa.
 5. La nueva cultura urbana.
 1. La urbanización de la sociedad.
 2. La opinión pública y los medios de comunicación.
 3. El socialismo y el anarquismo.
 4. El progreso científico y técnico.
 5. Los movimientos culturales y artísticos.
2. Las tensiones de la primera mitad del siglo XX.
 1. Las disyunciones económicas y las tensiones políticas y sociales.
 1. La crisis finisecular.

2. El movimiento obrero y las luchas sociales.
3. El nuevo papel de Estados Unidos.
2. La crisis del modelo liberal y las alternativas.
 1. La revolución rusa y el modelo soviético.
 2. La crisis económica de entreguerras.
 3. El New Deal.
 4. Los totalitarismos.
3. La Europa convulsionada: Las dos guerras mundiales.
 1. La Primera Guerra Mundial.
 2. La Segunda Guerra Mundial.
4. La vitalidad cultural y artística.
 1. Las vanguardias artísticas.
3. Los contrastes de un mundo asimétrico en la segunda mitad del siglo XX.
 1. La reconstrucción posbélica.
 1. El Plan Marshall.
 2. Bretton Woods y el GATT.
 2. La bipolarización este-oeste.
 1. Los episodios de la Guerra Fría.
 3. La cohesión social y política europea.
 1. Del Tratado de Roma al de Maastricht.
 2. La integración de la Europa del este.
 3. La integración mediterránea.
 4. La revolución cultural y artística.
 1. De la postmodernidad a la globalización.
 5. Los retos del cambio de milenio: La globalización.
 1. Desarrollo y subdesarrollo.
 2. La posguerra fría.
 3. Economía y ecología.
 4. La tecnología y el bienestar social.
 5. La pluriculturalidad.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Prueba de vocabulario	Semana 11	20	sí	Sabe discernir los rasgos principales de la sociedad actual.
Prueba de comprensión	Semana 15	20	sí	Comprende los principales acontecimientos de la historia contemporánea para entender el mundo actual.
Entrega y exposición del trabajo en equipo	Semanas 13 y 14	20	sí	Sabe expresar correctamente los conocimientos adquiridos sobre la historia contemporánea. Sabe comprender la naturaleza de los

Reseñas y exposiciones de lecturas	Semanas 5 y 12	20	sí	cambios históricos y sus consecuencias económicas, culturales y sociales. Sabe reconocer las relaciones económicas, políticas, sociales, culturales, artísticas e ideológicas en las distintas comunidades internacionales de forma sincrónica y diacrónica. Sabe reconocer la objetividad en la historia.
Ejercicios escritos	Semanas 3, 6, 9, 11	20	no	Sabe discernir los rasgos principales de la sociedad actual.

Sistema de evaluación

La evaluación final de la asignatura es el resultado de la media aritmética ponderada de las diferentes partes. El hecho de no entregar un ejercicio escrito tiene una penalización de *0.3 puntos de la nota final para cada uno de los ejercicios no presentados.

Además, hay que tener presente:

- Que hay una sola convocatoria.
- Que la evaluación es continua.
- Que la recuperación de los contenidos no superados de la asignatura sólo es parcial.

BIBLIOGRAFÍA:

- Antúnez, Jaime (ed.). *Crónica de las ideas*. Madrid: Encuentro, 2001.
- Aracil, Rafael; Segura, Antonio. *Història econòmica mundial i d'Espanya*. Barcelona: Teide, 1993.
- Aracil, R.; Oliver, J.; Segura, A. *El mundo actual. De la Segunda Guerra Mundial a nuestros días*. Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona, 1995.
- Aranguren, Luis A. *Diccionario del pensamiento contemporáneo*. Madrid, 1981.
- Aranguren, Luis A. [et al.]. *El procés de globalització mundial. Cap a la ciudadania global*. Barcelona: Intermon, 2000.
- Ariès, P.; Duby, G. *Historia de la vida privada. 5. De la Primera Guerra Mundial a nuestros días*. Madrid: Taurus, 1989.
- Attali, Jacques. *Diccionario del siglo XXI*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Chomsky, Noam. *La aldea global*. Tafalla: Txalaparta, 1997.
- Cipolla, C.M. (ed.). *Historia económica de Europa*. Vol. 3-5. Barcelona: Ariel, 1980-1981.

- Ferrater Mora, Josep. *Diccionario de filosofía*. Barcelona: Ariel, 1999.
- Folch, Ramon. *Diccionario de socioecología*. Barcelona: Planeta, 1999.
- Fontana, Josep (dir.). *Historia Universal Planeta*. Vol. 9-12. Barcelona: Planeta, 1993.
- Frachon, Alain; Vernet, Daniel. *La América mesiánica. Los orígenes del neoconservadurismo y las guerras del presente*. Barcelona: Paidós, 2006.
- Garaudy, Roger. *Los integrismos. Ensayo sobre fundamentalismos en el mundo*. Barcelona: Gedisa, 1992.
- Hobsbawm, Eric. *Historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica, 1995.
- Huisman, Denis. *Diccionario de las mil obras clave del pensamiento contemporáneo*. Madrid: Tecnos, 1997.
- Kaplan, Robert D. *La anarquía que viene. La destrucción de los sueños de la posguerra fría*. Barcelona: Ediciones B Grupo Z, 2000.
- Lóizaga, Patricio (dir.). *Diccionario de pensadores contemporáneos*. Barcelona: Salamandra, 1996.
- Mellón, Joan Antón (ed.). *Ideologías y movimientos políticos contemporáneos*. Madrid: Tecnos, 1998.
- Negroponte, Nicolás. *El mundo digital: un futuro que ya ha llegado*. Barcelona: Ediciones B, 2000.
- Roma, Pepa. *Jaque a la globalización*. Barcelona: Grijalbo, 2001.
- Tood, Emmanuel. *Després de l'imperi. Assaig sobre la descomposició del sistema americà*. Lleida: Pagès Editors, 2003.
- Vidal Villa, José María. *Cap a una economia mundial. Nord-Sud cara a cara*. Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona, 1995.
- Villani, Pasquale. *La edad contemporánea, 1945 hasta hoy*. Barcelona: Ariel, 1997.
- Wallerstein, Immanuel. *El futuro de la civilización capitalista*. Barcelona: Icaria, 1997.
- Watson, Peter. *Historia intelectual del siglo XX*. Barcelona: Crítica, 2002.

Historia de la Comunicación

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

El objetivo principal de la asignatura es proporcionar instrumentos de reflexión sobre el papel de las tecnologías comunicativas en la sociedad. Para ello se ha optado por estudiar varios escenarios históricos configurados diversamente en cuanto a la tecnología vigente, las estructuras de poder y de saber imperantes y las crisis vinculadas directa o indirectamente a las transformaciones comunicativas. La finalidad del curso es que la aplicación del modelo teórico sobre el que se desarrolla la asignatura sirva de referencia a la hora de comprender y de abordar los escenarios comunicativos presentes y futuros que se configuran con las nuevas tecnologías. En este sentido, el conocimiento de la historia se convierte en un complemento y un contexto para la reflexión comunicativa.

Que la asignatura focalice sobre las dinámicas tecnológicas (y de sus efectos políticos y epistémicos) tiene que ver con la complementariedad de los contenidos de la asignatura con los de otras materias que se imparten durante el mismo año y que sí tienen una finalidad indiscutiblemente historicista. De todos modos, evidentemente las condiciones históricas (políticas, económicas, culturales) forman la parte sustantiva de los contenidos de la asignatura.

CONTENIDOS:

1. Ciencias sociales e historia de la comunicación.
 1. Epistemología de las ciencias sociales.
 2. Epistemología de la historia y de la comunicación.
2. Las tecnologías de la oralidad y de la escritura.
 1. De la oralidad a la escritura. La lagartija aplastada contra el muro.
 2. De la oralidad a la escritura. Aquellos espacios de aquellos tiempos.
3. Edad media y silencio comunicativo.
 1. El silencio en el Scriptorium. La reforma carolingia y la lectura silenciosa.
4. La modernidad comunicativa.
 1. Grietas en la fe. Los principios de la modernidad.
 2. Imprenta. Las revoluciones antes de la revolución.
5. La esfera pública y los estados modernos.
 1. Estados de derecho. La esfera pública y el nuevo modelo legal.
 2. Estados de derecho. El nacionalismo y la sincronización estatal.
6. Conclusión. El modelo de análisis y de comprensión.

EVALUACIÓN:

Prácticas

- Nota grupal de todo el semestre: 30%.
- Exposición y trabajo: 15%.
- Guías de lectura: 15%.
- 1.^{er} ejercicio parcial individual (noviembre): 35%.

- 2.º ejercicio parcial (febrero): 35%.

Nota del curso: 100% (cada parte debe estar aprobada por separado, de lo contrario, no hace media).

BIBLIOGRAFÍA:

Lectura obligatoria para la asignatura

- Vázquez Montalbán, M. *Historia de la comunicación social*. Barcelona: Mondadori, 2000.

Lecturas obligatorias para cada una de las unidades docentes

Unidad 1

- Tozzi, V. "Introducción". En: White, H. *El texto histórico como artefacto literario y otros escritos*. Barcelona: Paidós, 1994, p. 9-42.
- DeFleur, M.; Ball Rokeach, M. "Etapas del desarrollo de la comunicación humana". En: *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 1993, p. 19-71.

Unidad 2

- Havelock, E.A. "Prólogo" y "Programa de investigación". En: *La musa aprende a escribir. Reflexiones sobre oralidad y escritura desde la Antigüedad al presente*. Barcelona: Paidós, 1996, p. 11-16 y 19-39.
- Ong, W. *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. México DF: Fondo de Cultura Económica, 1987, p. 7-25 y 81-116.

Unidad 3

- Quer, P. "Sincronitzar la vista: La lletra escrita emprèn el vol". En: Rodríguez, J.R.; Campalans, C. (ed.). *Història de las sincronies*. Vic: Eumo Editorial. [En prensa]
- Scolari, C. "La Galaxia McGutenberg. Una mirada semio-ecológica sobre las interfaces de la escritura". En: Rodríguez, J.R.; Campalans, C. (ed.). *Història de las sincronies*. Vic: Eumo Editorial. [En premsa]

Unidad 4

- Eisenstein, E. "Prólogo"; "Una revolución no reconocida" y "Características de la cultura impresa". En: *La revolución de la imprenta en la Edad Moderna europea*. Madrid: Akal, 1994, p. 5-12; 15-22 y 51-93.
- Paz Gago, J.M. "Aquí se imprimen libros. Tecnologías de la comunicación: la imprenta" y "La cabeza encantada. Nuevas tecnologías de la comunicación en la novela cervantina". En: *La máquina maravillosa. Tecnología y arte en el Quijote*. Madrid: Sial Ediciones, 2006, p. 59-70 y 71-83.
- Briggs, A.; Burke, P. "Medios y esfera pública a comienzos de la era moderna en Europa". En: *De Gutenberg a Internet*. Madrid: Taurus, 2002, p. 89-125.

Unidad 5

- Habermas, J. "Estructuras sociales de la publicidad". En: *Historia y crítica de la opinión pública*. Madrid: Gustavo Gili, 1999, p. 65-93.
- Campalans, C.; Rodríguez, M. "Els orígens de la nació quotidiana". Comunicación presentada en la conferencia internacional Media History / History in the media, 28-30 marzo de 2007, University of Wales-Abberyswith. Gregynog (Gales).
- Hobsbawm, E. "Pròleg a l'edició catalana" y "Tradicions massificadores: Europa 1870-1914". En: Hobsbawm, E.; Ranger, T. (ed.). *L'invent de la tradició*. Vic: Eumo Editorial, 1988, p. 7-9 y 247-288.

Sociología General y de la Comunicación

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

La disciplina de Sociología pretende, por un lado, fomentar la adquisición, por parte del alumnado, de los conceptos clave del análisis sociológico, y por otro lado desarrollar sus dotes analíticas para garantizar su capacidad para interpretar los fenómenos sociales contemporáneos.

La asignatura pretende ser una introducción al análisis básico del entorno social. Este conocimiento debe afianzarse en los conceptos que permiten comprender la estructura y la dinámica de las sociedades y en los procedimientos que hacen posible analizarlas críticamente y con rigor metodológico. Desde este punto de vista, el conocimiento conceptual que la materia de Sociología aporta, la capacidad reflexiva que despierta, los procedimientos que activa y las actitudes que genera, son la clave que ha de facilitar una mayor comprensión de la sociedad donde se vive y una respuesta más consciente a los retos de la vida social.

En consecuencia, y para lograr este objetivo, será necesario que, al final del curso, el alumno conozca e identifique los principales actores, instituciones y estructuras sociales, así como los diferentes autores y paradigmas que han tratado de describir de una manera científica la realidad social.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Saber apreciar la diversidad y multiculturalidad.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la Sociología.
 1. Definición.
 2. Áreas.
 3. Temas que estudia.
 4. Conceptos básicos de sociología.
 5. Utilidad de la sociología.
 6. La sociología como ciencia.
2. Autores, Corrientes, Teorías.
 1. Teoría clásica: los grandes autores.
 2. Teoría moderna: las grandes escuelas.
3. Modelos de análisis de la estructura social.
 1. Métodos de investigación.
 2. Técnicas de investigación.
4. Las dimensiones primordiales de la sociedad.

1. Cultura, Sociedad, Grupo social e Individuo.
2. La sociedad como sistema.
5. El proceso de inserción del individuo en la sociedad.
 1. El proceso de socialización.
 2. Los agentes de socialización: familia, escuela, medios de comunicación y grupos de iguales.
 3. Desviación social. Control social.
6. La interacción social y el proceso de institucionalización.
 1. El proceso de institucionalización.
7. Bases para definir la sociedad.
 1. Estratificación social:
 1. El concepto de estructura social.
 2. El concepto de status.
 3. Estructuras de poder y de desigualdad.
8. Los universos simbólicos.
 1. El papel de los universos simbólicos en la sociedad:
 1. La religión - Las instituciones.
 2. Los medios de comunicación.
 3. Los mass media y la producción y reproducción de universos simbólicos.
9. Estructura y cambio social.
 1. Factores y dinámicas del cambio social.
 2. El sistema educativo español.
 3. Evolución de la estructura familiar.
 4. La inmigración - El advenimiento de la sociedad red.

EVALUACIÓN:

Con el fin de comprobar que el alumnado ha alcanzado perfectamente los objetivos de aprendizaje inicialmente fijados, los estudiantes deberán demostrar los conocimientos adquiridos mediante un proceso de evaluación continua que consta de cuatro pruebas diferentes, una de carácter teórico y tres de carácter práctico:

- En grupos de tres o cuatro se deberá realizar una investigación sociológica sobre un tema a escoger sobre el temario (los medios de comunicación, las nuevas tecnologías, la familia, la inmigración, la educación etc.) en la que se integren elementos teóricos previamente estudiados con datos empíricos. Se presentará de forma escrita (entrega no por correo electrónico) y de forma oral (30% de la nota). Importante: La valoración será continua en función del trabajo realizado en las horas de prácticas y del trabajo aportado semanalmente. (Se valorará cada semana).
- En grupos de tres se deberá hacer un trabajo de un autor, corriente o teoría sociológica. Se presentará de forma escrita (entrega) y de forma oral (20% de la nota final).
- A nivel individual se realizarán dos síntesis de cualquier tema del dossier o del manual de la asignatura. Se presentará de forma escrita (entrega) (10% de la nota final).
- Examen final de carácter teórico sobre la totalidad de los contenidos explicados en clase durante el presente cuatrimestre (40% de la nota final).
- Se valorará la presentación de documentación complementaria (audios, videos, artículos...)

BIBLIOGRAFÍA:

Manuales

- Giddens, Anthony. *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial, 1998.
- Giner, Salvador. *Historia del pensamiento social*. Barcelona: Ariel, 1991.
- Cardús, Salvador (coord.). *La mirada del sociòleg. Què és, què diu, què fa la sociologia?* Barcelona: Proa, 2005.
- Ritzer, George. *Teoría sociológica clásica y Teoría sociológica contemporánea*. Madrid: McGraw Hill, 1993. 2 v.

Complementaria

- Fichter, Joseph H. *Sociología*. 17.ª ed. Barcelona: Herder, 1993.
- Berger, L.P. *Invitació a la sociologia*. Barcelona: Herder, 1992.
- Berger, L.P.; Luckman, Thomas. *La construcció social de la realitat*. 2.ª ed. Barcelona: Herder, 1996.
- Bell, Daniel. *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid: Alianza Editorial, 1976.
- Castells, Manuel. *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura*. Vol 3. Barcelona: Debolsillo, 2000.
- Durkheim, Emile. *La división del trabajo social*. Barcelona: Planeta-Agostini, 1985.
- Goffmann, Erving. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrutu, 1971.
- Hall, Stuart. "La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico". En: James Curran, [et. al.]. *Sociedad y comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica, 1981.
- Katz, E.; Lazarsfeld, P.F. *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona: Hispano-Europea, 1971.
- Kuhn, Thomas. *La estructura de las revoluciones científicas*. Barcelona: Planeta-Agostini, 1985.
- McLuhan, Marshall. *El medio es el mensaje*. Barcelona: Paidós, 1987.
- Moragas, M. de. *Sociología de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili, 1986.
- Weber, Max. *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica, 1993.

Taller de Redacción de Prensa I

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

El Taller de Redacción de Prensa I tiene por objetivo fundamental poner las bases del dominio de la redacción de textos informativos/explicativos, especialmente de la noticia, y de servir de introducción al conocimiento y dominio de la redacción de los otros géneros periodísticos de la prensa, que se ampliará en cursos posteriores. La asignatura pone especial énfasis en la distinción de los recursos y características de la lengua oral espontánea y de la lengua escrita formal, que es la materia prima de la redacción periodística.

El estilo periodístico genérico se fundamenta en la lengua estándar (por lo tanto, en los usos formales del idioma) y en la técnica de lo que se llama la legibilidad lingüística y tipográfica: se trata de utilizar aquellas palabras, aquellas estructuras oracionales, aquel orden de los elementos de la frase, etc. que facilitan la lectura, la comprensión y la retención del contenido de los textos a un público amplio y heterogéneo, siempre dentro de la normativa lingüística y adecuados a los diferentes géneros.

En consecuencia, la asignatura velará para que el futuro profesional adquiera las competencias fundamentales del estilo periodístico (claro, preciso, conciso), que, además de los aspectos lingüísticos mencionados, cuenta con numerosas convenciones -a menudo arbitrarias, pero aceptadas universalmente en el mundo de la prensa-, como los usos de las comillas, de la cursiva, de las mayúsculas, de los numerales (expresados con cifras o letras), etc., así como la dosificación de las marcas de presencia del periodista en el texto según los distintos géneros periodísticos.

Paralelamente, el Taller de Redacción de Prensa I, en los estudios de Periodismo, quiere promover la lectura de los periódicos (tanto de la prensa de proximidad como la de ámbitos más amplios) entre los estudiantes para que estén bien informados y para que se familiaricen con la aplicación efectiva de los conocimientos y de las prácticas de la asignatura.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber obtener información contrastada y exclusiva a partir de fuentes de información propias.

CONTENIDOS:

1. La comunicación escrita.
 1. Soportes y vehículos de la comunicación. La terminología de los medios escritos.
 2. Información, datos y comunicación.
 3. Las funciones del lenguaje.
 4. Puesta en texto de los datos: el proceso de escritura.
2. Lengua oral espontánea y lengua escrita formal.
 1. Diferencias contextuales y textuales entre el canal oral y el escrito.
 2. Interrelaciones entre el oral y el escrito: interferencias o híbridos.
3. La noticia.
 1. Los géneros periodísticos.
 2. Qué es una noticia: noticiabilidad y fuentes.
 3. La estructura de la noticia: titular, entrada y cuerpo.
 4. Jerarquización de la información: la pirámide invertida, las 5/6 W.
 5. Modalización de los textos periodísticos.
4. El lenguaje periodístico.
 1. Criterios expresivos, estilísticos y normativos. La puntuación. La legibilidad lingüística.
 2. Convenciones lingüísticas, paralingüísticas y gráficas: tipos de letra, usos de las comillas, mayúsculas y minúsculas; numerales: cifras y letras; abreviaciones. La legibilidad tipográfica/visual.
5. La estructura de los textos explicativos.
 1. Superestructura: introducción, desarrollo, conclusión.
 2. Macroestructura: los párrafos y las estructuras dominantes: Descripción, enumeración, causa/consecuencia, problema/solución, comparación.
 3. Microestructura: cohesión léxica, cohesión sintactico-semántica, conexión.

EVALUACIÓN:

Hay 4 pruebas parciales a lo largo del curso más una quinta, que recupera un máximo del 50% del contenido de la asignatura:

- 1.^a prueba parcial: ejercicios y prácticas que valoran el conocimiento sobre el mundo de la prensa, la competencia escrita según las funciones del lenguaje y los diferentes géneros periodísticos, así como conocimientos enciclopédicos del mundo que nos rodea y de la actualidad (vale el 25% de la nota total).
- 2.^a prueba parcial: ejercicios y prácticas que valoran el conocimiento de las características y recursos diferenciales de la lengua oral y la escrita y la competencia en la producción adecuada de discursos escritos de acuerdo con el contexto, con los géneros periodísticos, especialmente las noticias, con el grado adecuado de modalización y con la normativa lingüística. También valorará conocimientos enciclopédicos del mundo que nos rodea y de la actualidad (vale el 25% de la nota total).
- 3.^a prueba parcial: ejercicios y prácticas que valoran el conocimiento y la competencia en el lenguaje y estilo periodísticos, dentro de la legibilidad lingüística, así como el dominio del léxico, la morfología, la sintaxis y la fraseología que se asocian más directamente, aplicados especialmente en textos informativos. También valorará conocimientos de la actualidad. La fecha de realización se fijará oportunamente (vale el 25% de la nota total).
- 4.^a prueba parcial: ejercicios y prácticas que valoran el conocimiento y la competencia en la superestructura, la macroestructura y la microestructura de los

textos explicativos, así como la aplicación de las convenciones formales o tipográficas y el conocimiento de los principales recursos de la legibilidad visual. También valorará conocimientos de la actualidad. (Vale el 25% de la nota total).

- Prueba de recuperación: ejercicios y prácticas que valoran los conocimientos y las competencias de los contenidos de una o dos de las cuatro pruebas anteriores en caso de no haber sido superadas.

A fin de poder superar la asignatura, el alumno debe haber asistido como mínimo al 70% de las sesiones con el profesor.

Los ejercicios o prácticas que se realicen en el aula, o bien fuera del aula, que haya fijado el profesor tienen por objeto ejercitar al alumno en los contenidos de la asignatura y aplicarlos, así como prepararlo para las cuatro pruebas parciales puntuables, cuya media constituirá la nota final. De manera aleatoria e intermitente el profesor pedirá a alumnos estos ejercicios o prácticas para valorar su realización.

A final de curso, sólo se podrá recuperar como máximo el contenido suspendido del 50% de la asignatura (los contenidos de una o dos pruebas parciales). En caso de no haber superado tres o cuatro pruebas, la asignatura quedará suspendida, sin opción a recuperación dentro del mismo curso escolar. Habitualmente, los ejercicios o prácticas que se realicen durante el curso se comentarán y se corregirán públicamente en clase.

Hay que recordar:

- Que hay una sola convocatoria.
- Que la evaluación es continua.
- Que la recuperación de los contenidos no superados de la asignatura sólo es parcial.

BIBLIOGRAFÍA:

- *Avui. Llibre d'estil*. Barcelona: Empúries, 1997.
- Cassany, Daniel. *La cuina de l'escriptura*. Barcelona: Empúries, 2005.
- Coromina, Eusebi. "El llenguatge eficaç". En: Camps, A. (coord.). *Context i aprenentatge de la llengua escrita*. Barcelona: Barcanova, 1994, p. 153-174.
- Coromina, Eusebi. *El 9 Nou / El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Premsa d'Osona, 2008.
- Coromina, Eusebi; Casacuberta, Xavier; Quintana, Dolors. *El treball de recerca. Procés d'elaboració, memòria escrita, exposició oral i recursos*. Vic: Eumo Editorial, 2000.
- *Diccionari de comunicació empresarial. Publicitat. Relacions Públiques. Màrqueting*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana: Termcat, 1999.
- Fontcuberta, Mar. *Estructura de la notícia*. Barcelona: ATE, 1980.
- Gomis, Llorenç. *Teoria dels gèneres periodístics*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Centre d'Investigació de la Comunicació, 1989.
- Grijelmo, Àlex. *El estilo del periodista*. 15ª ed., revisada y ampliada. Madrid: Taurus, 2007.
- *Libro de estilo / El País*. Madrid: El País, 2002.
- Martínez Albertos, José Luis. *Curso general de redacción periodística*. 3ª ed. Madrid: Paraninfo, 1997.

- Tuson, Jesús. *Una imatge no val més que mil paraules. (Contra els tòpics)*. Barcelona: Empúries, 2001.

Estadística Aplicada a la Comunicación

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

En esta asignatura de primer curso se presentan los principales instrumentos estadísticos que sirven para la descripción, resumen y comprensión de la información disponible.

Por lo tanto, el objetivo principal de la asignatura es la comprensión de los conceptos estadísticos descriptivos en el análisis, presentación e interpretación de datos. El estudiante debe ser capaz de recoger, organizar y planificar los datos que tiene, analizarlos resolviendo todos los problemas que puedan plantearse y sintetizarlos. Posteriormente esta información servirá para tomar decisiones. A partir de la consecución de este objetivo el estudiante debe ser competente en la utilización del programa SPSS para poder determinar en cada caso el proceso más adecuado para analizar los datos.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Tener capacidad para resolver problemas.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener habilidad para trabajar en un equipo interdisciplinario.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

CONTENIDOS:

1. Conceptos generales.
 1. Objeto de la estadística.
 2. Población y muestra.
 3. El proceso del análisis estadístico.
 4. Los porcentajes.
2. Distribuciones unidimensionales.
 1. Distribución de frecuencias.
 2. Representación gráfica.
 3. Medidas de posición y de dispersión.
 4. Medidas de forma.
 5. Aplicación práctica: SPSS.

3. Muestreo.
 1. Métodos de muestreo.
 2. Cálculo del tamaño de la muestra.
4. Distribuciones bidimensionales.
 1. Distribuciones marginales y condicionadas.
 2. Regresión lineal simple.
 3. Aplicación práctica: SPSS.

BIBLIOGRAFÍA:

- Casa Aruta, E. *200 problemas de estadística descriptiva*. Barcelona: Vicens Vives, 1991.
- Jauset, J.A. *Estadística para periodistas, publicitarios y comunicadores*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, 2007.
- Jauset, J.A. *La investigación de audiencias en televisión*. Barcelona: Paidós, 2000.
- La-Roca, F. *Estadística aplicada a les ciències socials*. València: Universitat de València, 2006.
- Martín Pliego, F.J. *Introducción a la estadística económica y empresarial*. Madrid: A. C., 1994.
- Peña, D.; Romo, J. *Introducción a la estadística para las Ciencias Sociales*. Madrid: McGraw-Hill, 1997.
- Ríos, S. *Iniciación estadística*. Madrid: Paraninfo, 1992.
- Tomeo Perucha, V; Uña Juárez, E. *Lecciones de estadística descriptiva*. Madrid: Thomson, 2003.
- Visauta, B. *Análisis estadístico con SPSS para Windows*. Madrid: McGraw-Hill, 2002.

Estructura del Sistema de Comunicación

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

La asignatura permite conocer y analizar la situación actual de la industria cultural internacional, así como la catalana y española. Se trabajarán conceptos y teorías para plantearnos el sistema comunicativo actual, su influencia económico-política, así como la teoría chomskiana del pensamiento único actual.

Objetivos

La asignatura tiene como objetivo formar al alumnado en las bases de la economía y las reglas de funcionamiento de las empresas mediáticas, con especial atención a la evolución y situación actual del sistema de grupos multimedia internacional, pero también el catalán y el español.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.

CONTENIDOS:

1. Industrias culturales.
 1. Concepto de empresa mediática.
 2. Desarrollo.
 3. Políticas culturales.
 4. Modelos de estructuración mediática.
 5. Los medios de comunicación: de la transnacionalización a la globalización.
 6. Nacionalización, internacionalización y globalización de la industria audiovisual.
 7. Historia contemporánea de la comunicación.
 8. La prensa: formación de los primeros grupos hasta la digitalización.
 9. La televisión: concentración, internacionalización del producto.
 1. Situación actual del servicio público.
 10. La radio: oligopolio y expansión internacional.
 1. Nuevos soportes (DAB y radio digital).
 11. El cine: situación de mercado.
 12. Sector discográfico.
 1. Contexto internacional.
 2. Piratería.
 3. Música en la red.
 13. El videojuego.
 1. Oferta nacional e internacional.
 14. La identidad en la comunicación global.
 15. La identidad cultural mediática en Europa. Los grupos audiovisuales europeos.
 16. La teoría del pensamiento único.
 17. El futuro de los medios de comunicación.

18. Industrias emergentes (tecnocultura).
19. Convergencia y multimedia.
20. Comunicación global: integración y desarrollo.

EVALUACIÓN:

La evaluación es continua y presencial. Para que sea positiva es preciso una asistencia mínima al 80% de las sesiones.

- Trabajos de curso (50%).
- Seminarios (40%).
- Ejercicios de clase (10%).

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Bernays, Edward. *Propaganda*. Barcelona: Melusina, 2008.
- Bustamante, Enrique. *La televisión económica. Financiación, Estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa, 1998.
- Bustamante, Enrique. *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa, 2002.
- Chomsky, Noam; Ramonet, Ignacio. *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria, 1995.
- Díaz Nosty, Bernardo. *Tendencias 2007. Medios de Comunicación*. Madrid: Fundación Telefónica, 2007.
- Gillmor, Dan. *We the Media*. California: O'Reilly, 2004.
- Herman, Edward S.; McChesney, Robert. *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Madrid: Cátedra, 1999.
- *Informe de la Comunicació a Catalunya*. Incom, UAB.
- Thomson, John B. *Los media y la posmodernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. 2.ª ed. Barcelona: Paidós, 1997.

Complementaria

- Flichy, Patrice. *Las multinacionales del audiovisual. Por un análisis económico de los media*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982.
- Frattini, Eric; Colias, Yolanda. *Tiburones de la comunicación. Grandes líderes de los grupos multimedia*. Madrid: Pirámide, 1996.
- Levis, Diego. *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Barcelona: Paidós, 1997.
- McLuhan, Marshall. *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós, 1996.
- McQuail, Denis. *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu, 1992.
- Miguel, Juan Carlos de. *Los grupos multimedia*. Barcelona: Bosch, 1993.

- Reig, Ramon. *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Barcelona: Paidós, 1998.

Fuentes de Información

Créditos: 3.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

El objetivo general de la materia es capacitar a los estudiantes en las técnicas documentales más necesarias para desenvolverse en el mundo del Periodismo. Más específicamente, la asignatura se basa en el uso de los sistemas de información (tradicionales y en línea) para que avancen en el dominio de las fuentes de información, su tipología y su rentabilidad informativa. También es objetivo de la asignatura proporcionar algunas técnicas básicas del trabajo intelectual y científico y los hábitos de rigor y coherencia que le son imprescindibles.

La asignatura pretende ofrecer un esquema claro de los diferentes tipos de fuentes de información generales aplicables al estudio del Periodismo. Con ello se quiere formar personas más expertas y con más conocimiento de los recursos de información que tienen a su alcance inmediato y de los más especializados en su campo. También se pretende dotar a las personas que la cursan de referentes para que valoren la calidad de la información obtenida (tanto en fuentes de información general o específica, en papel o electrónicas) y conozcan los sistemas de indexación, posicionamiento y visibilidad de la información en recursos digitales que se pueden encontrar en Internet. La asignatura Fuentes de Información tiene una orientación que la hace aplicable a las ciencias sociales en general, aunque se introducen recursos de información propios de la disciplina. Además, introduce algunas convenciones importantes en el manejo de la información, como las referencias bibliográficas y las citas. Este planteamiento generalista y la visión principalmente instrumental de las Fuentes de Información se adapta a su situación en primer curso de los estudios, ya que las competencias adquiridas con la asignatura representarán una buena base para el trabajo posterior de los estudiantes en todas las asignaturas y proyectos de la carrera.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

CONTENIDOS:

1. Conceptos básicos de la Documentación.
 1. Información.
 2. Documentación.
 3. Documento.
 4. Indexación.
2. Fuentes generales de información.
 1. Descripción y tipología de las fuentes generales de información.
 2. Búsqueda en fuentes generales de información.
3. Recuperación de información y recursos documentales para la Publicidad y las Relaciones Públicas.
 1. Técnicas de recuperación de información en motores de búsqueda.

4. Operadores.
5. Metabuscadores.
6. Posicionamiento de sitios web.
7. Relevancia y Clustering.
 1. Análisis y valoración de la información recuperada.
 2. Uso de las fuentes y recursos especializados en Publicidad y Relaciones Públicas.
8. Metodología y práctica del trabajo científico.
9. Referencias bibliográficas.
10. Citaciones.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Resultado de aprendizaje relacionado
Ejercicios de búsquedas en Fuentes	-	35	3.4.
Ejercicios de recuperación de información en recursos electrónicos	-	25	6
Ejercicios de referencias bibliográficas y citaciones	-	10	5
Ejercicio sobre conceptos básicos	-	10	1
Ejercicio sobre descripción y tipologías de fuentes	-	20	2

BIBLIOGRAFÍA:

- Abadal, E. *La documentació a l'era de la informació*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, 1998.
- Carrizo, G.; Irureta-Goyena, P.; López de Quintana Sáenz, E. *Manual de fuentes de información*. Madrid: CEGAL, 1994.
- Cordón, J.A.; López, J.; Vaquero, J.R. *Manual de búsqueda documental y práctica bibliográfica*. Madrid: Pirámide, 1999.
- Genescà, G.; Rigo, A. *Tesis i treballs: Aspectes formals*. Vic: Eumo Editorial, 2000.
- Giménez Toledo, E. *Manual de Documentación para Comunicadores*. Pamplona: Eunsa, 2004.
- López-Yepes, L. (comp.). *Fundamentos de información y documentación*. Madrid: Eudema, 1998.
- Martín, A. *Fuentes de información general*. Gijón: Trea, 1995.
- Slype, G. van. *Los lenguajes de indización: concepción, construcción y utilización en los sistemas documentales*. Salamanca: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1991.

- Tramullas, J.; Olvera, M.D. *Recuperación de la información en Internet*. Madrid: Rama, 2001.

Introducción al Inglés para el Periodismo

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

Los dos grandes objetivos generales son, por un lado, profundizar y mejorar la normativa general, y por otro, adquirir y desarrollar un vocabulario específico de los medios de comunicación. Practicar, tanto oralmente como por escrito, diferentes tareas propias de los profesionales de los medios de comunicación.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en una lengua extranjera.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener habilidad para trabajar en un contexto internacional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer y usar correctamente de forma oral y escrita el inglés como forma de expresión profesional en los medios de comunicación.
- Dominar el vocabulario específico del periodismo.

CONTENIDOS:

1. Newspapers.
 1. Journalism: The language of newspapers (tabloidese, newspaper house style, etc.). Reading and writing headlines. Analysing newspapers. Practising interview skills. Planning and writing a newspaper article.
 2. Language focus: Creating cohesion in texts. Using open and closed question forms. Understanding bias intexts. The use of the passive voice, pronouns and connectors.
2. Radio.
 1. Journalism: The language of radio product. Introducing radio programmes. Understanding the language of radio presenter. Understanding the production process. Planning a news list. Giving post-production feedback.
 2. LANGUAGE FOCUS: Giving instructions. The use of infinitive and gerund forms. Phrasal verbs.
3. Magazines.
 1. Journalism: The language of magazine covers. Composing magazine covers. Planning the contents of a magazine. Planning and writing a true-life story.
 2. Language focus: Email writing. Stylistic devices. The telephone. Narrative Tenses. Future verb forms. The use of reported speech.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Writing headlines and newspaper articles.newspaper vocabulary.	Assignment 1	5% Writing	-	1 / 11/12
	Sesión grupo	5% Voc		
Comparing newspaper house styles and news coverage.	Sesión Subgrupo	5% Speaking	-	2 / 11 / 12
Presenting a piece of news.	Sesión Subgrupo	5% Speaking	-	3 / 11 / 12
Preparing and conducting interviews.	Assignment 2	5% Writing	-	4 / 11 / 12
Creating and reading radio script.	Sesión Subgrupo	2.5% Speaking	-	5 / 11 / 12
Listening comprehension texts of excerpts from mass media (TV and radio broadcast, etc)	Sesión Grupo	15% Listening	-	6 / 11
Creating an English-language magazine cover.	Project	2.5% Voc	-	7 / 10 / 11
	Assignment 3	2.5% Writing		
Reading comprehension texts of books, blogs, commissioning brief, current affairs articles and stories, etc. Vocabulary.	Sesión Grupo	10% Reading 2.5% Voc	-	8 / 11 / 12
Writing emails.	Sesion Subgrupo	2.5% Writing	-	9 / 11 / 12
Role play (telephone, press conference, etc.)	Sesión Subgrupo	2.5% Speaking	-	10/11 / 12
Language use tests.	Sesión Grupo	25% Grammar	Sí	11.
Vocabulary tests	SesióGrup	10% Voc	-	12

Sistema de evaluación

La calificación final de la asignatura *Introducción al Inglés para el Periodismo* es la media de las notas obtenidas en las acciones de evaluación, teniendo en cuenta que hay que aprobar

obligatoriamente los language use tests (25% de la nota global de la asignatura) con un 5 para poder hacer media con el resto de notas.

La asignatura *Introducción al Inglés para el Periodismo* se evalúa de forma continua mediante diversas pruebas de writing 15%, speaking 15%, listening 15%, reading 10% y vocabulary 20%. Al final del cuatrimestre habrá una sesión de recuperación del language use tests. Si se suspende esta acción de evaluación language use tests (25% de la nota global) después de esta recuperación, no hay opción a otra recuperación dentro del mismo curso académico y la materia queda pendiente.

BIBLIOGRAFÍA:

Libro de texto

- Ceramella, Nick; Lee, Elizabeth. *English for the Media*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

Libro de gramática

- Yule, George. *Oxford Practice Grammar*. Oxford: Oxford University Press, 2008.

Libro de lectura

- Leather, Sue. *The Amsterdam Connection*. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.

Lengua Catalana y Española

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

- Trabajar los aspectos descriptivos y normativos de las lenguas catalana y española que faciliten la competencia lingüística en catalán y español estándar y la práctica de la escritura por parte de los estudiantes.
- Componer textos con coherencia, cohesión y precisión léxica.
- Conocer la diversidad funcional de ambas lenguas.
- Familiarizar a los estudiantes con la estructura de los textos y los diversos formatos textuales.
- Desarrollar la destreza en el uso de la lengua escrita a partir de ejercicios prácticos.
- Analizar los recursos de estilo y los mecanismos lingüísticos asociados.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Bloque ortográfico	Cuatrimestral	Apto / No apto	sí	1, 3
Práctica texto explicativo	Mensual	30	no	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Práctica texto argumentativo	Mensual	30	no	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Práctica en el aula	Mensual	40	sí	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Sistema de evaluación

La nota final de la asignatura es la media de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua de cada lengua, con la condición de que hay que aprobarlas previamente ambas por separado.

En la materia de lengua catalana, el examen del final del cuatrimestre permite recuperar la calificación del bloque ortográfico y la de la práctica individual, pero no las de las dos prácticas anteriores (texto explicativo y texto argumentativo).

En la materia de lengua española se harán tres exámenes de gramática normativa que contarán el 60% de la nota.

Para hacer media, se deberán aprobar todos los exámenes.

El 25% de la nota saldrá de la media de las redacciones quincenales.

El 15% restante corresponderá a la participación activa.

En cuanto a la evaluación el alumno debe tener en cuenta:

- Que hay una sola convocatoria.
- Que la evaluación es continua.
- Que la recuperación de los contenidos no superados de la asignatura sólo es parcial. Nadie podrá presentarse a la convocatoria que se establezca para recuperar el 100% de la asignatura

BIBLIOGRAFÍA:

Lengua catalana

Tipología textual y composición de textos

- Bibiloni, Gabriel. *Llengua estàndard i variació lingüística*. Valencia: Eliseu Climent, 2000.
- Cassany, Daniel. "Què és el codi escrit?" En: *Descriure escriure. Com s'aprèn a escriure*. 6.ª ed. Barcelona: Empúries, 1995, p. 21-26.
- Castellà, Josep M. *De la frase al text. Teories de l'ús lingüístic*. Barcelona: Empúries, 1996.
- Coromina, Eusebi. "Signes de puntuació". En: *El 9 Nou / El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Premsa d'Osona, 2008, p. 173-188.
- Toutain, Ferran. *Sobre l'escriptura*. Barcelona: Blanquerna Tecnologia i Serveis, S.L., Facultat de Comunicació Blanquerna, 2000.

Manuales y gramáticas

- Abril, Joan. *Diccionari pràctic de qüestions gramaticals*. Barcelona: Edicions 62, 1997.
- Badia, Jordi; Brugarola, Núria; Torné, Rafel; Fargas, Xavier. *El llibre de la llengua catalana*. Barcelona: Castellnou, 1997.
- Castellanos i Vila, Josep Anton. *Quadern: Normativa bàsica de la llengua catalana. Amb exercicis autocorrectius*. 6.ª ed. Barcelona: Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1998.
- Ginebra, Jordi; Montserrat, Anna. *Diccionari d'ús dels verbs catalans*. Barcelona: Edicions 62, 1999.
- Ruai, Josep. *Català complet /1. Curs superior de llengua. Fonètica i ortografia*. Moià: J. Ruai, 1998.

- Ruaix, Josep. *Exercicis del català complet /1*. Moià: J. Ruaix, 1998.
- Ruaix, Josep. *Clau dels exercicis del català complet /1*. Moià: J. Ruaix, 1998.
- Ruaix, Josep. *Català complet /2. Curs superior de llengua. Morfologia i sintaxi*. Moià: J. Ruaix, 1998.
- Ruaix, Josep. *Exercicis del català complet /2*. Moià: J. Ruaix, 1998.
- Ruaix, Josep. *Clau dels exercicis del català complet /2*. Moià: J. Ruaix, 1998.
- Xuriguera, Joan B. *Els verbs catalans conjugats*. 30.^a ed. Barcelona: Claret, 1993.

Diccionaris generals

- Institut d'Estudis Catalans. *Diccionari de la llengua catalana*. Barcelona: Edicions 62: Enciclopèdia Catalana, 2007.
- *Gran diccionari de la llengua catalana*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1998.

Lengua española

Diccionaris

- Casares, J. *Diccionario ideológico de la lengua española*. Barcelona: Gustavo Gili, 1985.
- *Diccionario ideológico de la lengua española*. Barcelona: Biblograf, 1995.
- Gili Gaya, S. *Diccionario de sinónimos*. Barcelona: Biblograf, 1980.
- Martínez de Sousa, J. *Diccionario de usos y dudas del español actual*. Barcelona: Biblograf, 1996.
- Moliner, M. *Diccionario de uso del español*. Madrid: Gredos, 1984.
- Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe, 1992.
- Seco, M.; Andrés, O.; Ramos, G. *Diccionario del español actual*. Madrid: Aguilar, 1999.
- Seco, M. *Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española*. Madrid: Aguilar, 1993.

Gramáticas y manuales de referencia

- Alarcos Llorach, E. *Gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe, 1994.
- Alcina, J.; Blecua, J.M. *Gramática de la lengua española*. Barcelona: Ariel, 1994.
- Casado Velarde, M. *Introducción a la gramática del texto del español*. Madrid: Arco Libros, 1995.
- Gómez Torrego, L. *Hablar y escribir correctamente*. Madrid: Arco Libros, 2007. 2 v.
- Real Academia Española. *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe, 1999.

Enlaces de lengua catalana

- Diccionari normatiu de la llengua catalana DIEC (<http://dlc.iec.cat>)
- Argumenta: Recurso para mejorar las competencias lingüísticas y comunicativas en el ámbito académico y profesional (http://antalya.uab.es/gab-llengua-catalana/web_argumenta_obert/)
- Recopilación de nuevos términos CERCATERM (<http://www.termcat.cat>)
- Libro de estilo de Vilaweb (<http://10anys.vilaweb.com/llibreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf>)
- Portal lingüístico de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (<http://esadir.cat>)
- Portal sobre lengua catalana enlloc.com (<http://www.enlloc.com/enlloc/index.html>)
- Portal de recursos lingüísticos de las universidades de habla catalana (Xarxa Vives d'Universitats: Llengua.info) (<http://www.llengua.info>)

Enlaces de lengua española

- <http://www.rae.es> www.rae.es

Taller de Informática

Créditos: 3.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

- Analizar, evaluar y sintetizar las necesidades de información de una organización y saber aplicar las tecnologías de la información más adecuadas a sus necesidades.
- Ser capaz de operar en diferentes entornos informáticos.
- Conocer software básico de ofimática, centrándose en aspectos avanzados.
- Conocer alternativas de software libre al software de ofimática comercial.
- Conocer los formatos estandarizados de intercambio de datos y la gestión de la información en internet.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.

CONTENIDOS:

1. Introducción a las TIC.
2. Entornos operativos.
3. Instrumentos de productividad: presentaciones corporativas digitales.
4. Instrumentos de productividad: procesamiento de textos.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí /no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Ejercicios sesiones presenciales	Todo el curso	10	no	2, 3, 4
Trabajo en grupo	-	20	sí	1, 2, 3
Examen	-	70	sí	1, 2, 3, 4

Sistema de evaluación

Descripción de las acciones de evaluación:

- Ejercicios en las sesiones presenciales: se trata de realizar individualmente un conjunto de ejercicios en clase. Se puede hacer uso de cualquier material de apoyo. Cada conjunto de ejercicios se corregirá en la sesión presencial posterior a su realización. El profesor calificará globalmente la evolución del estudiante en el logro de los resultados de aprendizaje.

- Trabajo en grupo: se trata de realizar un trabajo en grupo. Se puede hacer uso de cualquier material de apoyo, y exponerlo en clase.
- Examen: para superar el examen hay dos alternativas:
- Evaluación continua: consta de dos ejercicios individuales (evaluación 1 y 2 en el plan de trabajo) que se deben aprobar por separado. En caso de que algún ejercicio no se supere se puede recuperar en el examen final.
- Examen final: Consta de 2 bloques (equivalentes a las 2 evaluaciones) que deben aprobarse por separado.

La nota final del examen es una media ponderada de los dos bloques.

BIBLIOGRAFÍA:

De cada tema se proporcionará el material necesario a través del Campus Virtual.

ASIGNATURAS DE FORMACIÓN BÁSICA Y OBLIGATORIAS DE SEGUNDO CURSO

Inglés Escrito para el Periodismo

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

Los objetivos generales son profundizar y mejorar la normativa general y profundizar en la producción escrita propia de los profesionales de los medios de comunicación. Se hará énfasis en el vocabulario específico de los medios de comunicación.

CONTENIDOS:

1. Television
 1. Journalism: Understanding the production process. The language of television production. Vocabulary of filming procedures and equipment. Filming on location. An email giving editing instructions.
 2. Language Focus: Expressing modality. Adverbial clauses.
2. Films
 1. Journalism: Organising a shoot. Writing a screenplay. Writing film review. Technical vocabulary of filming. Language of film reviews. A pitching session.
 2. Language Focus: Questions review. Conectors and focus structure review. Prepositions.
3. News Media
 1. Journalism: Briefing a website designer. Analysing websites. Analysing a blog. Analysing a podcast. Technical vocabulary of websites.
 2. Language Focus: Conditionals. Adjetives and Adverb.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Reading Tests	-	10		10
Listening Test	-	15		9-12
Speaking Tests	-	15		7, 8, 10, 11, 12
Writing Test	-	20		1, 2, 3, 4, 5, 11, 12
Vocabulary tests	-	20		6, 8, 10, 12
Grammar tests	-	25	sí	11

Sistema de evaluación

La calificación final de la asignatura *Inglés Escrito para el Periodismo* es la media de las notas obtenidas en las acciones de evaluación, teniendo en cuenta que hay que aprobar

obligatoriamente los language use test (25% de la nota global de la asignatura) con un 5 para poder hacer media con el resto de notas.

La asignatura *Inglés escrito para el Periodismo* se evalúa de forma continua mediante diversas pruebas de writing (20%), speaking (15%), listening (10%), reading (10%) y vocabulary (20%). Al final del cuatrimestre habrá una sesión de recuperación del language use tests. Si se suspende esta acción de evaluación language use test (25% de la nota global) después de esta recuperación, no hay opción a otra recuperación dentro del mismo curso académico y la materia queda pendiente.

BIBLIOGRAFÍA:

Libro de texto

- Ceramella, Nick; Lee, Elizabeth. *Cambridge English for the Media*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

Libro de gramática

- Yule, George. *Oxford Practice Grammar*. Oxford: Oxford University Press, 2008.

Libro de lectura

- O'Reilly, Bill. *Those Who Trespass: a Novel of Murder and Television*. New York: Broadway Books Cambridge, 2004.

Taller de Comunicación Gráfica

Créditos: 6.00

Primer semestre

Taller de Redacción de Prensa II

Créditos: 9.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

En esta asignatura se simula que la clase es la redacción de un diario. Los estudiantes, adscritos a diferentes secciones (política, sociedad, local, cultura, deportes, economía...), deben trabajar tanto en equipo como de forma individual la elaboración de diferentes textos periodísticos con formatos de información propios. Los estudiantes deben escoger el tema, buscar la información, concertar las entrevistas, discutir con el jefe de redacción (profesor) el enfoque más adecuado y, finalmente, deben redactar sus trabajos como si tuvieran que ser publicados. Los objetivos principales son:

- Dominar el lenguaje periodístico escrito, especialmente de los géneros informativos e interpretativos en la prensa.
- Aprender a tener criterio periodístico y saber gestionar la información de actualidad y/o de interés general.
- Saber escribir y jerarquizar la información, principalmente a partir de fuentes propias.
- Aprender a escribir crónicas, reportajes y entrevistas, haciendo un buen uso de los recursos del lenguaje, sea en catalán o en castellano.
- Reflexionar críticamente sobre el proceso de elaboración de la información y sus recursos lingüísticos.
- Adquirir una conciencia crítica del papel del periodista en la sociedad.

CONTENIDOS:

1. Repaso general de los géneros informativos en la prensa.
 1. La estructura de la noticia (titular, lead y cuerpo).
 2. Las 6W y la técnica de la pirámide invertida.
2. Géneros informativos e interpretativos en prensa.
 1. El reportaje. Funciones, tipología y estructura.
 2. La crónica. El periodista como testigo o experto-conocedor de un tema. Tipología de crónicas. La crónica informativa y la crónica de ambiente.
 3. La entrevista. Modalidades (entrevista como fuente, de personalidad e informativa).
3. El periodismo digital. Nuevas formas de redacción en la web. El periodismo mashup y el ciberperiodismo.

EVALUACIÓN:

La evaluación estará formada por una parte de teoría y otra de práctica.

La parte de teoría valdrá el 30% de la nota y constará de una prueba puntuable en el último día de clase.

La parte práctica valdrá el 70% de la nota, y estará formada por la media de cuatro pruebas (piezas) que los alumnos deberán redactar: una crónica de ambiente, un reportaje, una entrevista de personaje y una entrevista informativa.

El alumno dispondrá de una sesión para poder hacer una recuperación parcial de parte del temario práctico (para poder optar a esta recuperación, el alumno habrá tenido que aprobar dos de las cuatro piezas puntuables de la parte práctica) o teórico.

BIBLIOGRAFÍA:

- Álvaro, Francesc M. [et al.]. *Embolcats amb el periodisme. Reptes dels mitjans de comunicació catalans (1975-2006)*. Vilanova i la Geltrú: El Cep i la Nansa, 2007.
- Borrat, Héctor. *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili, 1989.
- Casasús, Josep M. *Lliçons de periodisme en Josep Pla*. Barcelona: Destino, 1986.
- Fallaci, Oriana. *Entrevista con la historia*. Barcelona: Noguer, 1974.
- Ferri, Llibert. *Cròniques postsoviètiques*. Barcelona: Llibres de l'Índex, 1993.
- Fontcuberta, Mar de. *La noticia*. Barcelona: Paidós, 1993.
- Grijelmo, Álex. *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus, 2008.
- Madueño, Eugeni; Rovira, Bru. *Notícies del més enllà. El reporterisme en premsa*. Barcelona: Pòrtic, 1999.
- Martínez Albertos, J.L. *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo, 2002.
- Martín Vivaldi, G. *Géneros periodísticos*. Madrid: Paraninfo, 1998.
- Pla, Josep. *Cròniques parlamentàries* [Obra completa, vol. 41 i 42]. Barcelona: Destino, 1982.
- Rodrigo Alsina, Miquel. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 2005.

Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

El taller tiene un contenido eminentemente procedimental, con una base teórica que siempre se aplica de forma práctica. Se basa en el aprendizaje de los conocimientos y las técnicas básicas para la formación de los profesionales del audiovisual, preparando al alumno de cara a la adquisición de competencias para la redacción y la locución en cualquier medio audiovisual.

Los entornos profesionales que se tratan son el televisivo y el radiofónico, los géneros, la información y el entretenimiento.

Objetivos

- Que el estudiante sepa locutar o presentar un texto audiovisual.
- Que el estudiante sepa preparar y redactar un texto audiovisual con la estructura, la lengua y el tono adecuados al medio y al género.
- Que el estudiante prepare de forma autónoma los ejercicios prácticos del curso (creación de textos y lectura).
- Que el estudiante sea capaz de redactar, sentirse y verse, adquiriendo conciencia de la progresión de su aprendizaje escrito y locutado.

CONTENIDOS:

1. El lenguaje de los medios audiovisuales.
 1. Diferencias entre escribir para ser leído o para ser escuchado y visto.
 2. Características generales del lenguaje escrito y hablado de los medios audiovisuales.
 3. El proceso de comprensión de un texto sonoro.
 4. La mediación técnica de la percepción audiovisual.
2. Locución.
 1. La locución radiofónica y televisiva.
 1. La dicción. Cualidades de la voz. La respiración y los sonidos.
 2. Características sonoras de la palabra oral: intensidad, tono, timbre, interpretación, entonación, acento, ritmo.
 3. Entonación y agrupación por grupos fónicos.
 4. Lectura enunciativa y explicativa. Diferencias básicas.
 5. Orden del discurso: inicio, cuerpo y final.
 2. Técnicas de locución.
 1. Vocalización.
 2. Entonación.
 3. Acento.
 4. Ritmo.
 5. Actitud.
 6. Silencio y pausas.
 7. Respiración.

8. Persuasión y emotividad (radio); persuasión, gestualidad y mirada (TV).
 9. Puesta en escena y movimiento corporal.
 10. El lenguaje no verbal.
 11. La imagen personal/corporativa.
 12. Técnicas de atención y de relajación.
 13. La improvisación.
 14. El periodista de exteriores.
 15. La presentación de informativos.
 16. La locución musicada por radio.
3. Redacción.
1. Introducción a los géneros radiofónicos y televisivos.
 2. Semejanzas y diferencias en la elaboración de la información radiofónica (escribir para la radio) y la información televisiva (escribir para la televisión).
 3. El concepto de noticia. Las fuentes informativas.
 4. Oralidad informativa.
 5. Estructura de la noticia. Orden del texto y coherencia interna.
 6. La redacción en cuatro etapas: planificación, redacción, revisión, reescritura.
 7. Escribir con la imagen.
 8. Presentación del texto informativo.

EVALUACIÓN:

La evaluación es continua. Durante el curso se deben adquirir tanto conocimientos teóricos como técnicas y métodos de trabajo. Se llevarán a cabo 2 pruebas de conocimientos (50%) y 5 ejercicios prácticos individuales (50%). Se evaluarán los conocimientos y las competencias del alumno, ligadas a los objetivos de la asignatura.

Para aprobar la asignatura es necesario haber hecho las dos pruebas de conocimientos, y los cinco ejercicios, tal y como se especifica en los enunciados colgados en el campus, en la fecha estipulada en el plan de trabajo de la asignatura en función de cada grupo práctico, también publicado en el campus. (Según normativa del centro, sólo se pueden recuperar las pruebas y ejercicios en tres casos de ausencia. Consúltese el profesorado). La no asistencia a las pruebas teóricas o a los ejercicios prácticos por otros conceptos, implica que ese porcentaje de la nota no se pueda recuperar.

La asistencia es obligatoria y combina las sesiones presenciales y no presenciales por el tipo de evaluación.

Ponderación de la nota:

- Valoración de los conocimientos teóricos: 50%:
 - Prueba I: 25%.
 - Prueba II: 25%.
- Valoración de los ejercicios: 50%:
 - Locución de una pieza televisiva de ficción o entretenimiento: 10%.
 - Locución de un anuncio institucional radiofónico (spot): 10%.
 - Redacción y Locución de una entrada en cámara (stand up): 10%.
 - Redacción y Locución de una pieza informativa radiofónica: 10%.
 - Redacción y Locución de una pieza informativa televisiva: 10%.

Sólo es recuperable la Prueba I de conocimientos (25%) el mismo día de la Prueba II.

BIBLIOGRAFÍA:

Obligatoria

- AA. VV. *Claves para elaborar la información en radio y televisión*. Madrid: IORTV, 2006.
- Larrañaga, José. *Redacción y locución de la información audiovisual. Escribir noticias para la radio y la televisión*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2006.

Complementaria

- Balsebre, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra, 1994.
- Comas Arnal, Eva. *La ràdio en essència*. Barcelona: Trípodós, 2009.
- Mayoral, Javier (coord.) *Redacción periodística en televisión*. Madrid: Síntesis, 2008.
- Rodríguez, José Manuel. *Técnicas de locución radiofónica*. Madrid: IORTV, 2000.
- Tirado, J.A. (et al). *Técnicas para leer y escribir en radio y televisión. Las noticias en el espejo*. Barcelona: Bosch, 2003.

Teorías de la Comunicación

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

El objetivo principal de la asignatura es dar a conocer las teorías existentes en el ámbito de la comunicación en un sentido amplio y en el contexto de la actual sociedad contemporánea. En este sentido, se tratará la comunicación humana sin mediación tecnológica (intrapersonal e interpersonal), las teorías sobre los medios de comunicación, la incidencia social de la comunicación así como el análisis de contenidos y audiencias, entre otros. Asimismo, se profundizará en el conocimiento de la emergente teoría de la comunicación digital interactiva. Lo que se pretende, en último término, es fomentar el espíritu de análisis crítico de los estudiantes en relación al papel que desarrollan los medios de comunicación convencionales así como los nuevos formatos digitales en la actual sociedad de la información y del conocimiento.

CONTENIDOS:

1. ¿Por qué hay que estudiar la comunicación?
 1. Intereses en el estudio de la comunicación como hecho social.
 2. Información y Comunicación.
 3. El proceso de la comunicación. Elementos principales.
 4. La mutación de los modelos clásicos a los modelos actuales en comunicación.
 5. Comunicación e interdisciplinariedad.
2. Medios de comunicación y poder.
 1. La agenda setting.
 2. La espiral del silencio de Neuman.
 3. Teoría de usos y gratificaciones.
 4. Emisión y recepción en la comunicación de masas: el *Gatekeeper*.
 5. El marco de noticias.
 6. La investigación de los medios de comunicación de masas: contenido, discurso, audiencias, etc.
3. La perspectiva interpretativa de la teoría de la comunicación.
 1. La escuela de Palo Alto.
 2. El interaccionismo simbólico.
 3. Erving Goffman.
 4. El construccionismo.
 5. La etnometodología.
4. La perspectiva funcionalista de la teoría de la comunicación.
 1. Orígenes, funciones y principales críticas al funcionalismo.
5. La perspectiva crítica de la teoría de la comunicación.
 1. La Escuela de Frankfurt.
 2. La economía política.
 3. Los estudios culturales.
6. Teorías de la comunicación digital interactiva.
 1. Revolución Industrial, imprenta y revolución tecnológica.
 2. El nuevo paradigma digital.
 3. La cibercultura: digitalización, reticularidad, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

EVALUACIÓN:

Evaluación continua con pruebas individuales de validación de contenidos teóricos, trabajos de grupos, sesiones de discusión y otras actividades evaluativas.

BIBLIOGRAFÍA:

- De Fleur, M.; Ball-Rokeach, S. J. *Teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 1993.
- García Jiménez, L. *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos, 2007.
- Martín Algarra, M. *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos, 2003.
- Mattelart, A.; Mattelart, M. *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós, 1997.
- McQuail, D. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Rodrigo, M. *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Bellaterra: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2001.
- Rodrigo, M.; Estrada, A. *Las teorías de la comunicación*. Barcelona: UOC, 2008.
- Saperas, E. *Manual básico de teoría de la comunicación*. Barcelona: CIMS, 1998.
- Scolari, C. *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa, 2008.
- Soriano, J. *L'ofici de comunicòleg*. Vic: Eumo Editorial, 2007.
- Valbuena de la Fuente, F. *Teoría general de la información*. Madrid: Noesis, 1997.
- Wolf, M. *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós, 1996.

Inglés Oral para el Periodismo

Créditos: 3.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

The objective of this course is to develop the English communication skills required by journalists. The emphasis will be on speaking, listening and vocabulary, but grammar and writing skills will also be developed.

The course also aims to develop analytical skills and critical thinking with respect to key themes in contemporary society (democracy, globalisation, economics, new technologies, moral issues etc.) and to be able to structure and express ideas within a media context. Additionally the course will help students to interpret media output and produce content, with the creation of a radio show and TV news programme (recorded at UVic studios) as a key element of the course.

CONTENIDOS:

1. Democracy and governance.
 1. Understanding issues related to democracy (role of executive and legislative, election campaigns, abuses of power, checks and balances, dictatorships etc.) through analysis of media coverage.
 2. Role of the media as the Fourth Estate.
 3. US mid-term elections.
 4. Reporting the EU.
 5. Film: *State of Play* + debate & comprehension exercise.
2. Globalisation.
 1. What is globalisation?
 2. Globalisation debate.
 3. Globalisation and the media.
 4. Cultural transformations and moral relativism.
3. Radio.
 1. Functions of radio.
 2. Radio in conflict zones (Rwanda, Somalia).
 3. Creating radio content.
 4. Radio show (to be recorded in UVic studio).
4. Economics.
 1. Reporting the crisis.
 2. Economic issues and newsworthiness.
 3. What journalists need to know about economics.
 4. Analysing economic journalism - article review.
5. Media issues.
 1. Ownership of media.
 2. Future of the press.
 3. Citizen journalism.
 4. New technologies and the media.
 5. Propaganda.
 6. Film *Katyn* and Russia-Poland summit.
 7. TV news programme (to be recorded at UVic studio).
6. Societal issues.

1. Equality.
2. Education.
3. Liberalism and civic behaviour.
4. Citizen rights.
5. Question Time - debate.

Grammar Content

1. Articles & nouns.
2. Determiners & quantifiers.
3. Pronouns.
4. Prepositions.
5. Reported speech.
6. Tense review.

EVALUACIÓN:

- In class activities (debates, article reviews, role-plays, news presentations) 40%.
- Grammar Tests 20%.
- Listening test 10%.
- Vocabulary test 10%.
- TV news programme 10%.
- Radio show 10%.
- Grammar, listening and vocabulary test will be given throughout the course.

BIBLIOGRAFÍA:

Books

- Ceramella, Nick; Lee, Elisabeth. *Cambridge English for the Media*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
- Yule, George. *Oxford Practice Grammar*. Oxford: Oxford University Press, 2009.

Films

- State of Play
- Katyn

Lenguajes de la Comunicación

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

Lenguajes de la Comunicación introduce los principales modelos teóricos de la semiótica interpretativa, discursiva y narrativa y los aplica a diferentes conjuntos textuales audiovisuales y mediáticos. La asignatura proporciona equipamiento teórico para aplicarlo sobre productos comunicativos a partir de la práctica de análisis y de proyectos.

La asignatura *Lenguajes de la Comunicación* tiene por objetivo principal que el estudiante se apropie de las reflexiones teóricas de la semiótica y las teorías de los discursos sociales como instrumento de trabajo profesional. Para alcanzar este objetivo, durante la primera parte del curso se introducirá al estudiante en los principales modelos teóricos -generativo, interpretativo, narrativo, discursivo, etc.-, mientras que la segunda parte del curso se dedicará a la aplicación de los modelos teóricos a un conjunto textual seleccionado al comienzo del curso.

CONTENIDOS:

1. Los lenguajes y la mirada semiótica.
 1. Ubicación histórica y epistemológica.
 2. Introducción a la "mirada" semiótica y al análisis textual.
2. De la lingüística a la semiología.
 1. Ferdinand De Saussure y la lingüística estructural.
 2. Roland Barthes y el proyecto semiológico.
3. Narrativa: de los cuentos folklóricos a las narraciones de los medios.
 1. Vladimir Propp y la investigación narrativa.
 2. Las funciones narrativas.
4. Semiótica generativa: modelos teóricos y aplicaciones.
 1. Algirdas Greimas y la Escuela de París.
 2. Niveles y generación del significado.
 3. Aplicaciones prácticas del modelo de A. Greimas.
5. Semiótica interpretativa: modelos teóricos y aplicaciones.
 1. Umberto Eco y la semiótica interpretativa.
 2. Mundo posible y semiosis ilimitada.
 3. Eliseo Verón y la semiosis social.
6. Semiótica de la cultura.
 1. Mikhail Bakhtin y Iurii Lotman: intertextualidad.
7. Poder y Sociedad: el análisis del discurso.
 1. Foucault y el orden del discurso.
 2. Entre nosotros: la alteridad y la exclusión disciplinaria.
8. Semiótica en acción: aplicación de los modelos teóricos presentados.
9. Conclusiones.

EVALUACIÓN:

La evaluación constará de diferentes partes (trabajos en grupo sobre guías de lecturas, evaluación escrita individual sobre el contenido más teórico de la asignatura, trabajo de investigación en grupo y otras actividades). Se deberá aprobar cada una de las partes por

separado. La calificación final de la asignatura será la suma de todas las partes, siempre que estén aprobadas.

BIBLIOGRAFÍA:

- Cabruja, T.; Iñiguez, L.; Vázquez, F. "Cómo Construimos el mundo: relativismo, espacios de relación y narratividad". *Análisis*, núm. 25 (2000), p. 61-94.
- Eco, U. *Seis paseos por los bosques narrativos*. Barcelona: Lumen, 1997.
- Foucault, M. *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets, 1973.
- Navarro, D. "Intertextualité. Treinta años después". *Versión*, núm. 18 (2006), p. 15-25.
- Pozzato, M. P. "El análisis del texto y la cultura de masas en la socio-semiótica". En: Grandi, R. (ed.). *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch, 1995.
- Soriano, J. *L'ofici de comunicòleg. Mètodes per investigar la comunicació*. Vic: Eumo Editorial, 2007, cap. 3, p. 141-209.
- Sorókina, T. "La intertextualización de la realidad discursiva ". *Versión*, núm. 18 (2006), p. 69-85.
- Verón, E. *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa, 1987, cap. 4, 5 y 6 de la segunda parte, p. 121-139.

Taller de Producción Radiofónica

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es que el alumno conozca las técnicas básicas de la producción radiofónica informativa, siguiendo las características del lenguaje del medio y de sus géneros, y que adquiera una visión amplia de la realidad del sistema radiofónico catalán y español.

CONTENIDOS:

1. Géneros informativos radiofónicos.
La noticia. La crónica. El informe. La entrevista informativa.
2. Las fuentes informativas.
3. Las ruinas productivas de los informativos.
Selección y jerarquización de la información. Evolución de la información durante el día.
4. Programas informativos radiofónicos.
El boletín. El Servicio Principal de Noticias.
5. La radio en España.
Historia y realidad de la radio actual. Audiencias y programas líderes.

EVALUACIÓN:

Esta es una asignatura eminentemente práctica, que requiere la asistencia a todas las sesiones. Se lleva a cabo un sistema de evaluación continuada en la que las sesiones prácticas contabilizan el 70% de la nota final: las prácticas semanales cuentan un 30%, y la práctica final un 40%.

El 30% restante de la nota corresponderá a una prueba teórica.

Para hacer media entre la parte práctica y la teórica, el alumno deberá obtener una nota superior a 4 en la teoría.

El profesorado podrá establecer la recuperación de una prueba teórica o práctica suspendida.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Cebrián, M. *Géneros Informativos Audiovisuales*. Madrid: Ciencia 3, 1992.
- Cebrián, M. *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Síntesis, 1994.
- Huertas, Amparo; Perona, Juan J. *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Barcelona: Bosch, 1999.
- Soengas, J. *Informativos radiofónicos*. Madrid: Cátedra, 2003.

Complementaria

- Alcudia, M. *Los boletines horarios radiofónicos*. Madrid: Fragua, 2006.
- Alcudia, M. (coord.). *Nuevas perspectivas sobre los géneros radiofónicos*. Madrid: Fragua, 2008.
- Martínez-Costa, M.P. *La crónica radiofónica*. Madrid: IORTV, 2006.
- Prósper, J.; López, C. *Elaboración de noticias y reportajes*. Valencia: Fund. Univ. San Pablo, 2001.
- Villafañé, J.; Bustamante, E.; Prado, E. *Fabricar noticias. Las rutinas productivas en radio y televisión*. Barcelona: Mitre, 1987.

Taller de Producción Televisiva

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

Proponemos conocer el proceso televisivo, desde la idea hasta el espectador. A partir de los conocimientos teóricos y técnicos nos introduciremos en el aprendizaje del lenguaje televisivo desde todos los aspectos que lo conforman.

Presentaremos y experimentaremos los elementos que intervienen en el proceso audiovisual para hacer que un proyecto sea una realidad visiva.

A partir de aquí el alumno tendrá un marco de conocimiento consolidado para definir hacia dónde quiere avanzar en su trayectoria formativa-profesional en el ámbito del proceso televisivo.

CONTENIDOS:

1. El lenguaje y la narrativa audiovisual.
2. De la idea al proceso de creación del guión.
3. El diseño de producción.
4. La realización.
5. Conocimientos técnicos.
6. La postproducción. La edición.
7. El mundo en directo.
8. Las retransmisiones de programas especiales de gran audiencia.
9. Los acontecimientos de la historia de la televisión.
10. La coordinación entre parrillas de programación y los estudios de audiencia.
11. El nuevo escenario audiovisual audiovisual. TDT y TVIP.
12. Componentes complementarios al discurso televisivo.

EVALUACIÓN:

La evaluación es continua a partir de diferentes tipos de pruebas: escritas, prácticas individuales, prácticas en grupo y prácticas en gran grupo.

La nota final de la evaluación se detalla:

- Proyecto escrito de un spot publicitario en pequeño grupo (10%).
- Producción de un spot televisivo (15%).
- Proyecto escrito de un magazine de televisión en gran grupo (10%).
- Producción de un magazine de televisión en gran grupo (15%).
- Prueba escrita de resultados de aprendizaje (35%).
- Ejercicios individuales (10%).
- Asistencia (5%).

BIBLIOGRAFÍA:

- Barroso, J. *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis, 1996.
- Chatman, S. *Historia y discurso. La estructura narrativa en la novela y en el cine*. Madrid: Taurus, 1990.
- Comparato, Doc. *De la Creación al guión*. Madrid: IORTV, 1992.
- Deleuze, G. *La imagen-tiempo y la imagen-movimiento*. Barcelona: Paidós, 1984. 2 v.
- Fernández Díez, F.; Martínez Abadía, J. *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Ferrés, J. *Televisión subliminal. Sociabilización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona: Paidós, 1996.
- Gubern, R. *Historia del cine*. Barcelona: Lumen, 1996.
- Martín Barrero, J.; Rey, G. *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa, 1999.
- Martínez, G. *El guión del guionista*. Barcelona: Cims, 1998.
- Millerson, G. *Iluminación para televisión y cine*. Madrid: IORTV, 1994.
- Millerson, G. *Técnicas de realización y producción en televisión*. Madrid: IORTV, 2001.
- Ramonet, I. *La golosina visual*. Barcelona: Debate, 2001.
- Vanoye, Francis. *Guiones modelo y modelos de guión. Argumentos clásicos y modernos en el cine*. Barcelona: Paidós, 1996.

Teoría y Estructura de la Comunicación de Empresa

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

La asignatura es una introducción a la publicidad y las relaciones públicas, como formas de comunicación empresarial e institucional en relación con el marketing. Se introducen los conceptos teóricos que enmarcan las dos disciplinas y, tras una definición de los sujetos que intervienen en la estructura sectorial, se estudian los procesos estratégicos de planificación, la ejecución de las acciones y el control de los resultados para la práctica comunicativa. Se trabajan también, con identidad propia, la publicidad en los medios de comunicación convencionales y no convencionales y las actividades y técnicas de relaciones públicas más destacadas, para que el estudiante tenga una visión completa de las diferentes formas de comunicación empresarial existentes.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la publicidad, las relaciones públicas, la comunicación y el marketing.
 1. El marketing y la comunicación empresariales.
 2. Marca, imagen, identidad y posicionamiento.
 3. Conceptos de publicidad y relaciones públicas, procesos y elementos.
 4. Legislación publicitaria y los efectos sociales de la publicidad.
2. Estructura y sujetos del sector publicitario y de relaciones públicas.
 1. El anunciante y sus departamentos de publicidad y relaciones públicas.
 2. La agencia de publicidad, la central de compra de medios y la agencia de relaciones públicas.
 3. El briefing y el presupuesto.
3. La campaña publicitaria.
 1. Plan y objetivos publicitarios.
 2. Público objetivo y segmentación.
 3. La estrategia creativa publicitaria: estrategia de contenido y estrategia de codificación.
 4. Estrategia y planificación de medios publicitarios.
 5. Ejecución y evaluación de la campaña. Tests.
4. La campaña de relaciones públicas.
 1. Objetivos de relaciones públicas.
 2. Los públicos de las relaciones públicas.
 3. Plan de relaciones públicas.
5. Formas de comunicación publicitarias y de relaciones públicas.
 1. Promoción de ventas.
 2. Merchandising y packaging.
 3. Marketing directo.
 4. Relación con los medios de comunicación.
 5. Comunicación interna.
 6. Patrocinio y mecenazgo.
 7. Tecnologías digitales para la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA:

- Adam, J.M.; Bonhomme, M. *La argumentación publicitaria*. Madrid: Cátedra, 2000.
- Barquero, José Daniel. *Comunicación y Relaciones Públicas*. Madrid: McGraw Hill, 2002.
- Bassat, Lluís. *El libro rojo de la publicidad. Ideas que mueven montañas*. Barcelona: Plaza & Janés, 2002.
- Benavides Delgado, Juan. *Lenguaje publicitario*. Madrid: Síntesis, 1997.
- Capriotti, Paul (ed.). *La marca corporativa. Estratègies de gestió i comunicació*. Vic: Eumo Editorial, 2005.
- Castellblanque, Mariano. *Estructura de la actividad publicitaria. La industria de la publicidad de la A a la Z. España: un caso extrapolable*. Barcelona: Paidós, 2001.
- Cortina, A. *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Trotta, 1994.
- Costa, Joan. *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía, 2003.
- Cutlip, Scott; Center, Allen; Broom, Glen. *Relaciones Públicas eficaces*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Díez de Castro, Enrique Carlos; Martín Armario, Enrique. *Planificación publicitaria*. Madrid: Pirámide, 1999.
- Díez de Castro, Enrique [et al.]. *Comunicaciones de Marketing*. Madrid: Pirámide, 2001.
- García Uceda, Mariola. *Las claves de la publicidad*. Madrid: ESIC, 2001.
- Garrido, Francisco Javier. *Comunicación estratégica*. Barcelona: Gestión 2000, 2001.
- Gobé, Marc. *Branding emocional. El nuevo paradigma para conectar las marcas emocionalmente con las personas*. Barcelona: Divine Egg Publicaciones, 2005.
- González Lobo, Ángeles. *Manual de planificación de medios. Todo lo que hay que saber para planificar correctamente los medios [...]*. Madrid: ESIC, 2003.
- González Marín, Juan Antonio. *Teoría General de la publicidad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1996.
- Grunig, James; Hunt, Todd. *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Harrison, Shirley. *Relaciones Públicas. Una introducción*. Madrid: Paraninfo, 2002.
- Herreros Arconada, Mario. *La publicitat. Fonaments de la comunicació publicitària*. Barcelona: Pòrtic, 2000.
- León, José Luis. *Los efectos de la publicidad*. Barcelona: Ariel, 1996.
- Lucas Marín, Antonio. *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona: Bosch, 1997.
- Matilla, Kathy. *Conceptos fundamentales en la Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, 2009.
- Munuera, José; Rodríguez, Ana Isabel. *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: ESIC, 2006.

- Ortega, Enrique. *La comunicación publicitaria*. Madrid: Pirámide, 1997.
- Pavlik, John. *La investigación en Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000, 1999.
- Pérez Ruiz, Miguel Ángel. *Fundamentos de las estructuras de la publicidad*. Madrid: Síntesis, 1996.
- Perlado Lamo de Espinosa, Marta. *Planificación de medios de comunicación de masas*. Madrid: McGraw Hill, 2006.
- Santaella López, Manuel. *Derecho de la publicidad*. Madrid: Civitas, 2003.
- Santesmases Mestre, Miguel. *Marketing: Conceptos y estrategias*. 5ª ed. rev. Madrid: Pirámide, 2004.
- Seitel, Fraser. *Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas*. Madrid: Prentice Hall, 2002.
- Solano Fleeta, Luis. *Tratado de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000, 1999.
- Uribe-Salazar, Agustín de [et al.]. *El libro práctico de las Relaciones Públicas*. Madrid: ADECEC (Asociación de Empresas consultorAa de Comunicación y Relaciones Públicas), 1996.
- Wilcox, Dennis. *Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas*. Madrid: Lavel, 2001.
- Xifra, Jordi. *Planificación estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2005.