

**GUIA DEL
ESTUDIANTE
2012-2013**

GRADO EN PERIODISMO

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	1
FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN	2
Estructura	2
Departamentos	2
Órganos de gobierno	4
CALENDARIO ACADÉMICO	6
ORGANIZACIÓN DE LOS ESTUDIOS	7
Objetivos generales	7
PLAN DE ESTUDIOS	8
Ordenación temporal de los estudios	8
ASIGNATURAS DE PRIMER CURSO	14
Economía y Empresa	14
Historia Contemporánea	17
Historia de la Comunicación	19
Lengua Catalana	21
Lengua Española	24
Sociología General y de la Comunicación	27
Estadística Aplicada a la Comunicación	30
Estructura del Sistema de Comunicación	32
Fuentes de Información	35
Introducción al Inglés para el Periodismo	37
Taller de Informática	40
Taller de Redacción de Prensa I	42
ASIGNATURAS DE SEGUNDO CURSO	45
Taller de Comunicación Gráfica	45
Taller de Redacción de Prensa II	47
Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales	50
Teorías de la Comunicación	52
Inglés Oral para el Periodismo	55
Edición de Prensa	58
Lenguajes de la Comunicación	61
Taller de Radio	63
Taller de Televisión	65
Teoría y Estructura de la Comunicación de Empresa	67
ASIGNATURAS DE TERCER CURSO	70
Comunicación Digital Interactiva	70
Diseño de Prensa	72
Derecho a la Información	75
Historia del Periodismo	79
Taller de Producción Audiovisual	82
Métodos de Investigación en Comunicación	84
Periodismo en Línea	87
Taller de Infografía	91
Taller de Comunicación Interactiva	93
Taller de Fotografía	96
Taller de Redacción de Prensa III	100
ASIGNATURAS DE CUARTO CURSO	102
Ética Profesional	102
Periodismo de Investigación	105
Periodismo Institucional y de Empresa	109
Trabajo de Fin de Grado	111
Comunicación de Proximidad	114
Prácticas en Empresas	116
OPTATIVAS	119

Comunicación Interna	119
Conflictos y Relaciones Internacionales	121
Convergencia Mediática	122
Estrategias de Comunicación Global	124
Liderazgo y Habilidades Directivas	127
Marketing Internacional	128
Periodismo Anglosajón	129
Periodismo Cultural	131
Periodismo de Sucesos	134
Periodismo Económico y Empresarial	136
Periodismo Deportivo	138
Periodismo Internacional	141
Periodismo Político	143
Periodismo Social	147
Seminario de Actualidad	149
Taller de Fotoperiodismo	151
Taller de Producción de Comunicación	154

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 tanto como sea 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 Universitat 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.

FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN

Estructura

La Facultad de Empresa y Comunicación de la Universitat de Vic imparte 11 titulaciones:

- Diplomatura de Ciencias Empresariales
- Licenciatura de Administración y Dirección de Empresas
- Licenciatura de Comunicación Audiovisual
- Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas
- Licenciatura de Periodismo
- Doble titulación de Administración y Dirección de Empresas - Publicidad y Relaciones Públicas (en cinco 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 estudios, 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 estudios 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 estudios 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

- José A. Corral Marfil
- Josefina Damian Castellví
- Ramon Fabre Vernedes
- José L. García Domingo
- Ferran Gustau Jaén Coll
- Raymond Lagonigro Bertran
- Rafael Madariaga Sánchez
- Joan Carles Martori Cañas
- Ramon Oller Piqué
- Elisabet Paxau Tura
- Anna M. Pérez Quintana
- M. Antònia Pujol Famadas
- 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
- Jordi Badia Perea
- Mar Binimelis Adell
- Xavier Carmaniu Mainadé
- Eva Caro Domínguez
- Montse Casas Arcarons
- Irene Colom Valls
- Carme Colomina Salo
- Ruth Contreras Espinosa
- Xavier Docampo Sellarès
- Óscar Fernández Ferrer
- Efraín Foglia Romero
- Maria Forga Martel
- Gerard Franquesa Capdevila
- Joan Frigola Reig
- Oriol Gifra Durall
- Arnau Gifreu Castells
- Irene García Medina
- Xavier Ginesta
- Daniel Gómez Cañete
- Zahaira González Romo
- Santiago Jordán Ávila
- Diego Linares Romera
- Guillem Marca Frances
- Raúl Martínez Corcuera
- Eulàlia Massana Molera
- Santos Mateos Rusillo
- Henry Naranjo Pérez
- Héctor Navarro Guere
- Julio Panizo Alonso
- Hugo Pardo Kuklinski

- Cristina Perales García
- Rosa Pons Cerdà
- Jordi Ribot Puntí
- Francesc Roma Casanovas
- Jordi Serrat Manén
- Sergi Solà Saña
- Jordi Trassierra Rodríguez
- Clara de Uribe Gil
- Marc Vaillo Daniel
- Conrad Xalabarder Voltas

Departamento de Lenguas, Ciencias Sociales y Jurídicas

- Josep Burgaya Riera
- Gonzalo 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
- Sandra Ezquerro Samper
- Amèlia Foraster Serra
- Miquel Genís Serra
- Josefina Guix Soldevila
- Teresa Julio Giménez
- Félix Jurado Escobar
- Manuel Llanas Pont
- Irene Llop Jordana
- Enric Martín Tubau
- Anna Masferrer Giralt
- Joan Masnou Suriñach
- Daniel Nicholls
- Anna M. Palomo Chinarro
- Dolors Palomo Chinarro
- Àngels Pinyana Garriga
- Santi Ponce Vivet
- Pedro 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 por los siguientes cargos:

Decano

- Xavier Ferràs Hernández

Adjunta al decano para la Innovación Docente

- Eulàlia Massana Molera

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

- Anna Sabata Aliberch

Jefe de Estudios

- Xavier Vicente Soriano

Coordinador de Periodismo

- Xavier Ginesta Portet

Coordinador de Publicidad y Relaciones Públicas

- Carles Grau Bartrina

Coordinadora de Comunicación Audiovisual

- Anna Palomo Chinarro

Directores de Departamento

- Jordi de San Eugenio Vela. Director del Departamento de Comunicación
- Josep Lluís García Domingo. Director del Departamento de Empresa y Economía
- Llorenç Soldevila Balart. Director del Departamento 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 2012-2013

Docencia:

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

Docencia 1.º cuatrimestre:

- Del 26 de septiembre al 25 de enero

Docencia 2.º cuatrimestre:

- Del 20 de febrero al 6 de junio
- Los estudios de Máster y de Formación Continua podrán alargar estos periodos

Vacaciones de Navidad:

- Del 22 de diciembre de 2012 al 5 de enero de 2013, ambos inclusive

Vacaciones de Semana Santa:

- Del 25 de marzo al 1 de abril de 2013, ambos inclusive

Días festivos:

- Viernes 12 de octubre de 2012 - El Pilar
- Sábado 13 de octubre de 2012 - No lectivo
- Jueves 1 de noviembre de 2012 - Todos los Santos
- Viernes 2 de noviembre de 2012 - Puente
- Sábado 3 de noviembre de 2012 - No lectivo
- Jueves 6 de diciembre de 2012 - La Constitución
- Viernes 7 de diciembre de 2012 - Puente
- Sábado 8 de diciembre de 2012 - La Purísima
- Martes 23 de abril de 2013 - Sant Jordi
- Miércoles 1 de mayo de 2013 - Fiesta del trabajo
- Lunes 20 de mayo de 2013 - Segunda Pascua (fiesta local pendiente de aprobación)
- Lunes 24 de junio de 2013 - San Juan
- Viernes 5 de julio de 2013 - Fiesta Mayor (fiesta local)
- Miércoles 11 de septiembre de 2013 - Diada de Cataluña

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

ORGANIZACIÓN DE LOS ESTUDIOS

Objetivos generales

Los estudios del Grado en Periodismo de la Universitat 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 eventos 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 contrastada y exclusiva a partir de fuentes de información propias.
- Tener habilidad para comunicarse 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 y 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	30
Trabajo de Fin de Grado	9
Prácticas Externas	12
Total	240

Ordenación temporal de los estudios

PRIMER CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Economía y Empresa	6,0	Formación básica
Historia Contemporánea	6,0	Formación básica
Historia de la Comunicación	6,0	Formación básica
Lengua Catalana	3,0	Obligatoria
Lengua Española	3,0	Obligatoria
Sociología General y de la Comunicación	6,0	Formación básica

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Estadística Aplicada a la Comunicación	6,0	Formación básica
Estructura del Sistema de Comunicación	6,0	Formación básica
Fuentes de Información	3,0	Obligatoria
Introducción al Inglés para el Periodismo	6,0	Formación básica
Taller de Informática	3,0	Obligatoria
Taller de Redacción de Prensa I	6,0	Formación básica

SEGUNDO CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Inglés Escrito para el Periodismo	6,0	Formación básica
Taller de Comunicación Gráfica	6,0	Obligatoria
Taller de Redacción de Prensa II	6,0	Obligatoria
Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales	6,0	Obligatoria
Teorías de la Comunicación	6,0	Formación básica

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Inglés Oral para el Periodismo	3,0	Obligatoria
Edición de Prensa	3,0	Obligatoria
Lenguajes de la Comunicación	6,0	Obligatoria
Taller de Radio	6,0	Obligatoria
Taller de Televisión	6,0	Obligatoria
Teoría y Estructura de la Comunicación de Empresa	6,0	Obligatoria

TERCER CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Comunicación Digital Interactiva	3,0	Obligatoria
Diseño de Prensa	6,0	Obligatoria
Derecho a la Información	3,0	Obligatoria
Historia del Periodismo	3,0	Obligatoria
Optativas	6,0	Optativa
Taller de Producción Audiovisual	9,0	Obligatoria

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Métodos de Investigación en Comunicación	6,0	Obligatoria
Optativas	6,0	Optativa
Periodismo en Línea	3,0	Obligatoria
Taller de Infografía	3,0	Obligatoria
Taller de Comunicación Interactiva	3,0	Obligatoria
Taller de Fotografía	3,0	Obligatoria
Taller de Redacción de Prensa III	6,0	Obligatoria

CUARTO CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Ética Profesional	3,0	Obligatoria
Optativas	9,0	Optativa
Periodismo de Investigación	6,0	Obligatoria
Periodismo Institucional y de Empresa	3,0	Obligatoria
Trabajo de Fin de Grado	9,0	Trabajo de Fin de Grado

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Comunicación de Proximidad	6,0	Obligatoria
Optativas	9,0	Optativa
Prácticas en Empresas	12,0	Prácticas Externas
Sistema Político y Constitucional Español	3,0	Obligatoria

OPTATIVIDAD

Mención en Business and Communication

Para obtener esta mención, de la cual quedará constancia en el título, es necesario:

- Elaborar el Trabajo de Fin de Grado vinculado a la mención.
- De los 30 créditos optativos que hay que cursar, un mínimo de 24 deben ser de las asignaturas optativas detalladas a continuación:

	Créditos
Conflictos y Relaciones Internacionales	6,0
Convergencia Mediática	3,0
Liderazgo y Habilidades Directivas	6,0
Inglés para los Negocios	3,0
Estrategias de Comunicación Global	6,0
Branding	6,0
Marketing Internacional	6,0
Estudios Interculturales	6,0
Medios de Comunicación Sociales	3,0
Emprendimiento	6,0
Innovación en Marketing	6,0

Mención en Periodismo Político, Económico e Institucional

Para obtener esta mención, de la cual quedará constancia en el título, es necesario:

- Elaborar el Trabajo de Fin de Grado vinculado a la mención.
- De los 30 créditos optativos que hay que cursar, un mínimo de 24 deben ser de las asignaturas optativas detalladas a continuación:

	Créditos
Seminario de Actualidad	6,0
Periodismo Internacional	6,0
Política y Conflictos	3,0
Periodismo Político	6,0
Periodismo Anglosajón	3,0
Periodismo Económico y Empresarial	6,0
Taller de Producción de Comunicación	6,0
Comunicación Interna	3,0
Política e Instituciones Europeas	3,0
Opinión Pública	3,0

Itinerario en Periodismo Social

Para reconocer este itinerario, del que quedará constancia en el Suplemento Europeo al Título, es necesario:

- Elaborar el Trabajo de Fin de Grado vinculado al itinerario.
- De los 30 créditos optativos que hay que cursar, un mínimo de 12 deben ser de las asignaturas optativas detalladas a continuación:

	Créditos
Seminario de Actualidad	6,0
Taller de Fotoperiodismo	3,0
Periodismo Social	6,0
Taller de Producción de Comunicación	6,0
Comunicación y Educación	6,0
Periodismo de Sucesos	3,0

Optativas sin itinerario

	Créditos
Periodismo Deportivo	6,0
Crítica Audiovisual	3,0
Crítica Multimedia	3,0
Cultura Pop. Cultura de Masas	3,0
Nuevo Periodismo	3,0
Periodismo Gastronómico	6,0
Periodismo Musical	6,0
Periodismo Cultural	6,0
Comunicación y Salud	3,0
Comunicación Ambiental	3,0
Historia Social de la Ciencia y la Tecnología	3,0
Periodismo Científico y Tecnológico	6,0
Taller de Documentales	6,0
Marketing Deportivo	3,0

ASIGNATURAS DE PRIMER CURSO

Economía y Empresa

Formación básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Alejandra E. Aramayo García
- Rafael de Madariaga Sánchez

OBJETIVOS:

Los objetivos de la asignatura son que el estudiante conozca y entienda el funcionamiento del sistema económico y la lógica del funcionamiento de las empresas, se familiarice con el lenguaje y los conceptos utilizados en el mundo de la economía y la empresa, y tenga herramientas para comprender los debates sobre cuestiones económicas y argumentos para formarse opiniones propias y fundamentadas sobre las diversas alternativas.

El 60% del contenido corresponde a la parte de Economía y el 40% restante, a la de Empresa.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Comprender los datos y operaciones matemáticas realizadas con algunas de ellas de uso corriente en los medios de comunicación, así como tener capacidad y habilidad para saber utilizar datos y estadísticas de manera correcta y eficaz.
- Tener capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumir o adaptar mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.
- Tener capacidad de definir temas de investigación que puedan contribuir al conocimiento, avance y debate de la comunicación.
- Saber obtener información contrastada y exclusiva a partir de fuentes de información propias.
- Saber buscar, contrastar y jerarquizar la información periodística.
- Conocer las rutinas productivas en el medio radiofónico.
- Saber analizar discursos políticos.

CONTENIDOS:

Economía

1. Economía. Una distinción útil: ciencia económica vs. sistema económico:
 - a) Ciencia económica. Definición y perspectiva histórica.
 - b) La actividad económica: El flujo circular de la renta.
2. El mercado como mecanismo. Asignación de recursos:
 - a) Mercados competitivos: oferta y demanda.
 - b) Mercados reales: competencia imperfecta.
 - c) El poder de mercado y la regulación pública.
3. El funcionamiento global de la economía:
 - a) Las macromagnitudes reales. La demanda y la oferta agregadas.
 - b) El papel del dinero y las instituciones financieras.
 - c) Las externalidades y el papel del sector público: la política económica, el estado del bienestar.
 - d) La dinámica económica: crecimiento y crisis. Inflación y desempleo.
4. Las relaciones económicas internacionales:
 - a) Flujos reales: tipo de cambio, exportaciones, importaciones y balanza de pagos.
 - b) Flujos monetarios: tipo de cambio, tipos de interés, activos internacionales.
 - c) La globalización: definición, causas y consecuencias.
 - d) Las organizaciones económicas internacionales: FMI, Banco Mundial, OMC.
 - e) La crisis financiera y económica actual.

Empresa

5. Empresario empresa y función directiva:
 - a) La empresa como realidad socioeconómica, visión actual y tendencias.
 - b) El papel del empresario como generador de riqueza. Emprendoria y creación de empresas.
 - c) Capacidad emprendedora y función directiva.
 - d) Formas y clases de empresas.
 - e) Dimensión empresarial y estructura de propiedad.
6. El entorno de la empresa:
 - a) El mercado y la competencia entre empresas.
 - b) Información económica y empresarial.
 - c) El proceso de dirección estratégica (El plan de empresa).
 - d) Análisis del entorno general (análisis PEST) y análisis del entorno específico y sectorial.
 - e) Análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO).
 - f) Estrategias empresariales (estrategias genéricas, de crecimiento y específicas).
 - g) Situación actual, nuevas estrategias y tendencias de negocio en el entorno de la empresa.
7. Estructura y organización:
 - a) La división, organización y coordinación de la empresa.
 - b) El sistema de dirección estratégica y las decisiones empresariales.
 - c) Los recursos humanos.
 - d) Estructura de apoyo a la estrategia: poder y cultura empresarial. Ética y RSE.
 - e) Nuevas formas de organización y de negocio, la reingeniería de empresa (BRP).
8. Áreas funcionales:
 - a) La cadena de valor de la empresa: un modelo de análisis para valorar las interrelaciones.
 - b) La función de producción y operaciones.
 - c) La función de inversión y financiación.
 - d) La función comercial y de marketing.
 - e) La función de comunicación corporativa.
 - f) Tendencias actuales.

EVALUACIÓN:

La nota de la asignatura será una media ponderada del 60% de Economía y el 40% de Empresa.

Economía: habrá dos controles a lo largo de la primera parte del curso y una repesca al finalizar el cuatrimestre.

Empresa:

BIBLIOGRAFÍA:

Economía

- Lipsey, R.; Chrystal, K.A. (1999). *Economía positiva*, 13.ª edición. Barcelona: Vicens Vives.
- Lipsey, R.; Harbury (1992). *Principis d'economia*. Barcelona: Vicens Vives.
- Monchon, F. (1995). *Principios de economía*. Madrid: McGraw-Hill.
- Roncaglia, A. (1994). *Elementos fundamentales de economía política*. Vic: Eumo Editorial.
- Tugores, J. (coord.) (1996). *Introducción a la economía*. Barcelona: UOC.

Empresa

- Bueno Campos, Eduardo (2006). *Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización*. Madrid: Pirámide.
- Cuervo García, Álvaro (2004). *Introducción a la administración de empresas*, 5.ª ed. Madrid: Civitas.

Historia Contemporánea

Formación básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Santiago Ponce Vivet

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:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- 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 de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Saber apreciar la diversidad y multiculturalidad.
- Tener sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el estado del mundo y su evolución histórica reciente, así como comprender sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
- Conocer el impacto social de las tecnologías informativas y de la comunicación contemporánea, así como de las mediaciones del sistema comunicativo y del sistema social.

CONTENIDOS:

1. Los fundamentos del mundo contemporáneo:
 1. Europa antes de la Revolución Francesa.
 2. La Reforma protestante.
 3. La Ilustración.
 4. El significado de la Revolución Francesa.
2. Las revoluciones burguesas y la sociedad industrial:
 1. Liberalismo político y liberalismo económico.
 2. Las transformaciones industriales.
 3. Romanticismo y Nacionalismo.
 4. El Socialismo.
 5. Colonialismo e Imperialismo.
3. El mundo entre las dos Grandes Guerras:
 1. La Primera Guerra Mundial y sus consecuencias.
 2. El nuevo papel de los EEUU.
 3. La revolución rusa y el modelo soviético.
 4. Los felices años veinte, la crisis de 1929 y la Depresión.
 5. Los movimientos totalitarios.
4. De la reconstrucción posbélica a finales del siglo XX:
 1. Crecimiento económico y bipolarización.
 2. Keynes y el Estado del Bienestar.
 3. Desarrollo y subdesarrollo.
 4. Críticos y utópicos.
 5. Los grandes temas en torno al cambio de milenio.

EVALUACIÓN:

La evaluación final de la asignatura es el resultado de la media aritmética ponderada de las diferentes partes donde se evalúan actividades diversas como ejercicios (20%), pruebas parciales de contenido (20%), de vocabulario (20%), lecturas (20%), trabajo en equipo (20%). El hecho de no entregar o presentar una actividad tiene una penalización de 0.3 puntos de la nota final para cada una de las actividades no presentadas. Además, hay que tener presente que hay una única convocatoria, que la evaluación es continua, que la recuperación de los contenidos no superados de la asignatura sólo es parcial.

BIBLIOGRAFÍA:

- Miguel Artola; Manuel Pérez Ledesma (2005). *Contemporánea. La historia desde 1776*. Madrid: Alianza Editorial.
- Josep Fontana (2012). *Por el bien del imperio. Una historia del mundo desde 1945*. Madrid: Pasado y Presente.
- Eric J. Hobsbawm (1995). *Historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica, 2000.
- Joan Antón Mellón (ed.). (1998). *Ideologías y movimientos políticos contemporáneos*. Madrid: Tecnos.
- Javier Paredes (coord.).(2004). *Historia universal contemporánea* (2 volúmenes). Barcelona: Ariel.
- Peter Watson (2002). *Historia intelectual del siglo XX*. Barcelona: Crítica.

Historia de la Comunicación

Formación básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Santos Miguel Mateos Rusillo

OBJETIVOS:

El objetivo principal de la asignatura es proporcionar instrumentos de reflexión sobre la evolución histórica de la comunicación humana, desde la cultura oral al nacimiento de los medios de comunicación de masas.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el estado del mundo y su evolución histórica reciente, así como comprender sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
- 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 investigador.
- Conocer el impacto social de las tecnologías informativas y de la comunicación contemporánea, así como de las mediaciones del sistema comunicativo y del sistema social.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la historia de la comunicación social.
2. De la oralidad a la escritura.
3. De la palabra escrita en la palabra impresa.
4. La eclosión de los medios de comunicación de masas.

EVALUACIÓN:

Ítems del sistema de evaluación:

- Prácticas y ejercicios individuales: 50%.
- Prueba parcial individual (diciembre): 30%.
- Trabajo grupal (enero): 20%.

Nota del curso: 100%.

BIBLIOGRAFÍA:

Lecturas recomendadas:

- Borderia, E.; Laguna, A. & Martínez, F.A. (2010). *Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencias*. Madrid: Síntesis.
- Briggs, A. & Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los mitjans de comunicació*. Barcelona: Taurus.
- De Fleur, M. & Ball-Rokeach, M. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Eisenstein, E. (1994). *La revolución de la imprenta en la Edad Moderna europea*. Madrid: Akal.
- Flichy, P. (1998). *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Gubern, R. (1996). *Del bisonte a la realidad virtual*. Barcelona: Anagrama.
- Paz Gago, J. M. (2006). *La máquina maravillosa: tecnología y arte en el Quijote*. Madrid: Sial Ediciones. [Cap. 3: "Aquí se imprimen libros. Tecnologías de la comunicación: la imprenta ", p. 59-70 y cap. 4: "La cabeza encantada. Nuevas tecnologías de la comunicación en la novela cervantina ", p. 71-83].
- Vázquez Montalbán, M. (2000). *Historia de la comunicación social*. Barcelona: Mondadori.
- Williams, R. (ed.). (1992). *Historia de la comunicación. Vol. 1: Del lenguaje a la escritura*. Barcelona: Bosch.
- Williams, R. (ed.). (1992). *Historia de la comunicación. Vol. 2: De la imprenta a Nuestros días*. Barcelona: Bosch.

Lengua Catalana

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordina Coromina Subirats
- Manuel Llanas Pont

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 las dos lenguas.
- Familiarizar a los estudiantes con la estructura de los textos y los diversos formatos textuales.
- Desarrollar la habilidad 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.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumir o adaptar mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.

CONTENIDOS:

- La lengua estándar. Los géneros discursivos del ámbito profesional.
- Tipología de textos: expositivos, argumentativos, descriptivos, narrativos e instructivos.
- Principios de adecuación del texto. El párrafo.
- Aspectos de la cohesión sintáctica.
- Cuestiones de morfosintaxis.
- Precisión léxica.
- Prácticas textuales.

EVALUACIÓN:

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

Sistema de evaluación

La nota final de la asignatura es la media de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua de cada lengua, con el bien entendido que hay 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, a lo largo del semestre se realizan dos pruebas parciales que darán el 50% de la nota. Estas pruebas pueden ser recuperables en una prueba de validación final (repesca). El resto, el otro 50%, se obtendrá de las redacciones, que se entregarán el día fijado. Un retraso en la entrega supondrá un descuento del 20% de la nota. Las redacciones no son recuperables. Las fechas de los exámenes se fijarán al comienzo del curso y son inamovibles. Los alumnos deberán examinarse el día que se haya asignado y no se podrán hacer exámenes individuales a no ser por las causas mayores indicadas por ley: muerte de familiar cercano, baja o citación judicial. Se recuerda que el plagio es un delito y, por lo tanto, está penalizado. La primera detección de plagio supondrá un 0 de la actividad y una segunda detección comportará un suspenso en la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA:

Tipología textual y composición de textos

- Bibiloni, Gabriel. *Llengua estàndard i variació lingüística*. València: Eliseu Climent, 2000. (1.ª edición: 1997.)
- Cassany, Daniel. «Què és el codi escrit?». Dentro de: *Descriure escriure. Com s'aprèn a escriure*. Barcelona: Empúries, 1995, p. 21-26. (1.ª edición: 1987.)
- Castellà, Josep M. *De la frase al text. Teories de l'ús lingüístic*. Barcelona: Empúries, 1996. (1.ª edición: 1992.)
- Coromina, Eusebi. «Signes de puntuació». Dins: *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. (1997). *Diccionari pràctic de qüestions gramaticals*. Barcelona: ??Edicions 62.
- Badia, Jordi; Brugarola, Núria; Torné, Rafel; Fargas, Xavier (1997). *El llibre de la llengua catalana*. Barcelona: Castellnou.

- Castellanos i Vila, Josep Anton (1998). *Quadern: Normativa bàsica de la llengua catalana. Amb exercicis autocorrectius*, 6.^a ed. Barcelona: Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Ginebra, Jorge; Montserrat, Anna (1999). *Diccionari d'ús dels verbs catalans*. Barcelona: Edicions 62.
- Ruaix, Josep (1998). *Català complet/1. Curs superior de llengua. Fonètica i ortografia*. Moià: J. Ruaix.
 - (1998). *Exercicis del català complet/1*. Moià: J. Ruaix.
 - (1998). *Clau dels exercicis del català complet/1*. Moià: J. Ruaix.
 - (1998). *Català complet/2. Curs superior de llengua. Morfologia i sintaxi*. Moià: J. Ruaix.
 - (1998). *Exercicis del català complet/2*. Moià: J. Ruaix.
 - (1998). *Clau dels exercicis del català complet/2*. Moià: J. Ruaix.
- Xuriguera, Joan B. (1993). *Els verbs catalans conjugats*. 30.^a ed. Barcelona: Claret. [1.^a ed., 1972]

Diccionaris generals

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

Enlaces

- 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/lilibreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf>)
- Portal lingüístico de la Corporación 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>)

Lengua Española

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: español

PROFESORADO

- M. Teresa Julio Giménez
- Núria Bover Jiménez

OBJETIVOS:

El objetivo fundamental de la asignatura es que el alumno aprenda a expresarse correctamente de forma oral y escrita. Por lo tanto, habrá que hacer un repaso de la gramática normativa básica y profundizar en los aspectos más conflictivos de la lengua.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- 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 de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad para trabajar en entornos de presión.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumir o adaptar mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.
- Tener capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), también en sus modernas formas combinadas (multimedia) o en nuevos entornos digitales (Internet) mediante la hipertextualidad.
- Tener capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los diferentes medios de comunicación.
- Dominar las lenguas catalana y española (oral y escrita) en un nivel avanzado.
- Tener capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación.

CONTENIDOS:

En las clases de las primeras horas de la semana se repasarán aspectos relacionados con la acentuación, puntuación y ortografía. El manual que se utilizará es el de Leonardo Gómez Torrego: *Hablar y escribir correctamente*, vol. I, Madrid, Arco Libros.

En las clases de las segundas horas de la semana se trabajarán los siguientes temas:

1. El género.
2. El número.
3. El adjetivo.
4. El determinante.
5. El pronombre.
6. El verbo.
7. La morfología.
8. El adverbio.
9. La conjunción.
10. La preposición.

EVALUACIÓN:

A lo largo del semestre se realizarán dos pruebas parciales que darán el 50% de la nota. Estas pruebas pueden ser recuperables en una prueba de validación final (repesca). El resto, el otro 50%, se obtendrá de las redacciones que se entregarán el día que se haya determinado. Las redacciones no son recuperables.

BIBLIOGRAFÍA:

- Gómez Torrego, Leonardo (2010). *Hablar y escribir correctamente*, vols. I y II. Madrid: Arco Libros.
- Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe, 1992. Consultable en línea en: www.rae.es.
- Real Academia Española (2009). *Diccionario Panhispánico de dudas*. Madrid: Espasa-Calpe. Consultable en línea en: www.rae.es.
- Real Academia Española (2009). *Nueva Gramática de la Lengua Española*, vols. I y II. Madrid: Espasa-Calpe.
- Real Academia Española (2010). *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe, 1999.

Diccionarios

- Casares, J. *Diccionario ideológico de la lengua española*. Barcelona: Gustavo Gili, 1985.
- *Diccionario ideológico de la lengua española*. Barcelona: Bibliograf, 1995.
- Gili Gaya, S. *Diccionario de sinónimos*. Barcelona: Bibliograf, 1980.
- Martínez de Sousa, J. *Diccionario de usos y dudas del español actual*. Barcelona: Bibliograf, 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*, 2 vols. Madrid: Arco Libros, 2007.
- Real Academia Española. *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Espasa, 1999.

Enlaces

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

Sociología General y de la Comunicación

Formación básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Francesc Roma Casanovas
- Ignasi Coll Parra

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, a finales 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 y 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 dentro de 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 la finalidad 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 deberá realizarse 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. (Cada semana se valorará.)
- En grupos de tres deberá hacerse 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 deben hacerse 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 (1998). *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Giner, Salvador (1991). *Historia del pensamiento social*. Barcelona: Ariel.
- Cardús, Salvador. *La mirada del sociòleg*. Barcelona: Proa.
- Ritzer, George (1993). *Teoría sociológica clásica y Teoría sociológica contemporánea*, 2 vol. Madrid: McGraw Hill.

Complementaria

- Fichter, Joseph H. (1993). *Sociología*. Barcelona: Herder 17.^a ed.
- Berger, L.P. (1992). *Invitació a la sociologia*. Barcelona: Herder.
- Berger, L.P.; Luckman Thomas (1996). *La construcció social de la realitat*. Barcelona: Herder 2.^a ed.
- Bell, Daniel (1976). *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, Manuel (2000). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. 3 Vol. (2003) Galaxia Internet. Barcelona: Debolsillo.
- Durkheim, Emile (1985). *La división del trabajo social*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Goffmann, Erving (1971). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrutu.
- Hall, Stuart (1981). 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.
- Katz, E.; Lazarsfeld, P.F. (1971). *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona: Hispano-Europea.
- Kuhn, Thomas (1985). *La estructura de las revoluciones científicas*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- McLuhan, Marshall (1987). *El medio es el mensaje*. Barcelona: Paidós, (1993)
- Moragas, M. de (1986). *Sociología de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Weber, Max (1993). *Economía y sociedad*. Mèxic: FCE.
- Kuhn, Thomas (1985). *La estructura de las revoluciones científicas*. Barcelona: Planeta-Agostini
- McLuhan, Marshall (1987). *El medio es el mensaje*. Barcelona: Paidós, (1993)
- Moragas, M. de (1986). *Sociología de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Weber, Max (1993). *Economía y sociedad*. Mèxic: FCE.

Estadística Aplicada a la Comunicación

Formación básica

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Josep Lluís García Domingo
- Judit Solà Roca

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 interdisciplinar.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para 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 de la dimensión de la muestra.
 4. Distribuciones bidimensionales:
 1. Distribuciones marginales y condicionadas.
 2. Regresión lineal simple.
 3. Aplicación práctica: SPSS.

EVALUACIÓN:

La asignatura se evaluará en la única convocatoria de forma continua. La nota final será la que se obtendrá a partir de los siguientes apartados:

1. Práctica del tema 2: Búsqueda de un artículo y comentario: 15%.
2. Control escrito del tema 3: 40%.
3. Control práctico de SPSS: 30%.
4. Control del tema 4: 15%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Casa Aruta, E. *200 problemas de estadística descriptiva*. Barcelona: Vicens Vives, 1991.
- Jauset, J.A. *Estadística para periodistas, publicitarios y comunicadores*. Barcelona: Editorial UOC, 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*. AC, 1994.
- Peña, D.; Romo, J. *Introducción a la estadística para las Ciencias Sociales*. McGraw-Hill, 1997.
- Ríos, S. *Iniciación estadística*. Madrid: Paraninfo, 1992.
- Tomeo Perucha, V; Uña Juárez, I. *Lecciones de estadística descriptiva*. Thomson, 2003.
- Visauta, B. *Análisis estadístico con SPSS para Windows*. Madrid: McGraw-Hill, 2002.

Estructura del Sistema de Comunicación

Formación básica

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Xavier Ginesta Portet

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 multimedial internacional, pero también el catalán y el español.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Saber apreciar la diversidad y multiculturalidad.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el estado del mundo y su evolución histórica reciente, así como comprender sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
- 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 investigador.
- Conocer la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos como expresiones de las formas de vida y de sus culturas, en su relación con los contextos sociales y sus cambios.
- Conocer el impacto social de las tecnologías informativas y de la comunicación contemporánea, así como de las mediaciones del sistema comunicativo y del sistema social.
- Conocer los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual y de cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses de todo tipo.

CONTENIDOS:

1. Conceptos iniciales. Origen y primeros medios de comunicación:
 - Concepto de estructura. Estructura y comunicación.
 - Los orígenes de la comunicación. La imprenta y la libertad de expresión.
 - La prensa.
2. La formación del mundo global:
 - La revolución industrial.
 - La formación de los medios globales. Posguerra y free-flow.
 - El debate NOMIC y el informe MacBride.
 - El neoliberalismo y la comunicación.
 - El sistema de medios globales. Grupos de comunicación.
 - Los think tanks. Creadores de ideologías por un mundo global.
3. Estructura actual del sistema audiovisual:
 - Conceptos iniciales: los modelos de Hallin y Mancini.
 - La radio y la televisión. Situación en los principales mercados europeos y en EEUU.
 - La radio y la televisión en Cataluña y España. Orígenes, reforma y nueva legislación.
 - El cine: situación de mercado.
4. El futuro del sector de la comunicación:
 - Industrias emergentes: sector discográfico (contexto internacional, piratería y música en la red) y el videojuego (oferta nacional e internacional).
 - Internet: convergencia y multimedia. Redes sociales.
 - Comunicación en el mundo global. Nuevas relaciones de poder entre actores implicados.

EVALUACIÓN:

La evaluación es continua y presencial. Para superarla se requiere una asistencia mínima del 80% de las sesiones y haber superado las cuatro partes de la nota. La nota final será la nota ponderada de las diferentes partes, y será acumulativa sin tener que superar las partes por separado. Por el contrario, no hay repesca.

- Prueba teórica individual 1: 25%.
- Prueba teórica individual 2: 25%.
- Trabajos en grupo: 30%.
- Participación en el aula: 10%.
- Dossier de prensa: 10%.

Las fechas de entrega se colgarán en el campus virtual en documento aparte. Sólo se podrán recuperar/entregar posteriormente las prácticas en los casos marcados por normativa de facultad (consulte el profesorado). En el resto de casos, aquel porcentaje de la nota no se puede recuperar.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica para examen

- Blumler, J.G. *Televisión e interés público*. Barcelona: Bosch, 1993.
- Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo. *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004
- Herman, E.; McChesney, R. *Los medios globales*. Madrid: Cátedra, 1997.

Complementaria

- Collins, R.; Murrioni, C. *New Media, New Policies*. Cambridge: Polity Press, 1996.
- Fernández, Juan José; Rueda, José Carlos; Sanz, Carlos (eds.). *Prensa y periodismo especializado: historia y realidad actual*. Guadalajara: Ayuntamiento de Guadalajara, 2002.
- Filgueira, Carlos; Nohl, Dieter (comp.). *Prensa y transición democrática: experiencias recientes en Europa y América Latina*. Madrid: Iberoamericana, 1994.
- Humphreys, P.J. *Mass Media and Media Policy in Europe*. Manchester: Manchester University Press, 1996.
- Moragas, Miquel; Garitoanandia, Carmelo y López, Bernat (eds.). *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la Era digital*. Enseñanza Aldea Global, 1999.
- Murciano, Marcial. *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*. Barcelona: Bosch, 1992.
- Pérez del Toro, Laura. *La prensa de prestigio en la Comunidad Económica Europea*. Barcelona: Mitre, 1984.
- Rifkin, J. *La era del acceso*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Sánchez-Bravo, Antonio. *Europa y la información: (prensa)*. Madrid: Fundación Universidad-Empresa: Universidad de Alcalá, Centro de Estudios Europeos, 1989
- Sanz, Carlos; Sotelo, Joaquín; Rubio, A. Luís (coords.). *Prensa y periodismo especializado II*. Guadalajara: Asociación de la Prensa de Guadalajara, 2004.
- Sopena, Chordi; Reguero, Núria; Ginesta, Xavier. "Los Centros Territoriales y de Producción de TVE: una radiografía antes de la reforma del Ente". En: *Actas del I Congreso Nacional Ulepicc-España "Pensamiento Crítico, comunicación y cultura"*. Sevilla: Ulepicc, 2006. p. 1-18.
- *Noticias de la comunicación*. Madrid: Noticias de la Comunicación, 1991 - ... (Semanaario)

Fuentes de Información

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Irene Llop Jordana

OBJETIVOS:

El objetivo general de la materia es capacitar a los estudiantes en las técnicas documentales más necesarias para desarrollarse 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 los alumnos 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 ofrece 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 de información generales:
 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 Comunicación Audiovisual:
 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 búsqueda en fuentes	-	35	3, 4
Ejercicios de recuperación de información en recursos electrónicos	-	25	6
Ejercicios de referencias bibliográficas y citas	-	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.; Irueta-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. *Manual per a la presentació de tesis i tesines*. 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: Ra-Ma, 2001.

Introducción al Inglés para el Periodismo

Formación básica

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: inglés

PROFESORADO

- Anna M. Masferrer Giralt
- Emma Louise Hitchen
- M. Àngels Pinyana Garriga

OBJETIVOS:

Los dos grandes objetivos generales son, por un lado, profundizar y mejorar la normativa general, y de la otra, 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 entrevista 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 contenidos 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 artículos. Newspaper vocabulary.	Assignment 1. Sesión grupo	5% Writing 5% Vocabulary	-	1/11/12
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 tests of excerpts from mass media (TV and radio broadcasts, etc.).	Sesión grupo	15% Listening	-	6/11/12
Creating an English-language magazine cover.	Project assignment 3	2.5% Vocabulary 2.5% Writing	-	7/10/11
Reading comprehension texts of books, blogs, commissioning brief, current affairs articles and stories, etc. Vocabulary.	Sesión grupo	10% Reading 2.5% Vocabulary	-	8/11/12
Writing emails.	Sesión 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.	Sesión grupo	10% Vocabulary	-	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 diferentes 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. *Cambridge English for the Media*. CUP, 2008.

Libro de gramática

- Mann, Malcolm; Taylore-Knowles, Steve. *Destination B2: Grammar and Vocabulary*. Oxford: Macmillan, 2008.

Libro de lectura

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

Taller de Informática

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordi Casas Vilaró
- Raymond Lagonigro Bertran

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.
- Ser capaz de utilizar software para desarrollar presentaciones corporativas digitales.
- Ser capaz de utilizar software de procesamiento de textos de una forma robusta.
- Ser capaz de utilizar software de maquetación.
- Ser capaz de utilizar software de tratamiento de imagen.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.

CONTENIDOS:

1. Herramientas de productividad: maquetación.
2. Herramientas de productividad: edición digital de imágenes.
3. Herramientas 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 de las sesiones presenciales	Todo el curso	10	no	2, 3, 4, 5
Trabajo en grupo.	-	30	sí	4,5
Examen	-	60	sí	1, 2, 3, 4, 5

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.
- Examen: para superar el examen hay dos alternativas:
 - Evaluación continua: consta de tres ejercicios individuales (Evaluación 1, 2 y 3 en el plan de trabajo) que deben aprobarse por separado. En caso de que no se supere alguna evaluación, puede recuperarse en el examen final. Para optar a la evaluación continua es necesario asistir un mínimo de sesiones
 - Examen final: consta de 3 bloques (equivalentes a las 3 evaluaciones) que hay que aprobar por separado. Esta alternativa es para quien no pueda optar a la evaluación continua.

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

BIBLIOGRAFÍA:

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

Taller de Redacción de Prensa I

Formación básica

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Eusebi Coromina Pou
- Jordi Serrat Manén

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:

La nota de la asignatura la conforman las siguientes actividades con el valor porcentual que se indica en cada caso:

- Lectura/trabajo: 20%.
- Ejercicios de clase o de trabajo personal: 25%.
- 1.^a prueba parcial: 27.5%.
- 2.^a prueba parcial: 27.5%.

El hecho de suspender las dos pruebas parciales conlleva haber suspendido directamente la asignatura. Sólo se puede recuperar uno de las dos pruebas parciales. Pero suspender más del 50% de las actividades conlleva también haber suspendido la asignatura. A fin de poder superar la asignatura, el alumno debe haber asistido como mínimo al 70% de las sesiones. Por lo tanto, más de 9 faltas injustificadas comportan haber suspendido la asignatura.

Observaciones:

Los ejercicios de clase o de trabajo personal fijados por el profesor deben presentarse en las fechas señaladas y tienen por objeto ejercitar al alumno en los contenidos de la asignatura, así como prepararlo para las dos pruebas parciales. De manera aleatoria e intermitente el profesor pedirá a los alumnos estos ejercicios para valorar su realización.

BIBLIOGRAFÍA:

- *Avui. Llibre d'estil*. Barcelona: Empúries, 1997.
- Barnils, Ramon. *Artícles*. Barcelona: RBA, 2001.
- Cantavella, Juan; Serrano, José Francisco (coords.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel, 2004.
- 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.
- Díaz Noci, Javier; Salaverría, Ramón (coords.). *Manual de redacció ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003.
- *Diccionari de comunicació empresarial. Publicitat. Relacions Públiques. Màrqueting*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana: Termcat, 1999.
- Ferré, Carmen; Nogué, Anna. *Llibre d'estil Agència Catalana de Notícies*. Barcelona: Editorial UOC, 2010.
- Fontcuberta, Mar. *Estructura de la notícia*. Barcelona: ATE, 1980.
- Fontcuberta, Mar. *La notícia. Pistas para percibir el mundo*. Nueva edición revisada y ampliada. Barcelona: Paidós, 2011. (1.ª edición: 1993.)
- Gabilondo, Iñaki. *El fin de una época. Sobre el oficio de contar cosas*. Barcelona: Barril & Barral, 2011.
- Retama, Xavier. *Viatjant per la realitat. Una reflexió sobre les cròniques de viatges*. Girona: Curbet Edicions, 2012.
- Gomis, Llorenç. *Teoria dels gèneres periodístics*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Centre d'Investigació de la Comunicació, 1989.
- Grijelmo, Álex. *El estilo del periodista*. 16.ª edición, revisada i ampliada. Madrid: Taurus, 2008. (1.ª edición: 1997).
- *Libro de estilo / El País*. Madrid: El País, 2002.
- Martín Vivaldi, Gonzalo. *Géneros periodísticos*. Madrid: Paraninfo, 1998.
- Martínez Albertos, José Luis. *Curso general de redacción periodística*, 3.ª edición. Madrid: Paraninfo, 1997.
- Panyella, Jordi. *Fèlix Millet el gran impostor. La trama secreta de l'espòli del Palau*. Barcelona: Angle Editorial, 2012.
- Parratt, Sonia. *Géneros periodísticos en prensa*. Quito: Intiyan-Ediciones Ciespal, 2008.
- Rodrigo Alsina, Miquel. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 2005.
- Salaverría, Ramón. *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Eunsa, 2005.
- Tuson, Jesús. *Una imatge no val més que mil paraules*. (Contra els tòpics.). Barcelona: Empúries, 2001.

ASIGNATURAS DE SEGUNDO CURSO

Taller de Comunicación Gráfica

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Ruth Sofía Contreras Espinosa

OBJETIVOS:

- Introducir al estudiante en los campos de aplicación del diseño y la comunicación gráfica y su papel dentro del periodismo; concepto, ilustración, maquetación y la utilización de una imagen fotográfica.
- Utilización de programas de edición del diseño gráfico; Illustrator (diseño vectorial) y Photoshop (diseño con píxeles).

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para resolver problemas.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos, históricos y prácticos de la comunicación gráfica y del diseño editorial.

CONTENIDOS:

1. Fundamentos de la comunicación gráfica*:
 - a) Diseño y comunicación gráfica; su relación con el periodismo.
 - b) Conceptualización.
 - c) Alfabeto visual.
2. La comunicación gráfica*:
 - a) Composición visual.
 - Elementos básicos: unidad, ritmo, equilibrio, contraste...
 - Niveles visuales (representativos, abstractas, simbolismo).
 - La composición; elementos compositivos (espacio-forma).
 - b) Tipografía*:

- La tipografía (cuerpo, familia).
 - Composición tipográfica (interlínea, interletraje, lecturabilidad, legibilidad).
- c) Color*:
- Síntesis sustractiva y aditiva.
 - Percepción del color.
 - RGB y CMYK.
3. El diseño periodístico*:
- a) Retícula.
 - b) Elementos formales que conforman un diario.
 - c) La imagen fotográfica y su relación con el diseño.
 - d) Maquetación.
 - e) Aplicaciones.

* Utilización del programa vectorial de ilustración y/o de diseño con píxeles paralelamente a los contenidos descritos.

EVALUACIÓN:

- Trabajos: durante el curso se realizarán trabajos prácticos y exposiciones: 60%.
- Examen teórico sobre contenidos en torno a conceptos y programas digitales: 10%.
- Proyecto final del curso: 30%.

La evaluación constará de las partes 1, 2 y 3, y deberá aprobarse cada una por separado. La calificación final de la asignatura será la suma porcentual de las tres partes.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Costa, Joan. *Diseñar para los ojos*. Barcelona: Costa Punto Como Editor, 2007.
- Navarro, Héctor y otros autores. *Disseny gràfic i disseny web. Breus lliçons sobre història teoria i pràctica*. Vic: Eumo Editorial, 2010.
- Samara, Timothy. *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

Complementaria

- Dabner, David. *Diseño gráfico, fundamentos y práctica*. Barcelona: Blume, 2005.
- Dorrian, Michaela, Murray, Karla, Lucas, Gavin. *Publicidad de guerrilla. Otras formas de comunicar*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Heller, Eva. *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
- Yute, A. *Retículas. La estructura del diseño gráfico*. Barcelona: Index Books, ??1996.
- Chaves; Norberto; Belluci, Raúl. *La marca corporativa*. Barcelona: Paidós.
- March, M. *Tipografía creativa*. Barcelona: Gustavo Gili, ??1989.
- Mono. *Identidad corporativa. Del brief a la solución final*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.
- Martín, José Luis; Ortuño, Montse. *Manual de tipografía*. Valencia: Campgràfic, 2004.

Enlaces

- Pablo Sirven, Carlos Gabetta; Gonzalo Peltzer; Néstor R. Cardoso Bachini; Jorge Halperin. *Diseño por periodistas* en: <http://sudtipos.com/articles/6>

Taller de Redacción de Prensa II

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordi Serrat Manén

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, han de 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.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los diferentes medios de comunicación.
- Conocer y dominar los diferentes géneros periodísticos: informativos, interpretativos y de opinión.
- Saber relacionar cualquier información de interés general o público con la actualidad y el entorno.
- Saber obtener información contrastada y exclusiva a partir de fuentes de información propias.
- Saber buscar, contrastar y jerarquizar la información periodística.
- Tener capacidad y habilidad para el ejercicio de las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.

CONTENIDOS:

1. Los géneros periodísticos informativos-interpretativos en tiempos de mediamorfosis:
 1. El debate sobre la vigencia de la pirámide invertida.
 2. De la tradición anglosajona a la hibridación.
 3. La noticia *reportajeada* en la prensa tradicional y el iceberg invertido en la red.

4. Otras clasificaciones: *hard news*, *soft news*, *breaking news* y *features*.
2. El reportaje:
 1. Antecedentes y modelos más extendidos en el periodismo escrito: el reportaje de actualidad, de urgencia, intemporal, de investigación y la noticia menor convertida en reportaje.
 2. El uso de las fuentes y la documentación.
 3. El enfoque y la redacción.
 4. La transformación del género en la red.
3. La crónica:
 1. Antecedentes y tipologías en el periodismo escrito: la crónica deportiva, judicial, parlamentaria, la crónica social de ambiente, la crónica de cultura, de espectáculos, la crónica de guerra, de viajes y la contracrónica.
 2. El papel del periodista como observador-testigo directo o intérprete conocedor de una realidad.
 3. El enfoque y la redacción.
 4. Los cambios del género en la red.
4. La entrevista:
 1. Antecedentes y tipologías más extendidas en el periodismo escrito: la entrevista informativa, la entrevista de personalidad, la entrevista de contraportada, la entrevista ligera (de verano) y el cuestionario Marcel Proust con sus derivaciones.
 2. La preparación, concertación y ejecución de la entrevista.
 3. La transcripción y redacción.
 4. La entrevista como género dialógico en la red.

EVALUACIÓN:

La evaluación incluye teoría y práctica. La parte de teoría valdrá el 30% de la nota y constará de una prueba puntuable. La parte práctica contará 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. Los estudiantes que trabajando con diligencia y olfato periodístico consigan destapar pequeñas exclusivas o quitar punta de hechos noticiables de interés local o universitario podrán recibir un punto más en su calificación final.

BIBLIOGRAFÍA:

- Amiguito, Lluís; Sanchis, Ima; Amela, Víctor. *Haciendo la contra 2*. Barcelona: Ediciones Martínez Roca, 2004.
- Bassas, Antoni. *Vida en directe. A contracorrent*. Barcelona: Edicions 62, 2003.
- Borrado, Héctor. *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili, 1989.
- Calvet, Agustín; Llanas, Manuel; Garcia-Planas, Plácido (eds.). *En las trincheras*. Barcelona: Editorial diéresis, 2009.
- Cantavella, Juan; Serrano, José Francisco (coords.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel, 2004.
- Cantavella, Juan. *Manual de la entrevista periodística*. Barcelona: Ariel, 1996.
- Casas, Ángel. *Memòries d'altres*. Barcelona: Anagrama, 2008.
- Casasús, Josep M. *Lliçons de periodisme en Josep Pla*. Barcelona: Destino, 1986.
- Echevarría, Begoña. *Las W's del reportaje*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU, 1998.
- Espinàs, Josep Maria. *Identitats. Converses a TV3*. Barcelona: Ediciones La Campana, 1988.
- Fallaci, Oriana. *Entrevista con la historia*. Barcelona: Noguer, 1974.
- Ferri, Llibert. *Cròniques postsoviètiques*. Barcelona: Llibres de l'Índex, 1993.
- Fidler, Roger. *Mediamorphosis. Understanding New Media*. Thousand Oaks, California (EE.UU.): Pine Forge Press, 1997.
- Fontcuberta, Mar. *La noticia, pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós, 1993.
- Gabilondo, Iñaki. *El fin de una época. Sobre el oficio de contar cosas*. Barcelona: Barril & Barral, 2011.
- Garcia-Planas, Plácido. *La revancha del reportero: tras las huellas de siete grandes corresponsales de*

- guerra*. Barcelona: Editorial diéresis, 2007.
- Gomis, Lorenzo. *Teoría del gèneres periodístics*. Centre d'Investigació de la Comunicació / Generalitat de Catalunya, 1989.
 - Grijelmo, Álex. *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus, 2008.
 - Laubier, Charles de. *La presse sur Internet*. París: Presses Universitaires de France, 2000.
 - Larrondo, Ainara. *Los géneros en la redacción ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2009.
 - Maciá, Carlos. *El reportaje de prensa. Análisis del propósito y los recursos del género periodístico en suplementos de diarios de información general españoles*. Madrid: Editorial Universitas, 2007.
 - Madueño, Eugeni; Rovira, Bru. *Notícies del més enllà. El reporterisme en premsa*. Barcelona: Pòrtic, 1999.
 - Martínez Albertos, José Luis. *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo, 2001.
 - Martín Vivaldi, Gonzalo. *Géneros periodísticos*. Madrid: Paraninfo, 1998.
 - Montero, Rosa. *Entrevistas*. Madrid: El País-Aguilar, 1996.
 - Noguero, Joaquín (coord.) *Embolcats amb el periodisme. Reptes dels mitjans de comunicació catalans (1975-2006)*. Vilanova i la Geltrú: El Cep i la Nansa, 2007.
 - Parratt, Sonia. *Géneros periodísticos en prensa*. Quito: Intiyan-Ediciones Ciespal, 2008.
 - Parratt, Sonia. *Introducción al reportaje: antecedentes, actualidad y perspectivas*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, 2003.
 - Peralta, Dante; Urtasun, Marta. *La crónica periodística. Herramientas para una lectura crítica y redacciones*. Buenos Aires: La Crujía, 2004.
 - Perlado, José Julio. *Diálogos con la cultura. La entrevista periodística*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, 2002.
 - Pla, Josep. *Crónicas parlamentarias 1933-1936*. [Obra completa, volúmenes 41 y 42]. Barcelona: Destino, 1982.
 - Quesada, Montserrat. *La entrevista: obra creativa*. Barcelona: Mitre, 1984.
 - Rodrigo Alsina, Miquel. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 2005.
 - Roig, Montserrat. *Personatges*. Barcelona: Pòrtic, 1978.
 - Roig, Montserrat. *Personatges* (segona sèrie) Barcelona: Pòrtic, 1980.
 - Roig, Montserrat. *Retrats paral·lels*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1978.
 - Salaverría, Ramón. *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Eunsa, 2005.
 - Salaverría, Ramón (coord.) *Cibermedios: el impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social, 2005.
 - Vilamor, José R. *Redacción periodística para la generación digital*. Madrid: Universitas, 2000.

Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Montserrat Casas Arcarons
- Sergi Lluís Solà Saña

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es que el alumno conozca las técnicas básicas de la redacción y la locución en los medios de comunicación audiovisuales, radio y televisión, siguiendo las características del lenguaje de los medios. Se pretende que el alumno alcance una base que se desarrollará en futuras asignaturas específicas de los medios audiovisuales.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener habilidad para trabajar en entornos de presión.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer y dominar los fundamentos teóricos y tecnológicos del medio radiofónico y su lenguaje.
- Saber redactar, producir y locutar un espacio radiofónico en todos sus géneros periodísticos (informativos, de entretenimiento y de opinión).

CONTENIDOS:

1. Introducción a los medios audiovisuales: La radio. La televisión.
2. Locución en radio y televisión: Comunicación no verbal. Locución informativa. Locución musicada para radio. Otros formatos.
3. Redacción en radio y televisión: Redacción periodística. Redacción informativa. Otros formatos.

EVALUACIÓN:

Esta es una asignatura eminentemente práctica, que requiere la asistencia a todas las sesiones. Se realiza un sistema de evaluación continua individual en el que se hará una media de determinadas sesiones prácticas tanto de radio como de televisión.

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

BIBLIOGRAFÍA:

- Castellanos, J.A. (2004). *Manual de pronunciació. Criteris i exercicis de locució*. Vic: Eumo Editorial.
- Cebrián, M. (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid: Ciencia 3.
- Huertas, A.; Perona, J.J. (1999). *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Barcelona: Bosch.
- Larrañaga, J. (2006). *Redacción y locución de la información audiovisual. Escribir noticias para la radio y la televisión*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Mayoral, J. (coord.); Sapag, P.; Huerta, A.; Díez, F.J. (2008). *Redacción periodística en televisión*. Madrid: Síntesis.
- Oliva, Ll.; Sitjà, X. (2007). *Las noticias en radio y televisión. Periodismo audiovisual en el siglo XXI*. Barcelona: Omega.
- Tirado, J.A.; Ruíz del Árbol, M.; Albar, M.I. (2003). *Técnicas para leer y escribir en radio y televisión. Las noticias en el espejo*. Barcelona: Bosch.

Teorías de la Comunicación

Formación básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordi de San Eugenio Vela

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 desempeñan los medios de comunicación convencionales así como los nuevos formatos digitales en la actual sociedad de la información y del conocimiento.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- 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 investigador.
- Conocer las teorías del periodismo y la opinión pública.
- Conocer las teorías y los modelos de análisis textual, retórico y discursivo.
- Conocer las principales cuestiones relacionadas con la sociedad de la información, su funcionamiento y sus tendencias.

CONTENIDOS:

1. ¿Por qué hay que estudiar la comunicación?
 - Intereses en el estudio de la comunicación como hecho social.
 - Información y comunicación.
 - El proceso de la comunicación. Elementos principales.
 - La mutación de los modelos clásicos a los modelos actuales en comunicación.
 - Comunicación e interdisciplinariedad.
2. Medios de comunicación y poder:
 - La agenda setting.
 - La espiral del silencio de Neuman.
 - Teoría de usos y gratificaciones.
 - Emisión y recepción en la comunicación de masas: el *Gatekeeper*.
 - El marco de noticias.
 - La investigación de los medios de comunicación de masas: contenido, discurso, audiencias, etc.
3. La perspectiva interpretativa de la teoría de la comunicación:
 - La escuela de Palo Alto.
 - El interaccionismo simbólico.
 - Erving Goffman.
 - El construccionismo.
 - La etnometodología.
4. La perspectiva funcionalista de la teoría de la comunicación:
 - Orígenes, funciones y principales críticas al funcionalismo.
5. La perspectiva crítica de la teoría de la comunicación:
 - La Escuela de Frankfurt.
 - La economía política.
 - Los estudios culturales.
6. Teorías de la comunicación digital interactiva:
 - Revolución Industrial, imprenta y revolución tecnológica.
 - El nuevo paradigma digital.
 - 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. (1993). *Teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- García Jiménez, L. (2007). *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos.
- Martín Algarra, M. (2003). *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos.
- Mattelart, A.; Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Rodrigo, M. (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Bellaterra: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Rodrigo, M.; Estrada, A. (2008). *Las teorías de la comunicación*. Barcelona: UOC.
- Saperas, E. (1998). *Manual básico de teoría de la comunicación*. Barcelona: CIMS.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

- Soriano, J. (2007). *L'ofici de comunicòleg*. Vic: Eumo Editorial.
- Valbuena de la Fuente, F. (1997). *Teoría general de la información*. Madrid: Noesis.
- Wolf, M. (1996). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

Inglés Oral para el Periodismo

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: inglés

PROFESORADO

- Anna M. Masferrer Giralt
- Emma Louise Hitchen
- Montserrat Corrius Gimbert

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 journalism 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.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en una lengua extranjera.
- 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 contexto internacional.
- Saber apreciar la diversidad y multiculturalidad.
- Comprender las culturas y costumbres de otros países.

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. Media, democracy and governance:
 - 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.
 - Role of the media as the Fourth Estate.

- Role of new media.
- 2. Foreign reporting:
 - Role of foreign correspondents.
 - History of foreign correspondents.
 - Foreign reporting, impartiality and ethical debates.
- 3. Radio:
 - Creating and structuring radio content.
 - Radio show (to be recorded in UVic studio).
- 4. Newspaper vocabulary:
 - English newspaper vocabulary.
 - Analysing the UK press and UK news values.
- 5. Media ethics:
 - Ethical issues facing journalists.
- 6. Scripting news:
 - How to write TV news.
- 7. US Media:
 - History of US media.
 - Ownership issues.
 - Partiality.
- 8. Interview techniques:
 - The two-way.
 - Indirect and conditional questions.

Grammar Content

- Modal verbs.
- Conditionals.
- Conditional questions.
- Indirect questions.
- Comparatives.
- Prepositions.
- Comparatives.
- Tense review.

EVALUACIÓN:

- In class activities (debates, article reviews, role-plays, news presentations): 40%.
- Grammar tests: 10%.
- Listening test: 20%.
- Vocabulary test: 10%.
- TV news programme: 10%.
- Radio show: 10%.

Grammar, listening and vocabulary test will be given throughout the course.

BIBLIOGRAFÍA:

Books

- Nick Ceramella & Elisabeth Lee *Cambridge English for the Media*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
- Malcolm Mann. *Destination B2*. Macmillan, 2006.
- Gary Hudson. *The Broadcast Journalism Handbook*. Pearson, Longman 2007.

- Bill Kovach. *Elements of Journalism*. Three Rivers Press, 2007.

Films

- *Under Fire*

Edición de Prensa

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Manuel Llanas Pont

OBJETIVOS:

Esta asignatura complementa los contenidos aprendidos a *Taller de Redacción de Prensa II* durante el primer cuatrimestre. Si en la primera parte del curso los estudiantes han llevado a cabo tareas de reporterismo, en *Edición de Prensa* —entendida como una segunda parte— se trabajarán cuestiones que tienen que ver con la revisión y control de calidad final del texto antes de su publicación en un diario. La titulación, el rigor en la citación de las fuentes o la coherencia con la línea editorial, con el modelo de lengua y con el contenido de la cabecera son algunos de los aspectos que se tratarán conjuntamente con el uso de un lenguaje ético o la revisión previa a la corrección lingüística definitiva. Los estudiantes también deberán actualizar textos intemporales, como si hubieran sido guardados en *el archivo-nevera* de un diario, y adaptar las noticias a diferentes formatos o longitudes en función de las necesidades de un medio simulado. Mientras en *Taller de Redacción*, los alumnos han hecho de periodistas *de calle*, en *Edición de Prensa* aprenderán a hacer de periodistas *de mesa*. Actuarán como jefes de área que supervisarán y coordinarán los contenidos de una sección y los adaptarán a la maqueta según evolucione la actualidad.

- Dominar el lenguaje periodístico escrito.
- Saber revisar (editar) textos periodísticos.
- Aprender a tener criterio periodístico y saber gestionar la información de actualidad y/o de interés general.
- Tener capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa de manera escrita aprovechando los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los diferentes medios de comunicación.
- Aprender a reflexionar de manera crítica sobre el valor de la diversidad y su reflejo a través del lenguaje ético en los medios de comunicación.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad para trabajar en entornos de presión.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Dominar las lenguas catalana y española (oral y escrita) en un nivel avanzado.

CONTENIDOS:

1. Concepto de edición: Raíz anglosajona del término. Aplicación a la prensa de un término ambiguo y polisémico.
 1. El editor como jefe de sección.
 2. El editor como corrector.
 3. El editor de cierre.
 4. La autoedición.
2. Algunas particularidades de la prensa catalana:
 1. La edición-corrección después de la traducción automática:
 1. *El Periódico*.
 2. *La Vanguardia*.
 2. La adaptación de textos para ediciones locales-comarcales o nacionales:
 1. *El PuntAvui*.
 3. La edición en línea:
 1. La ACN.
3. Criterios periodísticos y éticos presentes en la edición:
 1. Criterios generales.
 2. Criterios específicos:
 1. Criterios específicos en situaciones delicadas.
 2. Criterios específicos en informaciones de colectivos desfavorecidos.
4. Opciones lingüísticas y libros de estilo.

EVALUACIÓN:

La evaluación estará formada por una parte teórica y una práctica. La parte teórica será una prueba escrita que contará el 25% de la nota. La parte práctica constará de tres ejercicios (taller de titulación, taller de cierre, taller de corrección) con un 25% de la nota cada parte. La nota final será la media resultante. No se contempla la posibilidad de hacer repescas o ejercicios de recuperación. Sin embargo, el profesor podrá tener en cuenta la implicación del estudiante e incrementar hasta un punto más la nota final de aquellos alumnos que desarrollen con éxito el trabajo personal (aparte de los cuatro ejercicios de evaluación) que se encargará. Un trabajo personal que se concretará en una serie de tareas que se canalizarán a través de un bloque de la asignatura. El profesor se reserva el derecho de bajar hasta un punto la nota final a aquellos estudiantes que tengan una actitud completamente pasiva en estas actividades añadidas.

BIBLIOGRAFÍA:

- Coromina, Eusebi. *El 9 Nou/El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Eumo, 2008.
- Ferré, Carmen; Nogué, Anna. *Llibre d'estil. Agència Catalana de Notícies*. Barcelona: Editorial UOC, 2010.
- Ferré, Carmen. *Con faltas y a lo loco. ¿Qué es la edición periodística?* Barcelona: Editorial UOC, 2009.
- Fernández Iglesias, José Luis. *Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación*. Madrid: Real Patronato sobre Discapacidad, 2006.
- Fité, Ricard. "La traducción automática aplicada a la prensa escrita. El cas d'«El Periódico» en català" dins *Treballs de Comunicació*, número 10, desembre del 1998.
- Grijelmo, Álex. *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus, 2008.
- Mestres, Josep Maria; Costa, Joan; Oliva, Mireia; Fité, Ricard. *Manual d'estil. La redacció i l'edició de*

textos. Vic/Barcelona: Eumo; Associació de Mestres Rosa Sensat; Universitat de Barcelona; Universitat Pompeu Fabra, 2007.

Lenguajes de la Comunicación

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Eulàlia Massana Molera
- Gerard Coll Planas

OBJETIVOS:

Lenguajes de la Comunicación introduce los principales modelos teóricos de la semiótica interpretativa, discursiva y narrativa y los aplica a 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.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- 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 de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Saber apreciar la diversidad y multiculturalidad.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- 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 investigador.
- Conocer en el ámbito teórico y práctico los elementos, las formas y los procesos de los lenguajes de la comunicación.

- Conocer las teorías y los modelos de análisis textual, retórico y discursivo.

CONTENIDOS:

0. Los lenguajes y la mirada semiótica.
1. Del signo al texto:
 1. Roland Barthes.
 2. Vladimir Propp.
 3. Algirdas Greimas.
 4. Umberto Eco.
2. Del texto a los textos:
 1. Intertextualidad.
 2. Hipertexto.
 3. Narrativas transmediáticas.
3. De los textos a la ideología:
 1. Construccinismo y análisis del discurso.
 2. Psicoanálisis.

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). Deberá aprobarse 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. (2000). "Cómo construimos el mundo: relativismo, espacios de relación y narratividad", *Análisis* 25, p. 61-94.
- Eco, U. (1997). *Seis paseos por los bosques narrativos*. Barcelona: Lumen.
- Foucault, M. (2002). *El orden del discurso*, Barcelona: Tusquets, 1973.
- Navarro, D. (2006). "Intertextualité. Treinta años después", *Versión* 18, p. 15-25.
- Pozzato, M.P. (1995). "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.
- Soriano, J. (2007). *L'ofici de comunicòleg. Mètodes per investigar la comunicació*. Vic: Eumo Editorial, (cap. 3, p. 141-209).
- Sorókina, T. (2006). "La intertextualización de la realidad discursiva", *Versión* 18, p. 69-85.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa (cap. 4, 5 y 6 de la segunda parte, p. 121-139).

Taller de Radio

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Raúl Martínez Corcuera
- Sergi Lluís Solà Saña

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.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para la toma de decisiones.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad para trabajar en entornos de presión.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.
- Tener disposición para el éxito y también para aprender a aceptar el fracaso.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer y dominar los fundamentos teóricos y tecnológicos del medio radiofónico y su lenguaje.
- Saber redactar, producir y locutar un espacio radiofónico en todos sus géneros periodísticos (informativos, de entretenimiento y de opinión).
- Conocer y analizar de forma crítica las emisoras y programas radiofónicos.
- Conocer las rutinas productivas en el medio radiofónico.

CONTENIDOS:

1. Géneros informativos radiofónicos.
La noticia. La crónica. El informe. La entrevista informativa.
2. Las fuentes informativas.
3. Las rutinas 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 de la teoría.

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

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

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

Complementaria

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

Taller de Televisión

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Cristina Perales García
- Montserrat Casas Arcarons

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 ahí 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.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la toma de decisiones.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer la imagen espacial y las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como en movimiento.
- Conocer y dominar los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje audiovisual en sus diferentes medios y géneros periodísticos.
- Conocer la organización y gestión de los recursos técnicos, humanos y presupuestarios para una producción televisiva periodística.

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 audio-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 reportaje de informativos en pequeño grupo: 10%.
- Producción de un reportaje para informativos televisivos: 15%.
- Proyecto escrito de un programa informativo televisivo multicámara en gran grupo: 10%.
- Producción de un programa informativo televisivo multicámara 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*. 2 vol. Barcelona: Paidós Comunicación, 1984.
- 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

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Irene Colom Valls

OBJETIVOS:

La asignatura es una introducción a la comunicación empresarial e institucional en relación con el marketing. Se profundiza en la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.

Se introducen los conceptos teóricos que enmarcan las dos disciplinas y se estudian los procesos estratégicos de planificación, ejecución de las acciones y control de los resultados para la práctica comunicativa, poniendo un énfasis especial en la utilidad del plan de comunicación.

En el estudio de la planificación estratégica de la comunicación, se profundiza en los conceptos de público y público objetivo y en el desarrollo de la estrategia creativa y de medios. En este sentido, y para que el estudiante tenga una visión completa de las diferentes formas de comunicación empresarial existentes, se contemplan los diferentes medios publicitarios, convencionales y no convencionales y las actividades y técnicas de relaciones públicas más destacadas.

Después de una visión de los sujetos que intervienen en la gestión de la comunicación, a la estructura del sector, y a la figura del director de comunicación, también se trabaja la comunicación, sobre todo publicitaria, desde el punto de vista de los efectos sobre el consumidor.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para resolver problemas.
- Tener capacidad para la toma de decisiones.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener habilidades interpersonales.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer la estructura, el funcionamiento y la gestión de la empresa de comunicación.
- Saber relacionar cualquier información de interés general o público con la actualidad y el entorno.
- Tener capacidad de prestar asesoramiento en temas de comunicación y marketing.

CONTENIDOS:

1. Publicidad, relaciones públicas, comunicación y marketing.
2. La campaña publicitaria:
 1. Etapas de la campaña publicitaria.
 2. El briefing y el presupuesto.
 3. Objetivos publicitarios.
3. La campaña de relaciones públicas:
 1. La planificación estratégica de las relaciones públicas.
 2. Investigación y diagnóstico. Metas y objetivos.
4. Público objetivo, consumidor y mapa de públicos.
5. La estrategia creativa.
6. La estrategia de medios:
 1. Medios convencionales y medios no convencionales.
 2. Internet y nuevos formatos.
7. Formas comunicativas comerciales:
 1. La promoción de ventas.
 2. El merchandising, el packaging.
 3. El marketing directo.
8. Técnicas de las relaciones públicas:
 1. Relación con los medios de comunicación.
 2. Comunicación de crisis.
 3. Comunicación interna.
 4. Organización de eventos, patrocinio, etc.
9. Gestión de la comunicación:
 1. La comunicación dentro de la empresa.
 2. Estructura del sector de la publicidad y las relaciones públicas.
10. Los efectos de la comunicación:
 1. Efectos sociales de la comunicación publicitaria.
 2. Legislación de la publicidad y las relaciones públicas.

EVALUACIÓN:

La evaluación constará de 2 partes, y deberá aprobarse cada una por separado.

1. Trabajos de la asignatura: 60%.
2. Examen de la parte teórica: 40%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Bigné, Enrique. *Promoción comercial*. Madrid: ESIC, 2003.
- Bassat, Lluís. *El libro rojo de la publicidad. Ideas que mueven montañas*. Barcelona: Plaza & Janés, 2002.
- Capriotti, Paul (ed.). *La marca corporativa. Estratègies de gestió i comunicació*. Vic: Eumo, 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.
- Cutlip, Scott; Center, Allen; Broom, Glen. *Relaciones Públicas eficaces*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Díez de Castro, Enrique Carlos; Martín Armario, Enrique. *Planificación publicitaria*. 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.
 - Grunig, James; Hunt, Todd. *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.
 - Herreros Arconada, Mario. *La publicitat. Fonaments de la comunicació publicitària*. Barcelona: Pòrtic, 2000.
 - León, José Luis. *Los efectos de la publicidad*. Barcelona: Ariel, 1996.
 - Matilla, Kathy. *Conceptos fundamentales en la planificación estratégica de las relaciones públicas*. Barcelona: UOC, 2009.
 - Munuera, José; Rodríguez, Ana Isabel. *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: ESIC, 2006.
 - Rodríguez, Ignacio; Suárez, Ana; García de los Salmones, María del Mar. *Dirección publicitaria*. Barcelona, UOC, 2008.
 - Seitel, Fraser. *Teoría y práctica de las relaciones públicas*. Madrid: PrenticeHall, 2002.
 - Xifra, Jordi. *Planificación estratégica de las relaciones públicas*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2005.

ASIGNATURAS DE TERCER CURSO

Comunicación Digital Interactiva

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Ruth Sofía Contreras Espinosa

OBJETIVOS:

Comunicación Digital Interactiva tiene por objetivo principal que el estudiante se apropie las reflexiones teóricas de la comunicación digital como una herramienta de trabajo profesional. Para alcanzar este objetivo se introducirá al estudiante en los principales conocimientos teóricos del sector digital: interfaces, hipertextos, ciberculturas, etc.

La segunda parte del curso se dedicará a la realización de un proyecto práctico de comunicación digital con el uso de herramientas web 2.0.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- 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 investigador.
- Conocer las principales cuestiones relacionadas con la sociedad de la información, su funcionamiento y sus tendencias.

CONTENIDOS:

1. La historia del hipertexto y la www:
 - Vannevar Bush y la utopía hipertextual.
 - Douglas Engelbart entre interfaces e interacciones.
 - Ted Nelson y el sistema Xanadu.
 - Tim Berners Lee y la creación de la red.
2. Interfaces e interacciones:

- Del papel a la pantalla.
 - Evolución de las interfaces digitales.
 - Introducción a la usabilidad y la accesibilidad.
 - Visualización de la información.
 - Arquitectura de la información.
 - Modelos de interacción.
3. La web colaborativa:
- Tecnologías colaborativas.
 - Blogs, wikis y otros sistemas de la web 2.0.
 - Herramientas de publicación de contenidos.
4. Proyecto práctico de comunicación digital:
- Bechmarking.
 - Elaboración de un documento de diseño (design document).
 - Definición de un proyecto de comunicación digital interactiva.

EVALUACIÓN:

- Trabajos prácticos: durante el curso se realizarán trabajos prácticos y exposiciones: 50%.
- Examen teórico sobre el contenido teórico de la asignatura: 20%.
- Proyecto final: design documento: 30%.

La evaluación constará de 3 partes diferentes, y deberá aprobarse cada una por separado. La calificación final de la asignatura será la media entre la parte teórica y la parte práctica, siempre y cuando se hayan aprobado todas las partes.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Anderson, Chris. *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. Nueva York: Hyperion, 2006.
- Berners-Lee, Tim. *Tejiendo la red. El inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo XXI, 2000.
- Castells, Manuel. *Comunicación y poder*. Barcelona: Alianza Editorial, 2009.
- Cobo Romero, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo. *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grupo de Investigación de Interacciones Digitales, Universidad de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF, 2007. www.planetaweb2.net
- Himanen Pekka. *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Paperback, 2002.
- Contreras, R.S. *Disseny per a web. Disseny gràfic i disseny web*, cap. 6. Vic: Eumo Editorial, 2010. pp 215-250
- Scolari, C. *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa Editorial, 2008.

Diseño de Prensa

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Héctor Iván Navarro Güere
- Henry Naranjo Pérez

OBJETIVOS:

- Se trata de un taller de diseño de publicaciones periódicas que usa el software Indesign.
- Estudiaremos la evolución histórica, teórica y conceptual desde la cultura impresa hasta la cultura digital.
- Conoceremos cada una de sus partes, los recursos gráficos y el tratamiento de la información.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad para resolver problemas.
- Tener capacidad para la toma de decisiones.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos, históricos y prácticos de la comunicación gráfica y del diseño editorial.
- Conocer la organización y gestión de los recursos técnicos, humanos y presupuestarios para una producción gráfica.

CONTENIDOS:

1. Historia y diseño periodístico:
 1. Historia de la prensa.
 2. Qué es el diseño periodístico.
 3. Tipos de periódicos. El formato.
 4. El público y las publicaciones.
2. Arquitectura gráfica y estructura de una publicación:
 1. El criterio editorial y su relación con el diseño.
 2. El papel: dimensiones, proporciones y formatos.
 3. La página, la mancha. Retícula, tipologías. Concepto de modulación.
 4. Retícula y tipografía: La retícula base, columnas, medianil.

5. Primera página y última página. La portada: la cabecera.
 6. Páginas centrales. El sumario.
 7. La compaginación.
 8. La estructura del diario: secciones.
 9. Las cuadernillo y los suplementos, revista, periódico, boletín. Características.
3. La tipografía en prensa:
 1. Tratamiento de la estructura de la información (título, subtítulo, entradilla, destacado, despiece, pie de foto, cabeceras de sección, foliatura...).
 2. Idoneidad de la familia, tipologías, estilo, etc.
 3. Interlineado, *kerning* o prosa (ancho de columna, composición tipográfica).
 4. Ortotipografía y legibilidad.
 4. Los recursos gráficos y de composición:
 1. Elementos formales: Filetes, tramas, viñetas, recuadros y pastillas.
 2. Leyes y principios. Equilibrio, jerarquía, contraste, agrupación, alineación, ritmo y unidad.
 3. El color. Conceptos fundamentales.
 4. Color y unidad visual. Paleta cromática.
 5. Fotografía, infografía e ilustración:
 1. La fotografía: tipologías. Tratamiento de la imagen.
 2. La infografía: una forma de periodismo visual.
 3. La ilustración como recurso expresivo.
 4. Relaciones imagen-texto.
 6. Planificación y producción:
 1. El esbozo. La maqueta.
 2. Edición del material gráfico y textual.
 3. Preparación de los PDF para impresión.
 7. Introducción a los diarios digitales.

EVALUACIÓN:

Para alcanzar los objetivos marcados por la asignatura el profesor utilizará los siguientes elementos con su ponderación porcentual:

- Lectura crítica (individual): 10%.
- Creación de la publicación (grupo): 40%.
- Practicas en taller (individual): 30%.
- Examen teórico (individual): 20%.

Se valorará el trabajo individual y en grupo, y las presentaciones en clase.

Repesca solamente para el componente teórico: en el caso de la lectura y la prueba teórica individuales excepcionalmente se podrán hacer dos semanas después de la fecha fijada originalmente y con una amonestación de dos puntos menos.

BIBLIOGRAFÍA:

Principal

- Bravo, Fernando (1996). *Tipografía per dissenyar premsa*. Barcelona: Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Canga Larequi, Jesús (1994). *El diseño periodístico en prensa*. Barcelona: Bosch.
- Gadea, Reinhard (2002). *Diseño de periódicos. Sistema y método*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Samara, Timothy (2004). *Diseñar con y sin retícula*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Leslie, Jeremy. *Nuevo diseño de revistas 2*. Barcelona: Gustavo Gili.

- Tena Parera, Daniel (1995). "La compaginación". Revista *Imagina Pressgraph*, 237, Barcelona.

Secundaria:

- Blackwell, Levis. *La tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.
- Casasus, Joseph M.; Roig, Xavier. *La prensa actual*. Barcelona: Ediciones 62, 1979.
- El-Mir, Lallana. *Diseño, color y tecnología*. Barcelona: Prensa Ibérica, 1995.
- Gómez Mompert, J.L. *Los titulares en prensa*. Barcelona: Mitre, 1982.
- Guillamet, Jaume. *Historia de la prensa, la radio y la televisión en Cataluña (1641-1994)*. Barcelona: La Campana, 1994.
- Irving, W.H. *Imagen impresa y conocimiento*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín, J.; Mas, M. *Manual de tipografía. Del plomo a la era digital*. Valencia: Campgràfic, 2002.
- Mesenguer, Laura. *Typo Mag, Tipografía en las revistas*. Barcelona: Index Boook, 2010.
- Müller Brockmann, Josef. *Sistemas de retículas*. México: Gustavo Gili, 1992.
- Owen, William. *Diseño de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 1991.
- Riva, José L.; Valero, José L. *Diseño, composición y tecnología en prensa*. Barcelona: JLR Editor, 2003.
- Ruder, Emil. *Manual de diseño tipográfico*. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.
- Satué, Enric. *El diseño gráfico*. Barcelona: Alianza Forma, 2002.
- Solà i Dachts, Lluís. *Història dels diaris en català*. Barcelona 1879-1976. Barcelona: Edhasa, 1978.
- Valero Sancho, José Luis. *La infografía en la prensa diaria española. Criterios para una definición y evaluación*, tesis doctoral. Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona, ??1999.
- Zappaterra, Yolanda. *Diseño editorial. Periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2009.
- Varios autores. *El diario digital*. Barcelona: Bosch, 2000.

Webgrafía

- www.unostiposduros.es
- www.tipografia.cl/blog
- maquetadores.blogspot.com
- www.nosolousabilidad.com
- www.snd-e.org
- www.ftbauer.com
- www.typo.com
- www.fontshop.com
- www.garcia-media.com.ar
- www.casa-assoc.com

Derecho a la Información

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- M. Dolores Palomo Chinarro

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es iniciar al alumno del grado en Periodismo en el estudio del ordenamiento jurídico en general y del derecho a la información en particular, para que llegue a conocer de forma crítica el régimen jurídico de este derecho, la terminología jurídica propia, sus límites principales y, especialmente, la interpretación de los tribunales de justicia españoles y europeo (TEDH) ante la confrontación del derecho a la información y otros derechos fundamentales.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Respetar los derechos humanos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer la ética y deontología profesional del periodismo así como el ordenamiento jurídico de la información.
- Conocer las instituciones de la Unión Europea y el derecho que generan, especialmente en materia de comunicación.

CONTENIDOS:

1. El derecho a la información y el estado democrático:
 1. Introducción al mundo del derecho. Estado social y democrático de derecho. Normas jurídicas y otras normas.
 2. La constitución española de 1978 (CE) y el reconocimiento de derechos fundamentales.
 3. Las garantías de los derechos fundamentales en la CE. La división de poderes, la estructura del poder judicial en España y la protección jurisdiccional de los derechos.
2. El derecho a la información y su reconocimiento en la CE:
 1. Derecho a la información versus libertad de expresión. Especial análisis del artículo 20 de la CE y de la jurisprudencia al respecto.

2. Antecedentes históricos del derecho a la información. Especial referencia a la ley de prensa de 1966.
3. Titularidad del derecho a la información: ciudadanos y periodistas. El estatuto jurídico de los sujetos de la información.
3. La información veraz y relevante:
 1. La veracidad como requisito constitucional. Veracidad y diligencia profesional. La tesis del reportaje neutral a la doctrina del Tribunal Constitucional.
 2. Error material versus inveracidad. El derecho de rectificación y su regulación por ley orgánica 2/1984, de 26 de marzo.
 3. La relevancia pública de la información por razón del objeto y por razón de los sujetos.
4. Los límites genéricos a la libertad de información:
 1. Especial protección de la juventud y la infancia. La ley orgánica de protección al menor 1/1996, de 15 de enero.
 2. Los secretos oficiales y los estados de excepción y sitio.
 3. El secreto judicial a la ley y a la doctrina del Tribunal Constitucional.
5. Los derechos de la personalidad. Intromisiones ilegítimas desde el punto de vista civil:
 1. El derecho al honor en la ley Orgánica 1/82, de 5 de mayo y en la doctrina del TC.
 2. El derecho a la intimidad en ley orgánica del 82 y en la doctrina del TC.
 3. El derecho a la propia imagen en ley orgánica del 82 y en la doctrina del TC. La evolución jurisprudencial de las cámaras ocultas.
6. Los derechos de la personalidad. Intromisiones ilegítimas desde el punto de vista penal:
 1. Las calumnias y las injurias con publicidad en el Código Penal. Tipos agravados.
 2. Delitos contra el honor, intimidad y la propia imagen en el Código Penal.
 3. Otros tipos penales.
7. Confrontación entre el derecho a la información y otros derechos fundamentales:
 1. Solución jurisprudencial ante la colisión entre dos derechos fundamentales.
 2. Principio de ponderación de bienes en conflicto según el TC.
 3. Responsabilidad civil y penal del periodista. Daños morales e indemnizaciones.
8. Protección constitucional de la información:
 1. Prohibición de censura previa.
 2. El secreto profesional. La cláusula de conciencia en la ley orgánica 2/1997, de 19 de junio, y en la doctrina del TC.
 3. Otros derechos del periodista. Especial mención al derecho de autor.
9. Los medios de comunicación y su régimen jurídico:
 1. Las empresas periodísticas.
 2. Los medios públicos y privados.
 3. Los medios de comunicación como servicios públicos.

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura consta de tres partes:

- La asistencia y la participación en clase tendrá un valor del 10% de la nota final.
- Se evaluarán los contenidos parciales a través de comentarios de sentencias, análisis de la documentación jurídica que deberán entregarse. Estos ejercicios tendrán un valor del 50% de la nota final.
- Al final del cuatrimestre se realizará una prueba para evaluar el grado de conocimiento general del programa. Esta prueba tendrá un valor del 40% de la nota final, prueba que deberá superarse para considerar las evaluaciones de los contenidos parciales.

Habrà una segunda prueba (repesca) para recuperar la parte teórica de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Bel Mallén, I.; Corredoira, Y.; Alfonso, L. (coords.); Desantes Guanter, J.M. (prólogo). *Derecho de la información*. Barcelona: Ariel, 2003.
- Carreras Serra, Lluís de. *Derecho español de la información*. UOC, 2003.
- Escobar Roca, Guillermo. *El Estatuto de los periodistas*. Madrid: Tecnos, 2002.
- González Encinar, J.J., con la colaboración de Salvador Martínez, M.; Fernández Vivas, Y.; Arenas Ramiro, M. (coord.). Salvador Martínez, M. *Derecho de la comunicación*. Barcelona: Ariel, 2002.
- Mieres Mieres, Luis Javier. *Intimidación personal y familiar prontuario de jurisprudencia constitucional*. Elcano Aranzadi, cop. 2002.
- Urías Martínez, Joaquín Pablo. *Lecciones de derecho de la información*. Madrid: Tecnos, 2003.

Complementaria

- Aguilera Fernández, A. *La libertad de expresión del ciudadano y la libertad de prensa o información*. Granada: Comares, 1990.
- Balaguer Callejón, M.L. *El derecho fundamental al honor*. Madrid: Tecnos, 1992.
- Carmona Salgado, Concepción. *Libertad de expresión e información y sus límites*. Madrid: Edersa, 1991.
- Carrillo, Marc. *Los límites a la libertad de prensa en la Constitución española de 1978*. Barcelona: PPU, 1987.
- Carrillo, Marc. *La clàusula de consciència i el secret professional dels periodistes*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació / Generalitat de Catalunya, 1992.
- Carrillo, Marc. *La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas*. Madrid: Cívitas, 1993.
- Carrillo, Marc. "Los consejos de prensa como forma de autocontrol: propuestas y prevenciones respecto a su viabilidad en España". En: *Revista de Estudios Políticos*, n. 54. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales. Noviembre-diciembre de 1986.
- Carrillo, Marc; Casares, Francisco. *Guía jurídica del periodista*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya / J.M. Bosch.
- Carreras Serra, Francisco de y otros. *Libertad de expresión*. Enseñanza Departamento de Ciencia Política y Derecho público. PPU, SA [Anuario 1990].
- Carreras Serra, Lluís. *Règim jurídic de la informació: periodistes i mitjans de comunicació*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació / Generalitat de Catalunya, 1996.
- Carreras Serra, Lluís. *Régimen jurídico de la información: periodistas y medios de comunicación*. Barcelona: Ariel, 1996. [Ariel Derecho].
- Carreras Serra, Lluís. *La ràdio i la televisió a Catalunya, avui*. Barcelona: Edicions 62, 1987. [Libros al alcance].
- Chinchilla Marín, Carmen. *La radiotelevisión como servicio público esencial*. Madrid: Tecnos, 1988.
- Chinchilla Marín, Carmen. *Sobre el derecho de rectificación*. Poder Judicial, 6. Junio ??de 1987.
- Chinchilla Marín, Carmen. *Les competències de les Comunitats autònomes en matèria de televisió*. Revista Autonomies, 8. Diciembre de 1987.
- Cruz Villalón, P. *Estados excepcionales y suspensión de garantías*. Madrid: Tecnos, 1984.
- Fernández de Casadevante Romaní, Carlos. *La aplicació del Convenio Europeo de Derechos Humanos en España*. Madrid: Tecnos, 1988.
- Fernández-Miranda Campoamor, Alfonso. *El secreto profesional de los informadores*. Madrid: Tecnos, 1990. [Temas Clave de la Constitución Española].
- García de Enterría, E. [et al.]. *El sistema europeo de protección de los derechos humanos*. Madrid: Cívitas, 1983. [Monografías].
- García Llovet, Enrique. *El régimen jurídico de la radiodifusión*. Madrid: Marcial Pons/Ediciones Jurídicas, 1991.
- Gay Fuentes, Celeste. *La televisión ante el derecho internacional y comunitario*. Madrid: Marcial Pons / Ediciones Jurídicas, 1994.
- Gómez Reyno Carnota, E. *Aproximación histórica al derecho de la imprenta y de la prensa en España*

- (1840-1966). Madrid: IEA, 1977.
- Herrero-Tejedor, Fernando. *Honor, intimidad y propia imagen*. Madrid: Colex, 1994.
 - Jaén Vallejo, Manuel. *Libertad de expresión y delitos contra el honor*. Colex, 1992.
 - Laguna de Paz, José Carlos. *Régimen Jurídico de la televisión privada*. Marcial Pons, Ediciones Jurídicas, 1994.
 - Molinero, César. *Teoría y fuentes del derecho de la información*. Barcelona: Escuela superior de Relaciones Públicas PPU, 1989.
 - Muñoz Machado, Santiago. *Libertad de prensa y procesos por difamación*. Barcelona: Ariel, 1988.
 - O'Callaghan, Xavier. *Libertad de expresión y sus límites: honor, intimidad e imagen*. Madrid: Revista de Derecho Privado-Editoriales de Derecho Reunidas, 1991.
 - Pérez Luño, Antonio. *Los derechos fundamentales*. Madrid: Tecnos, 1988.
 - Pérez Royo, Javier. *Las fuentes del derecho*. Madrid: Tecnos, 1984.
 - Pérez Royo, Javier [et al.]. *La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas*. Cuadernos y debates, 48. Madrid: Centro de estudios Constitucionales, 1994. 24 de enero de 1994. [Publicación del debate celebradas en el Centro de Estudios Constitucionales] n. 48.
 - Rebollo Vargas, Rafael. *Aproximación a la jurisprudencia constitucional: libertad de expresión e información y límites penales*. Barcelona: PPU, 1992.
 - Ruíz-Giménez, Joaquín. *Dialèctica de la llibertat de comunicació*. Barcelona: Generalidad de Cataluña, 1991.
 - Saavedra, M. *La libertad de expresion en el estado de derecho*. Barcelona: Ariel, 1987.
 - Salvador Coderch, Pablo [et al.]. *¿Qué es difamar? Libelo contra la Ley del Libelo*. Madrid: Cuadernos Cívitas, 1987.
 - Salvador Coderch, Pablo [et al.]. *El mercado de las ideas*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1990.
 - Sánchez González, S. *La libertad de expresión*. Madrid: Marcial Pons / Ediciones Jurídicas, 1992.

Historia del Periodismo

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Manuel Llanas Pont

OBJETIVOS:

Se trata de ofrecer un panorama histórico y cultural del periodismo en Cataluña desde el último tercio del siglo XIX, etapa que internacionalmente da paso a la prensa de masas, hasta la actualidad. Enmarcado en coordenadas internacionales, este panorama comprende, pues, tanto los medios escritos como los audiovisuales y pretende poner de relieve las grandes personalidades de nuestro periodismo, entendidas a la vez como modelo y referente.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- 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 de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos como expresiones de las formas de vida y de sus culturas, en su relación con los contextos sociales y sus cambios.

CONTENIDOS:

1. De la consolidación del Estado liberal a la Guerra Grande.
2. La agonía de la Restauración y la primera dictadura del siglo XX (1914-1930).
3. La Segunda República y la guerra civil (1931-1939).

EVALUACIÓN:

La valoración de dos cuestionarios realizados durante el cuatrimestre suma el 50% de la nota global (35% un cuestionario sobre una lectura y 15% un cuestionario sobre el ejemplar de un diario). El 50% restante se obtiene de un examen al final del cuatrimestre que hay que aprobar obligatoriamente. Las incorrecciones gramaticales penalizan siempre la calificación de los diferentes ejercicios.

BIBLIOGRAFÍA:

Lectura recomendada

- Guillaumet, Jaume. *Historia del periodismo*. Enseñanza UAB; Castellón: UJI; Barcelona: UPF; Valencia: UV, 2003.

Básica

- *200 anys de premsa diària a Catalunya (1792-1992)*. Barcelona: Fundació Caixa de Catalunya, 1995.
- Baget Herms, Josep M. *Història de la televisió a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 1999.
- Baget Herms, Josep M. *Historia de la televisión en España (1956-1975)*. Barcelona: Feed-back, 1993.
- Balsebre, Armand. *En el aire. 75 años de radio en España*. Madrid: Cadena SER, 1999.
- Balsebre, Armand. *Historia de la radio en España*. 2 vols. Madrid: Cátedra, 2001-2002.
- Barrera, Carlos (coord.). *Del gacetero al profesional del periodismo. Evolución histórica de los actores humanos del cuarto poder*. Madrid: Fragua, 1999.
- Briggs, Asa; Burke, Peter. *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus, 2002.
- Casasús, Josep M. *Artículos que dejaron huella*. Barcelona: Ariel, 1994.
- Casasús, Josep M. *El pensament periodístic a Catalunya*. Barcelona: Curial, 1987.
- Casasús, Josep M. *Periodisme català que ha fet història*. Barcelona: Proa, 1998.
- Casasús, Josep M. *Periodística catalana comparada*. Barcelona: Pòrtico, 1993.
- Colombo, Furio. *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*. Barcelona: Anagrama, 1997.
- Díaz, Lorenzo. *La radio en España (1923-95)*. Madrid: Alianza Editorial, 1995.
- Fabre, Jaume. *Història del fotoperiodisme a Catalunya (1885-1976)*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 1990.
- Franquet, Rosa. *Història de la radiodifusió a Catalunya. (Del naixement al franquisme)*. Barcelona: Edicions 62, 1986.
- Gómez Mompert, Josep Lluís; Marín Otto, Enric (eds.). *Historia del periodismo universal*. Madrid: Síntesis, 1999.
- Gómez Mompert, Josep Lluís. *La gènesi de la premsa de masses a Catalunya (1904-1920)*. Barcelona: Pòrtic, 1992.
- Guillaumet, Jaume. *La premsa a Catalunya*. Barcelona: Diputació de Barcelona; Col·legi de Periodistes de Catalunya, 1988.
- Huertas Claveria, Josep M. *El periodista, entre la indefinició i l'ambigüitat. Evolució d'un concepte professional entre dos segles*. Barcelona: Dèroa Blanquerna Comunicació, 1998.
- Saiz, María Dolores; Seoane, María Cruz. *Historia del periodismo en España. 3. El siglo XX (1898-1936)*. Madrid: Alianza Editorial, 1996.
- Sánchez Aranda, José Javier; Barrera del Barrio, Carlos. *Historia del periodismo español. Desde sus orígenes hasta 1975*. Pamplona: Eunsa, 1992.
- Seoane, María Cruz. *Historia del periodismo en España. 2. El siglo XIX*. Madrid: Alianza Editorial, 1987.
- Solà i Dachs, Lluís. *Història dels diaris en català. Barcelona 1879-1976*. Barcelona: Edhasa, 1978.
- Timoteo Álvarez, Jesús [et al.]. *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Ariel, 1989.
- Torrent, Joan; Tasis, Rafael. *Historia de la prensa catalana*. 2 vols. Barcelona: Bruguera, 1966.
- Weill, Georges. *El periódico. Orígenes, evolución y función de la prensa periódica*. México: UTEHA,

1979. [Primera edición (en francés): 1934]

Taller de Producción Audiovisual

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 9.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Cristina Perales García
- Raúl Martínez Corcuera

OBJETIVOS:

Consolidar los conocimientos adquiridos en asignaturas anteriores sobre los géneros periodísticos propios de los medios audiovisuales y conocer otros nuevos. El objetivo es poder construir un producto audiovisual complejo a partir de la integración de los diferentes géneros en un mismo contexto, programa y medio.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la toma de decisiones.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad para trabajar en entornos de presión.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Dominar las lenguas catalana y española (oral y escrita) en un nivel avanzado.
- Saber buscar, contrastar y jerarquizar la información periodística.
- Conocer la organización y gestión de los recursos técnicos, humanos y presupuestarios para una producción gráfica.
- Conocer y dominar los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje audiovisual en sus diferentes medios y géneros periodísticos.
- Tener conocimientos de preproducción, producción y postproducción audiovisual.
- Tener capacidad y habilidad para el ejercicio de las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.

CONTENIDOS:

1. Géneros y macrogéneros audiovisuales:
 - Información, entretenimiento y ficción.
2. Géneros informativos-interpretativos audiovisuales:
 - La entrevista: tipologías y técnicas. La realización televisiva de la entrevista.
 - El reportaje como género audiovisual: radio y televisión. Tipologías.
3. Géneros coloquiales en los medios audiovisuales:
 - Monólogos. Debate, tertulia y mesa redonda.
 - Especificidades de la radio y la televisión.
4. El programa radiofónico:
 - Géneros, formatos y tipologías de programas en la radio actual.
 - El magacín contenedor.
5. El programa televisivo:
 - Géneros, formatos y tipologías de programas. El magacín.

EVALUACIÓN:

- Esta es una asignatura eminentemente práctica, que requiere la asistencia a todas las sesiones. Se realiza un sistema de evaluación continua individual y en grupo en el que se hará una media de las prácticas realizadas en el medio radiofónico y las realizadas para televisión. Para superar la asignatura será necesario aprobar ambas partes.
- El profesorado establecerá la recuperación de alguna prueba práctica suspendida.

BIBLIOGRAFÍA:

- Alcudia, M. (coord.) *Nuevas perspectivas sobre los géneros radiofónicos*. Madrid: Fragua, 2008.
- Balsebre, A.; Mateo, M.; Vidal, D. *La entrevista en radio, televisión y prensa*. Madrid: Cátedra, 1998.
- Bandrés, E.; García, J. A.; Pérez, G.; Pérez J. *El periodismo en la televisión digital*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Barroso, Jaime. *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis, 1996.
- Cebrián Herreros, Mariano. *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Barcelona: Gedisa, 2004.
- Comparato, Doc. *De la creación al guión*. Madrid: IORTV, 1992.
- Fernández Díez, F.; Martínez Abadía, J. *Manual básico de Lenguaje y Narrativa Audiovisual*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2003.
- Ferré Pavía, C. *Barcelona TV. Llibre d'Estil*. Barcelona: UOC, 2008.
- Gutiérrez, M.; Perona, J.J. *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Barcelona: Bosch, 2002.
- Herrera Damas, S. *Cómo elaborar reportajes en radio*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2008.
- Martínez-Costa, M.P.; Díez Unzueta, J.R. *Lenguaje, géneros y programas de radio. Introducción a la narrativa radiofónica*. Madrid: EUNSA, 2005.
- Medieta, Salvador. *Manual de estilo de TVE*. Barcelona: Labor, 1993.
- Micó, J. Ll. *Teleperiodismo digital*. Barcelona: Trípod, 2006.
- Millerson, G. *Técnicas de realización y producción en televisión*. Madrid: IORTV, 2002.
- Oliva, Ll.; Sitjà, X. *Las noticias en radio y televisión. Periodismo audiovisual en el siglo XXI*. Barcelona: IORTV, 2007.
- Próspero, J.; López, C. *Elaboración de noticias y reportajes*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo, 2001.
- Rodero, E. *Creación de programas de radio*. Madrid: Síntesis, 2011.
- Soler, Llorenç. *La realización de documentales y reportajes para la televisión*. Barcelona: Cims, 1998.
- Úbeda, J. *Reportaje en televisión. El modelo americano*. Barcelona: Ixia Libros, 1992.
- Zettl, Herbert. *Manual de producción de televisión*. Madrid: Paraninfo, 1999.

Métodos de Investigación en Comunicación

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Gerard Coll Planas

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es ofrecer una introducción a la investigación científica en comunicación. Concretamente, que el estudiante se familiarice con la terminología utilizada en el mundo de la investigación, así como con los principales métodos y técnicas aplicados en los estudios sobre los medios de comunicación. Al final del curso el estudiante habrá obtenido el conocimiento necesario para el correcto diseño de un trabajo de investigación.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- 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 de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad de búsqueda.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación de la comunicación en general y del periodismo en particular.

CONTENIDOS:

1. Las bases del conocimiento científico:
 1. ¿Qué es el conocimiento científico?
 2. El método científico.
 3. Las áreas de investigación en comunicación.
 4. Las fases del proceso de investigación en comunicación.
2. Fase 1. Tema y objetivos:
 1. Elección del tema.
 2. Pregunta de investigación.
 3. Objetivos generales y específicos.
 4. Justificación de la investigación.
3. Fase 2. El marco teórico:

1. Antecedentes.
2. Investigación documental.
3. Construcción de la base teórica.
4. Fase 3. Marco conceptual e hipótesis.
5. Fase 4. Metodología y muestra:
 1. Enfoques cualitativo y cuantitativo.
 2. Diseño de la investigación.
 3. Universo, población, muestra y unidades.
 4. Tipología de muestreos: probabilísticos y no probabilísticos.
6. Fase 5. Técnicas de investigación y análisis:
 1. Técnicas cualitativas: observación participante, entrevistas en profundidad, historias de vida, grupos de discusión y el Método Delphi.
 2. Técnicas cuantitativas: encuestas, experimentos y análisis de contenidos.
 3. Análisis de la información.
7. Fase 6. Plan de trabajo, presupuestos y presentación:
 1. Plan de trabajo.
 2. Presupuestos.
 3. Presentación de la propuesta.

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura se divide en una parte teórica y una parte práctica:

- La parte teórica (40%) se evalúa de forma individual y se basa en dos ejercicios que se harán en clase. Cada uno contará el 20% de la nota global de la asignatura. En estos ejercicios se evaluará el conocimiento de los contenidos trabajados en clase así como de las lecturas obligatorias de la asignatura.
- La parte práctica (60%) se basa en un trabajo en grupos de 4 personas y se divide en dos entregas:
 - Entrega I (30%): Tema, pregunta, objetivos y diseño del marco teórico.
 - Entrega II (30%): Marco conceptual, diseño de la investigación, preparación técnicas, pruebas piloto y exploración.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Adorno, Th.W. (2001). *Epistemología y ciencias sociales*. Madrid: Cátedra y Universidad de Valencia.
- Ander-Egg, E. (1987). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Humanitas.
- Berganza, M.R.; Ruíz San Román, J.A. (coord.) (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Bericat, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social. Significación y medida*. Barcelona: Ariel.
- Busquet, J.; Medina, A.; Sort, J. (2006). *La recerca en comunicació. Què hem de saber? Quins passos hem de seguir?* Barcelona: UOC.
- Galindo Cáceres, J. (coord.) (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Addison Wesley Longman.
- García Ferrando, M.; Ibañez, J.; Alvira, F. (comps.) (2001). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Jensen, K.B.; Jankowski, K.B. (eds.) (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Ruiz Olabuenagua, J.I. (1998). *Cómo elaborar un proyecto de investigación*. Bilbao: Universidad de Deusto.

- Soriano, J. (2007) *L'ofici de comunicòleg*. Vic: Eumo Editorial.
- Taylor, S.J.; Bogdan, R. (1992). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado*. Barcelona: Paidós.
- Wimmer, R.D.; Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch, 1999.
- Wimmer, R.D.; Dominick, J.R. (2001). *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. Mèxic: International Thomson.

Periodismo en Línea

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Diego Antonio Linares Romera

OBJETIVOS:

Internet se ha convertido en una fuente de información fundamental para la mayoría de las personas. Esto requiere por parte de los periodistas (tanto si trabajan en medios exclusivamente digitales como no) un doble acercamiento a la red. Por un lado deben saber encontrar la información y los recursos necesarios y elegir los adecuados en un entorno con sobreinformación no siempre fiable. Por otra parte deben ser capaces de crear contenidos para la red que aprovechen de manera racional los innumerables recursos disponibles. El periodista digital debe asegurar la calidad de la información que se refiere a la Red creando piezas periodísticas originales y propias, con enlaces a las fuentes de información y en contacto directo con el lector.

El objetivo de la asignatura es dar al alumno las herramientas necesarias para desarrollar su trabajo en entornos digitales multimedia. Esto incluye tanto las tareas de investigación, producción y documentación en red como las técnicas de redacción en espacios hipertextuales, así como la incorporación de elementos multimedia. Se pondrá especial énfasis en la utilización de los recursos disponibles en la llamada web 2.0.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para resolver problemas.
- Tener capacidad para la toma de decisiones.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos de la producción multimedia interactiva y del ciberperiodismo.
- Tener capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).
- Saber buscar, seleccionar, evaluar y organizar información procedente de medios digitales y tradicionales.

CONTENIDOS:

0. Introducción. ¿Existe un periodismo digital?
1. El papel del periodista en la sociedad de la información:
 - De Altamira a Google, 14.000 años de sociedad de la información.
 - De la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento.
 - El periodista como gestor de conocimiento.
 - Nuevos retos, nuevos roles.
2. La información en la red. Formas y formatos:
 - Modelos y formatos de espacios de información.
 - Análisis de medios tradicionales/digitales.
 - La red como fuente.
 - Participación en espacios de comunicación: correo electrónico, listas (moderadas o no), foros de debate, redes sociales.
3. Cambios en la manera de informar:
 - Criterios periodísticos para escribir en la red.
 - El estilo del periodista digital.
 - Arquitectura y diseño de la información.
 - La comunicación entre los periodistas y las audiencias.
 - Espacios para la interactividad en los medios.
4. El periodismo participativo/ciudadano:
 - ¿De qué manera la información pasa por muchas manos?
 - El informe: 'We the media'.
 - Medios que funcionan.
 - Los periodistas de los weblogs, podcasts y otros espacios de comunicación.
5. La financiación de los medios:
 - ¿Quién paga por la información?
 - Presiones económicas e independencia profesional.
 - Más allá de la publicidad.
6. Recursos para los periodistas digitales:
 - Más allá del buscador: otras maneras de acceder a la información.
 - Las redes especializadas y los confidentiales.
 - Herramientas 2.0 para periodistas.
7. La comunicación digital:
 - La moderación en espacios públicos y privados. ¿Censura o filtraje?
 - Tareas de la moderación.
 - El gestor del conocimiento en red. De los datos puros al conocimiento.
 - Reciclar la información. Creación de contenidos originales.

EVALUACIÓN:

La asignatura tiene una parte práctica y otra teórica, pero ambas están íntimamente relacionadas. Por este motivo los conocimientos teóricos adquiridos deberán demostrarse tanto en la participación en clase como en los trabajos prácticos.

Para la parte práctica será imprescindible crear un medio digital donde colgar cada una de las actividades que se lleven a cabo.

Existirán dos modalidades que podrá escoger el alumno:

- Opción A: Práctica individual. El alumno creará un weblog donde colgará las prácticas. Se valorará, además de la calidad de los artículos, la coherencia del medio, el diseño y la estructura del espacio.
- Opción B: Práctica en grupo. Se creará un medio online para todos los alumnos que quieran participar.

Se crearán las secciones pertinentes y se trabajará como en una redacción real. Se valorará, además de la calidad de los artículos, la capacidad de organización y de colaboración.

Independientemente de la opción elegida, los alumnos deberán hacer las siguientes prácticas evaluables:

- Trabajo teórico: los alumnos deberán elaborar un ensayo o un pequeño trabajo de investigación sobre alguno de los apartados del programa. El trabajo se hará en grupos de cinco alumnos y deberá entregarse después de Semana Santa. En el mes de mayo se presentarán oralmente ante la clase. 30% Fecha de entrega: antes del 20 de abril
- Lectura recomendada: los alumnos deberán escoger un libro de la bibliografía complementaria y hacer una valoración crítica. Podrán escoger un libro no propuesto previa consulta al profesor. (20%) Fecha de entrega: antes del 15 de mayo.
- Prácticas de curso: a lo largo del curso se harán varios artículos donde se deberán aplicar los conocimientos adquiridos. Estas prácticas deberán colgarse en el medio (opción A o B) e incluyen al menos una noticia, una crónica y una entrevista. (20%) Fecha de entrega: antes del 31 de mayo
- Reportaje final: antes de finalizar el curso los alumnos deberán realizar un reportaje multimedia donde deberán poner en práctica todo lo aprendido a lo largo del curso (30%). El reportaje debe estar aprobado para superar la asignatura.
- Opcionalmente podrá organizarse alguna otra actividad como visitas a medios digitales o participación en congresos, que permitirían al alumno mejorar nota (20% máximo) mediante la elaboración de una valoración crítica de la actividad.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Micó, J.LI. *Periodisme a la Xarxa*. Vic: Eumo Editorial, 2006.
- Díaz-Noci, J.; Salaverría, R. *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003.

Complementaria

- Almirón, N. *De Vannevar Bush a la WWW*. Valencia: Edicions 3i4, 2001.
- Almirón, N.; Jarque, J.M. *El mito digital*. Barcelona: Anthropos, 2008.
- Berners-Lee, T. *Tejiendo la red*. Madrid: Siglo XXI, 2000.
- Briggs, M. *Journalism 2.0: how to survive and thrive*. http://www.kcnn.org/resources/journalism_20/
- De Pablos, J.M. *La Red es nuestra. El periódico en línea*. Barcelona: Paidós, 2001.
- Domingo, D. *Periodisme digital a Catalunya. Radiografia de 445 webs informatius*. Col. Ones i Bits. Barcelona: Col·legi de Periodistes, 2004.
- Estévez, J. *Periodismo en la red*. Madrid: Anaya Multimedia, 2002.
- Fernández Hermana, L.A. *En.red.ando*. Barcelona: Ediciones B, 1998 (descatalogado).
- Fumero, A.; Roca, G. *Web 2.0*. http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/publi_253_11.asp
- Gillmor, D. *We the media*. <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>
- Katz, J.E.; Rice, R.E. *Consecuencias sociales del uso de Internet*. Barcelona: UOC, 2005.
- Lloret, O. *Converses sobre els orígens d'Internet a Catalunya*. Barcelona: Beta, 2000.
- Mattelart, A. *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós, 2007.
- Negroponte, N. *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B, 2000.
- Orihuela, J.L. *La revolución de los blogs*. Madrid: La esfera de los libros, 2006.
- Orihuela, J.L. *Mundo twitter*. Barcelona: Alienta, 2011.
- Palomo Torres, María Bella. *El periodista on line*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones, 2004.
- Parra Valcarce, D. y Álvarez Marcos, J. *Ciberperiodismo*. Madrid: Síntesis, 2004.
- Piscitelli, Alejandro. *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gedisa, 2005.
- Ramonet, I. (ed.). *La post-televisión*. Barcelona: Icaria, 2002.
- Rheingold, H. *Smart mobs. Multitudes inteligentes*. Barcelona: Gedisa, 2004.
- Rojas, O. (coord.) *Blogs: La conversación en internet que está revolucionando mitjans empresas y*

Ciudadanos. Madrid: ESIC, 2005.

Taller de Infografía

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: español

PROFESORADO

- Héctor Iván Navarro Güere
- Henry Naranjo Pérez

OBJETIVOS:

Capacitar al estudiante para entender y crear infografías para publicaciones periódicas utilizando todos los recursos gráficos del diseño.

El programa proporciona los conocimientos teóricos y prácticos inherentes al desarrollo del diseño periodístico destacando el tratamiento de los gráficos informativos estáticos y dinámicos como nuevas formas expresivas de los medios informativos.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como el uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos.
- Conocer la imagen espacial y las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como en movimiento.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la infografía:
 - Historia.
 - Descripción.
 - Función de la infografía en la prensa.
 - La tecnología al servicio de la infografía.
 - El periodista-infografista.
2. Diseño de la información y proceso infográfico:
 - El compromiso informativo.
 - La documentación.
 - El lugar de los hechos y los testigos.
 - El boceto y el *story board*.
 - El equilibrio entre la función y la forma.

- Metáfora, soporte, jerarquía y retícula.
 - Tipografía y color.
3. Elementos infográficos:
- El infomapa.
 - La representación geográfica.
 - La figura humana.
 - La megainfografía.
 - Diagramas e iconos.
 - Herramientas visuales de apoyo.
4. Variables gráficas:
- Tendencias.
 - La ilustración como recurso infográfico.
 - La fotografía como recurso infográfico.
 - Introducción a la infografía *on-line* y sus posibilidades.
 - Gráficos en movimiento.

EVALUACIÓN:

Clases y prácticas presenciales:

- Práctica 1: 10% (individual).
- Práctica 2: 20% (individual).
- Práctica 3: 30% (individual).
- Práctica 4: 40% (grupo de 2 personas).

Es recomendable consultar los *Planes de trabajo*.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Foglia, E. (2010). "Visualització de dades i infografia". En: *Disseny grafic i disseny web*. Vic: Eumo Editorial, p. 251-280.

Complementaria

- Aicher, Otl; Kramp, Martín. *Sistemas de signos en la comunicación visual*. Barcelona: GG Diseño.
- Blackwell, L. *Tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.
- Bounford, Trevor *Diagramas digitales. Cómo diseñar y presentar información gráfica*. Barcelona: GG Diseño, 2001.
- Burke, Michael; Wildbur, Peter. *Infográfica. Soluciones innovadoras en el diseño contemporáneo*. Barcelona: GG, 1998.
- Casasús, J.M.; Nuñez, Ladevéze, L. *Evolución y análisis de los géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel, 1991.
- De Pablos, José M. *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía*. Madrid: Síntesis, 1999.
- Costa, Joan. *La esquemática, visualizar la información*. Barcelona: Paidós, 1998.
- Frutiger, Adrian. *Signos, símbolos, marcas, señales*. Barcelona: GG Diseño.
- Gäde, Reinhard. *Diseño de periódicos. Sistemas y métodos*. Barcelona: GG Diseño.
- Holmes, Nigel. *The Best in Diagrammatic Graphics*. Rotovision (March 1, 1994).
- Lipton, Ronnie. *Information Graphics and Visual Clues*. New in paperback.
- Lipton, Ronnie. *Communicating Information through Graphic Design*.
- Mijksenaar, Paul. *Una introducción al diseño de la información*. México: GG.

Taller de Comunicación Interactiva

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Arnau Gifreu Castells
- Marc Vaillo Daniel

OBJETIVOS:

Introducción a la producción multimedial para internet mediante el uso de programas informáticos de edición (*Dreamweaver*) y gestores de contenidos (*Content Manager System*, tipo *Wordpress*). Aplicación de los conocimientos desarrollados en la asignatura *Comunicación Digital Interactiva* mediante la producción de un proyecto previo realizado en la anterior asignatura.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener capacidad y habilidad para utilizar los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas.
- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos de la producción multimedia interactiva y del ciberperiodismo.
- Tener capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).
- Saber buscar, seleccionar, evaluar y organizar información procedente de medios digitales y tradicionales.

CONTENIDOS:

1. Fundamentos básicos de tecnología web:
 - a) Interfaz del software.
 - b) Creación de un sitio local nuevo.
 - c) Creación de una página básica.
 - d) Aprendizaje de HTML básico y etiquetas más usadas.
2. Sitio local y sitio remoto:
 - a) Definición del sitio local en Dreamweaver.
 - b) Vista local y vista remota.

- c) FTP, poner nuestro sitio web on-line.
- 3. Diseño HTML:
 - a) Diseño básico de la página.
 - b) Tablas (filas y columnas y celdas).
 - c) Composición general. Diseñar la parrilla. Plantillas.
- 4. Objetos multimedia: visuales:
 - a) Imágenes.
 - b) Mapas de imagen.
 - c) Imágenes de sustitución.
- 5. Texto. Vinculaciones:
 - a) Introducción.
 - b) Hipertexto y enlaces.
 - c) Formateado, tipografía, cuerpo.
 - d) Vinculación (tipo: absoluta, relativa a la página, al lugar).
- 6. Diseño avanzado CSS:
 - a) Estilos de cascada.
 - b) Hojas de estilo.
 - c) Clases, IDs, etiquetas.
 - d) Estilos en línea.
- 7. Como escribir en la Web:
 - a) Producción y uso de enlaces.
 - b) Uso eficaz del hipertexto.
 - c) Ejercicios.
- 8. Planeta Web 2.0:
 - a) Concepto y propiedades.
 - b) Uso del contenido dinámico.
 - c) Texto e imagen: Del.icio.us, Blogger, Word Press, Wikipedia, Google Reader, Flickr, YouTube, etc.
 - d) Comunidades: MySpace, Facebook.
- 9. Sistemas de gestión de contenidos (CMS):
 - a) Panorama y software.
- 10. Wordpress:
 - a) Interfaz.
 - b) Administración vs contenido.
 - c) Temas, planas, menús.
 - d) Entradas, etiquetas, categorías.
 - e) *Sidebars, plugins y widgets*.
 - f) Estilos CSS en CMS.

EVALUACIÓN:

1.º bloque

- Dos ejercicios prácticos individuales obligatorios: 40%.
- Presentación grupal del proyecto (Pitch): 10%.

2.º bloque

- Proyecto final en grupo: 50%.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Barcelona / México DF: Universitat de Vic. Flacso México. www.planetaweb2.net
- Eccher, Clint (2011). *Diseño Web profesional*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Negrino, Tom (2009). *Styling web pages with CSS visual quickproject guide*. Berkeley, CA: Peachpit Press.
- Pardo Kuklinski, H. (2010). *Geekonomía. Un radar para producir en el postdigitalismo*. Colección Transmedia XXI. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Schultz, David W. (2007). *Beginning HTML with CSS and XHTML: modern guide and reference*. Berkeley, CA: Apress.
- Sullivan, Stephanie (2008). *Mastering CSS with Dreamweaver CS3*. Berkeley, CA: New Riders; London: Pearson Education [distribuidor]
- Wallace, Heather R. (2011). *WordPress 3. Desarrollo de proyectos Web*. Madrid: Anaya Multimedia.

Complementaria

- Castells, Manuel (1996). *La era de la información. Vol. 4. La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Hodge Silver, April; Hayder, Hasin (2010). *WordPress*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Jarvis, Jeff (2009). *What Would Google Do?* New York: Collins Business.
- Lewis, Joseph R. (2009). *Advanced CSS*. Berkeley: Friends of ED; New York: Distribuido por Springer-Verlag.
- Meyer, Eric A (2007). *CSS pocket reference*. Farnham, Calif.: O'Reilly, 3rd ed.
- Pardo Kuklinski, Hugo; Brandt, Joel; Puerta, Juan Pablo (2008). Mobile Web 2.0.Theoretical-technical framework and developing trends. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, vol. 2, nro. 4. <http://online-journals.org/i-jim/article/view/535>
- Piscitelli, Alejandro (2009). *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.
- Sanders, Bill (2011). *HTML5. El futuro de la Web*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Scolari, Carlos; Carlón, Mario (eds.) (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

Taller de Fotografía

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordi Ribot Puntí

OBJETIVOS:

Esta asignatura pretende que los estudiantes del Grado de Periodismo puedan comunicar los hechos y los acontecimientos que rodean el mundo de la información y la actualidad a través de una cámara fotográfica convencional. Que tengan una base sólida para poder adaptarse a las nuevas tecnologías y fotografiar el mundo que los rodea con las nuevas cámaras de fotografía que ofrece el mercado, teléfono móvil, ordenadores, y otros dispositivos informáticos.

Objetivos:

- Aprender a hacer funcionar la cámara fotográfica desde el punto de vista técnico.
- Aprender composición visual.
- Saber utilizar la cámara fotográfica para contar una noticia.
- Saber editar una fotografía con el programa informático genérico.
- Aprender a tener criterio periodístico y saber gestionar la información de actualidad y/o de interés general.
- Saber buscar una fotonoticia.
- Aprender a elaborar un reportaje fotográfico propio de actualidad.
- Reflexionar críticamente sobre el proceso de obtención de una fotografía para ser publicada y conocer las consecuencias que puede tener.
- Adquirir una conciencia crítica del papel del fotoperiodista en la sociedad.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Tener capacidad para resolver problemas.
- Tener capacidad para la toma de decisiones.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como el uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos.
- Conocer y dominar los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje fotográfico y sus géneros.
- Conocer la organización y gestión de los recursos técnicos, humanos y presupuestarios para una producción gráfica.
- Conocer la imagen espacial y las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como en movimiento.

CONTENIDOS:

1. Historia de la fotografía:
 1. Introducción: Historia del arte (artistas). Historia de la ciencia (científicos).
 2. El principio fotográfico: El invento y el inventor.
 3. Los primeros fotógrafos: Cameron, Stieglitz, Mybridge, Nadar.
 4. Las primeras cámaras: La cámara oscura, la cámara de placas, la cámara de banco óptico, la cámara Leica, la cámara reflex, la cámara compacta, la cámara digital.
2. Técnica fotográfica:
 1. La formación de la imagen.
 2. La cámara fotográfica: el cuerpo, y el objetivo, conmutadores y funcionamiento.
 3. Tipos de cámaras que ofrece el mercado: analógico, digital.
 4. El diafragma: número f, apertura, luminosidad.
 5. El obturador: escala de velocidades.
 6. La profundidad de campo: diafragma, distancia focal, distancia cámara-sujeto.
 7. El movimiento: el disparo, lento o rápido.
 8. La óptica: centro óptico, distancia focal, tipos de lentes.
 9. Los objetivos: angular, normal y teleobjetivo. Zoom, ópticas especiales.
 10. El enfoque: selección del punto enfocado, tipo de enfoque: AF, M.
 11. El fotógrafo y su equipo: situación, instinto, posición, actitud.
3. La luz:
 1. Características y propiedades.
 2. Tipos de luz, dirección, intensidad, temp. de color, calidad.
 3. Fuentes de luz: día, contraluz, efectos meteorológicos, tungsteno, fluorescente, fuego, artificial, flash.
4. Fotometría:
 1. La medida de la exposición: relación entre apertura, número f y sensibilidad.
 2. El fotómetro: el fotómetro de la cámara y el fotómetro independiente.
 3. Tipos de medidas de exposición: incidente y reflejada.
 4. Lecturas de la luz: puntual, metrical, preponderada el centro.
 5. Cálculo del gris medio de la imagen: tarjeta/carta gris del 18%.
5. Soportes fotográficos:
 1. Soporte analógico: la película fotosensible, ISO, grano, contraste, poder resolutivo, latitud.
 2. Tipos de soportes analógicos: negativo color, negativo b/n, diapositiva, infrarrojo, papel.
 3. Soporte digital: el sensor fotosensible, sensibilidad, pixel, pantalla, tarjetas de memoria.
 4. Soporte físico: papel, ploter, plástico, translúcido. Diferencias entre analógico y digital.
6. Tratamiento de la imagen:
 1. El laboratorio fotográfico convencional: revelado negativo/revelado positivo.
 2. El laboratorio fotográfico digital: programas de edición de imágenes. Photoshop.
 3. Preparación de la imagen digital para un uso profesional.
 4. Traspaso de soportes: digitalización de las imágenes (escáneres).
7. El flash:

1. Funcionamiento del flash.
 2. Diferentes sistemas de utilización: manual, automático, TTL.
 3. Tipo de flash: de cámara, de estudio.
 4. Utilización del flash: direccionable, rebotado, externo a la cámara.
8. La fotografía digital:
1. El sensor fotosensible: tipos de sensores.
 2. La pantalla o display: fotografiar comprobando el resultado.
 3. Formatos digitales: resolución, calidad y tamaño de la imagen.
 4. Archivos digitales.
 5. Problemas y soluciones del mundo digital: la suciedad en el sensor.
9. Imagen:
1. Composición visual: principios de composición. (Encuadre, escala de planos, armonía, claridad, luz, etc.).
 2. El recorrido visual, centro de interés, punto de vista.
 3. La ley de tercios.
 4. Anatomía del mensaje visual: representacional, abstracto, simbólico.
10. La fotografía y la ley:
1. Ley de la propiedad intelectual.
 2. Derechos de autor y copyright.
 3. Derechos de explotación de las imágenes.
 4. La propiedad de las fotografías.
 5. Permisos y autorizaciones.
 6. Derecho a la propia imagen.
 7. La ética del fotógrafo.
11. El fotógrafo profesional:
1. Trabajar de autónomo: ventajas e inconvenientes.
 2. Trabajar asalariado: ventajas e inconvenientes.
 3. Formación: académica y autodidacta.
 4. Credenciales: carné de prensa, autorizaciones.
 5. Herramientas de trabajo: equipo fotográfico, vehículos, teléfono móvil, ordenador, etc.
 6. Disponibilidad: horario, festivos y vacaciones.
12. El fotoperiodismo:
1. Origen, historia.
 2. Encargos habituales.
 3. Funcionamiento de un diario.
 4. La agencia fotográfica.
 5. El reportero.
 6. Publicaciones especializadas.

EVALUACIÓN:

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

- La parte de teoría valdrá el 20% de la nota. Repartida entre la asistencia a clase (10%) y de un comentario personal de un documental pasado en clase (10%).
- La parte práctica valdrá el 80% de la nota, y estará formada por la media de diez prácticas en grupo (30%) a realizar de forma dirigida en horario lectivo, una práctica individual (10%), y un trabajo final individual (40 %) que los alumnos deberán desarrollar a lo largo de todo el curso.

BIBLIOGRAFÍA:

- Aaland, Mikkel. *Consigue las mejores fotos con tu cámara digital*. Madrid: Anaya, 2004.
- Baeza, Pepe. *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.
- Barthes, Roland. *La cámara lúcida*. Mallorca: Leonard Muntaner, 2007.
- Benjamin, Walter. *Sobre la fotografía*. Traducción: José Muñoz Millanes. Valencia: Pre-textos, 2007.
- Daly, Tim. *Manual de fotografía digital*. Barcelona: Loc Team, 2000.
- Doménech, Hugo. *La fotografía informativa en la prensa generalista. Del fotoperiodismo clásico a la era digital*. (En línea) Castellón: Universitat Jaume I, 2005.
- Dubois, Philippe. *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Barcelona: Paidós, 1986.
- Eismann, Katrin, Seán Duggan, Tim Grey. *Fotografía digital. Títulos especiales*. Madrid: Anaya, 2005.
- Freund, Gisèle. *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili, 1993.
- Hedgecoe, John. *Manual de técnica fotográfica / John Hedgecoe*. Madrid: Blume, 1979
- Keen, Martin. *Práctica de la fotografía de prensa. Una guía para profesionales*. Barcelona: Paidós, 1995 (Biblioteca UVic).
- Kobre, Kenneth. *Fotoperiodismo. El manual del reportero gráfico*. Barcelona: Omega, 2006.
- Langford, Michael. *La fotografía paso a paso*. Madrid: Hermann Blume, 1984.
- Lister, Martin. *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona: Paidós, 1997 (Biblioteca UVic).
- Martin Evening. *Photoshop CS para fotógrafos*. Madrid: Anaya, 2004.
- Mellado, José María. *Fotografía digital de alta calidad*. Barcelona: Artual, 2006.
- Mellado, José María. *Fotografía de alta calidad. Técnica y método*. Barcelona: Artual, 2010.
- Newhal, Beaumont. *Historia de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.
- Sontag, Susan. *Sobre la fotografía*. Barcelona: Edhasa, 1981.
- Soler, Maria. *Las empresas de fotografía ante la era digital*. Madrid. Ediciones de las Ciencias Sociales, 2007 (Biblioteca UVic).
- Souvez Marie-Loup, *Historia de la fotografía*. Madrid: Cátedra, 1994.
- Tausk, Peter. *Historia de la fotografía en el siglo XX. De la fotografía artística al periodismo gráfico*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.

Taller de Redacción de Prensa III

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Maria Francisca Forga Martel

OBJETIVOS:

La asignatura quiere introducir al alumno en el conocimiento teórico y práctico del periodismo de opinión. Sus objetivos son:

- Conocer los géneros periodísticos de opinión y profundizar.
- Escribir en cada una de las variantes diferenciando sus rasgos básicos y conociendo las herramientas que se pueden emplear.
- Conocer los principios básicos de la retórica.
- Desarrollar un espíritu crítico a la hora de analizar el periodismo de opinión.
- Adquirir una perspectiva del periodismo de opinión de nuestro país y hacer seguimiento de algunos autores.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Dominar las lenguas catalana y española (oral y escrita) en un nivel avanzado.
- Tener capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación.

CONTENIDOS:

- Introducción a los géneros de opinión.
- Retórica: Aristóteles y el poder de la persuasión.
- Retórica: las trampas de la opinión. Distinguir la verdad, los dogmatismos, las paradojas, los falsos referentes...
- Retórica: la argumentación: validez de los argumentos. Falacias.
- El artículo firmado: la atracción de las firmas.
- La columna: la literatura de los diarios.
- La editorial: relevancia en su contexto. La editorial, un instrumento de influencia o de mediación.
- La crítica: el papel del crítico. Periodismo cultural. Tipo de críticas. Cómo se hace una crítica.
- El chiste gráfico: el dibujo de humor y la caricatura.

EVALUACIÓN:

- La evaluación será continua y requerirá del seguimiento regular y sistemático del curso, que implicará la asistencia del alumno a clase y su participación activa en las prácticas (mínimo un 80% de asistencia).
- Sólo se evaluará al alumno que haya entregado el 100% de las prácticas obligatorias.
- Durante el curso se irán pidiendo varios ejercicios que se entregarán a la profesora en la fecha determinada y que conformarán el 70% de la nota de la asignatura.
- El 20% de la nota corresponderá a un examen de un libro de lectura obligatoria.
- El último 10% corresponderá a la presentación del columnista escogido por el alumno.

* Cualquier alumno al que le publiquen una carta al director en un diario obtendrá automáticamente un punto extra en la nota final de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Weston, Anthony. *Las claves de la argumentación*. Barcelona: Ariel, 2007.
- Santamaría Suárez, Luisa; Casals Carro, M.^a Jesús. *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*. Madrid: Fragua, 2000.
- Ibáñez Escofet, Manuel. *La memoria es un gran cementerio*. Barcelona: Edicions 62, 1995.
- Burguet Ardiaca, Francisco. *Les trampes dels periodistes*. Barcelona: Edicions 62 (Llibres a l'abast), 2004.

Complementaria

- García Damborenea, Ricardo. *Uso de razón*. Internet (descarga gratuita).
- El País. *Libro de estilo*. Ediciones El País, 1990.
- Mas de Xaxàs, X. *Mentiras. Viaje de un periodista a la desinformación*. Barcelona: Destino, 2005.
- Grijelmo, Álex. *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus, 2008.
- Gomis, Lorenzo. *Teoría de los géneros periodísticos*. Generalitat de Catalunya, 1989.
- Sánchez González, Santiago. *Los medios de comunicación y los sistemas democráticos*. Madrid: Marcial Pons, 1996.
- León Gross, Teodoro. *El artículo de opinión*. Barcelona: Ariel, 1996.
- The Washington Post. *La página editorial*. México: Guernika, 1978.
- López Pan, Fernando. *La columna periodística. Teoría y práctica: el caso de Hilo directo*. Pamplona: Eunsa, 1995.
- Vallejo Mejía, María Luz. *La crítica literaria como género periodístico*. Pamplona: Eunsa, 1993.

ASIGNATURAS DE CUARTO CURSO

Ética Profesional

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Maria Francisca Forga Martel

OBJETIVOS:

Ética Profesional es una asignatura de reflexión y análisis crítico de la función que desempeñan los medios de comunicación y sus profesionales desde una perspectiva de la deontología profesional.

Partiendo de la premisa de que el periodismo y la comunicación tienen una misión de responsabilidad hacia la sociedad, esta materia permite descubrir qué es la deontología, qué diferencias se establecen entre ética y moral, cuáles son los límites y puntos de encuentro entre deontología y régimen jurídico de la comunicación y cuáles son los principios éticos que autorregulan la profesión.

La asignatura trata de reflexionar sobre las diferentes formas de fundamentar las conductas de los profesionales de la comunicación. Además, se tendrá en cuenta no un único sector profesional, sino que se tratarán diferentes modalidades de la comunicación: el periodismo, la publicidad y el entretenimiento.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- 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 de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Saber apreciar la diversidad y multiculturalidad.
- Respetar los derechos humanos.
- Tener sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.
- Tener disposición para el éxito y también para aprender a aceptar el fracaso.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer la ética y deontología profesional del periodismo así como el ordenamiento jurídico de la información.
- Tener conciencia igualitaria sobre las personas y los pueblos y respeto por los derechos humanos internacionales, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales o civilizadoras en relación con los valores fundamentales individuales y colectivos.
- Saber tratar la información de forma divulgativa de valores asociados a los derechos fundamentales, la igualdad de género, acceso universal y diversidad cultural.
- Conocer los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual y de cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses de todo tipo.

CONTENIDOS:

Introducción

1. ¿Qué es la deontología? Concepto de autorregulación. Delimitación de deontología, derecho y moral.
2. Memoria ética de los Derechos Humanos.
3. Códigos deontológicos, estatutos de redacción, libros de estilo y estatutos del defensor.

Deontología y comunicación.

1. El principio de veracidad:
 - Opiniones libres y hechos sagrados: el rigor informativo.
 - La neutralidad informativa.
2. El principio de justicia:
 - La atención a los grupos socialmente desfavorecidos.
 - La imparcialidad.
 - La presunción de inocencia.
3. El principio de libertad:
 - Límites a la libertad de expresión.
 - Condicionantes externos: el control político y otras formas de control.
 - Las relaciones con las fuentes.
4. El principio de responsabilidad:
 - Privacidad.
 - La protección de la infancia.
5. El periodismo en Internet y la ética periodística: blogs, periodistas-ciudadanos y la autoría:
 - Mecanismos de control.

Praxis

1. Conflictos éticos de la praxis profesional.
2. Ética del lenguaje: escritura e imágenes.

EVALUACIÓN:

Nota general sobre 100 puntos (50 puntos = aprobado*):

- Examen teórico I: 30 puntos.
- Examen teórico II: 30 puntos.
- Participación en el aula con presentaciones: 20 puntos.
- Prácticas: 20 puntos.

Es imprescindible haber asistido a un 80% de las clases para poder evaluar la asignatura.

- Hay que aprobar los dos exámenes teóricos para pasar la asignatura.
- Hay que hacer una presentación pública de una práctica.
- No se hará recuperación.

Valoración:

- Se valorará especialmente la participación en clase y las aportaciones personales en los debates que periódicamente se irán planteando.
- Sin embargo, en los exámenes y prácticas se valorarán la expresión, la ortografía y la sintaxis, así como la presentación de los mismos pudiendo constituir un elemento que disminuya la calificación.
- Es imprescindible presentar una de las prácticas en público a lo largo del curso. Se valorará tanto la forma como el fondo de esta presentación que podrá ser individual o en grupo de como máximo 3 personas.

BIBLIOGRAFÍA:

- Alsius, Salvador. *Ètica i periodisme*, Barcelona: Pòrtic, 1998.
- Aznar, Hugo. *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel, 1999.
- Aznar, Hugo. *Ética y periodismo: códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Bonete, Enrique; Aubach Guiu, M. Teresa. *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid: Tecnos, 1995.
- Lambeth, Edmund B. *Periodismo comprometido. Un código de ética para la profesión*. México: Limusa, 1992.
- Vázquez Fernández, Francisco. *Periodismo valorativo: casos ético-deontológicos de actualidad*. Madrid: Carperi, 1996.
- Prados, Enrique; Buxarrais, M. Rosa; Tey, Amélia. *Ética de la información*. Barcelona: UOC, 20

Códigos deontológicos:

- Codi Deontològic dels Periodistes de Catalunya, 1992.
- Código Deontológico de la FAPE (Federación de Asociaciones de Prensa de España), 1993.
- Código Deontológico Europeo, 1993.
- Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO, 1983.

Revistas on line:

- Sala de Prensa (www.saladeprensa.org)
- Boletín Difusión (www.difusion.com.es)

Periodismo de Investigación

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordi Serrat Manén

OBJETIVOS:

La asignatura introduce al alumnado en el conocimiento teórico y práctico de una especialidad periodística caracterizada por la búsqueda de temas de interés informativo, socialmente relevantes, que están ocultos o escondidos por alguien y que pueden aflorar gracias al trabajo investigador del reportero. El objetivo principal es conseguir que el estudiante conozca las competencias más básicas del trabajo del reportero investigador: que sepa consultar buenas fuentes personales, contrastar la información con rigor y documentarse con elementos sólidos para redactar y/o editar un reportaje en profundidad, además de saberlo gestionar en internet. Todo ello, desarrollando habilidades como el trabajo en equipo, el empeño y la destreza en la investigación con criterio periodístico. En el campo teórico, el objetivo central es aprender la función del periodismo de investigación, las diferencias con el periodismo de actualidad y las diferencias entre una investigación periodística y una filtración. Conscientes de que este aprendizaje supone oficio y muchos años de experiencia, la intención se despertará la curiosidad y la conciencia de los alumnos para que valoren el papel de los medios de comunicación como *watchdog* de la democracia y lo tengan en cuenta en el futuro cuando se inserten en el ámbito profesional. El estudio de casos concretos ayuda a tener perspectiva histórica para valorar con ejemplos como se ha llevado a la práctica el periodismo más de denuncia o aquel más trabajado, menos superficial, en diferentes contextos, registros y situaciones.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber buscar, contrastar y jerarquizar la información periodística.
- Distinguir entre una investigación periodística y una investigación académica.

CONTENIDOS:

1. Aproximación académica al periodismo de investigación:
 1. Características básicas de la especialidad.
 2. Diferencias con una investigación policial y judicial.
 3. Diferencias con una investigación académica o científica.
 4. El periodismo de precisión.
2. Periodismo de actualidad versus periodismo de investigación:
 1. La agenda mediática.

2. Las filtraciones.
3. Las investigaciones periodísticas que cambian la actualidad.
4. El reportaje en profundidad en el periodismo de investigación.
3. Estados Unidos y el periodismo de investigación:
 1. La época de Joseph Pulitzer y los *muckrackers*.
 2. El caso *Watergate* y la consolidación del periodismo de investigación.
 3. De la televisión a los cambios en la era global.
 4. El impacto de Wikileaks en EEUU y en el mundo.
4. El periodismo de investigación en España y Cataluña:
 1. Antecedentes históricos de antes del franquismo y hasta la transición democrática.
 2. La moda investigadora de la década de los noventa (*caso Gal, caso Roldán, etc.*).
 3. El 11-M y el periodismo de investigación.
 4. Del oasis catalán al *caso Millet*.
5. Técnicas y estrategias del periodismo de investigación:
 1. El abordaje de las fuentes documentales.
 2. El abordaje de las fuentes personales.
 3. La redacción y/o edición del reportaje, y su gestión en entornos digitales.
 4. El *crowdfunding* y los costes del periodismo de investigación.
6. Propuesta de análisis de casos o temas concretos (*modificable según el material disponible*):
 1. El *caso Vinader (histórico)*.
 2. El *caso Huertas* y la imposibilidad de investigar durante la dictadura (histórico).
 3. *Balseros*.
 4. *Bowling for Columbine*.
 5. Dossier sobre la inmigración en el pueblo de Salt (*Revista de Girona*).
 6. Wikileaks y Openleaks.
 7. El *caso Jane Akre* y la leche Monsanto.
 8. Fago.
 9. El *caso Óscar (El Periódico)*.
 10. Otros.
7. Propuesta de análisis de programas o de medios específicos (*modificable según el material disponible*):
 1. *Línea 900* y el periodismo de investigación (histórico):
 2. *30 minutos* y el periodismo de investigación.
 3. *El Triángulo* y el periodismo de investigación:
 4. El anuario *Mèdia.cat*.
 5. Los medios generalistas de referencia.

EVALUACIÓN:

Los estudiantes realizarán en equipo un reportaje en profundidad que contará el 45% de la nota. El reportaje se deberá hacer de manera tutorizada y a partir de las indicaciones y del seguimiento que se hará en clase. Para puntuar el reportaje se tendrá en cuenta tanto el resultado final como el proceso seguido en un sistema de evaluación continuada: los alumnos deberán ir detallando en diferentes sesiones de trabajo sus avances en la investigación y debatir con todo el grupo los problemas con que se encuentran en cada caso. También habrá un examen teórico que valdrá el 45% de la nota. El 10% restante se obtendrá de ejercicios (análisis de casos concretos, trabajos a partir del visionado de reportajes...) que se determinarán durante el cuatrimestre y que podrán ser orales o escritos según cual sea la evolución del curso y el tiempo disponible. Los estudiantes que de acuerdo con las pautas pactadas con el profesor hagan de manera voluntaria un trabajo a partir de la lectura de uno de los libros de la extensa bibliografía de la asignatura tendrán un punto más en la nota final. Por otra parte, en casos muy excepcionales el profesor podrá decidir un sistema de evaluación particular para aquellos alumnos que planteen esta necesidad a inicio de curso y siempre que haya circunstancias objetivas que así lo justifiquen.

BIBLIOGRAFÍA:

- Aucoin, James. *The evolution of American Investigative Journalism*. Columbia: University of Missouri Press, 2007.
- Bandurski, David; Hala, Martin (ed.). *Investigative journalism in China*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2010.
- Bernstein, Carl; Woodward, Bob. *Todos los hombres del presidente*. Barcelona: Inédita Editores, 2005.
- Caminos Marcet José María. *Periodismo de investigación. Teoría y práctica*. Madrid: Editorial Síntesis, 1997.
- Campo Vidal, Manuel. *Información y servicios secretos en el atentado al presidente Carrero Blanco*. Barcelona: Argos Vergara, 1983.
- Capote, Truman. *A sang freda*. Barcelona: Proa, 1985.
- Casasús, Josep Maria. *El periodisme a Catalunya*. Barcelona: Plaza-Janés, 1988.
- Chicote, Javier. *El periodismo de investigación en España. Causas y efectos de su marginación*. Madrid: Fragua, 2006.
- Dader, José Luis. *Periodismo de precisión: vía socioinformática de descubrir noticias*. Madrid: Síntesis, 1997.
- De Burgh, Hugo [et al.]. *Investigative journalism*. Nueva York: Routledge, 2008.
- Domscheit-Berg, Daniel. *Wikileaks per dins. La meva vida a la web més perillosa del món*. Barcelona: La Campana, 2011.
- Finestres, Jordi. *Josep Maria Planes. Set trets al periodisme a la Rabassada*. Barcelona: Pòrtic, 2008.
- Gaines, William. *Investigative journalism: proven strategies for reporting the story*. Washington: CQ Press, 2008.
- Garcia-Planas, Plàcid. *Jazz en el despacho de Hitler. Otra forma de ver la guerra*. Barcelona: Península, 2010.
- Grau, Anna. *De como la CIA eliminó a Carrero Blanco y nos metio en Irak: la verdadera historia secreta de España y EE.UU.* Barcelona: Destino, 2011.
- Irujo, José María; Mendoza, Jesús; Macca, José. *Roldán: un botín en la sombra del tricornio*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy, 1994.
- Leigh, David; Harding, Luke. *Wikileaks y Assange*. Barcelona: Deusto, 2011.
- Mailer, Norman. *La canción del verdugo*. Barcelona: Anagrama, 1987.
- Martínez Pandiani, Gustavo (comp.). *Periodismo de investigación. Fuentes, Técnicas e Informes*. Buenos Aires: Ugerman Editor, 2004.
- Meyer, Philip. *Periodismo de precisión: nuevas fronteras para la investigación periodística*. Barcelona: Bosch, 1993.
- Miralles, Francesc. *El Quart Reich. El secret de Montserrat*. Barcelona: Edicions 62, 2007.
- Palà, Roger; Picazo, Sergi (eds.). *Anuari Mèdia.cat: Els silencis mediàtics de 2011*. Barcelona: Grup de periodistes Ramon Barnils, 2012.
- Panyella, Jordi. *Fèlix Millet, el gran impostor: La trama secreta de l'espòli del Palau*. Barcelona: Angle Editorial, 2012.
- Pilger, John (eds.). *¡Basta de mentiras! El periodismo de investigación que está cambiando el mundo*. Barcelona: RBA, 2007.
- Pilger, John (Eds.). *Tell me no lies. Investigative journalism that changed the world*. Nueva York: Thunder s Mouth Press, 2005.
- Planes, José María. *Els gàngsters de Barcelona*. Barcelona: Ediciones Proa, 2002.
- Politkowskaya, Anna. *Solo la verdad*. Barcelona: Debate, 2011.
- Politkowskaya, Anna. *La Rusia de Putin*. Barcelona: Debate, 2005.
- Porta, Carles. *Tor, tretze cases i tres morts*. Barcelona: La Campana, 2005.
- Porta, Carles. *Fago*. Barcelona: La Campana, 2012.
- Quesada, Montserrat. *Periodismo de investigación o el derecho a denunciar*. Barcelona: CIMS Libros de Comunicación Global, 1997.
- Reig, Ramón. *Periodismo de investigación y pseudoperiodismo. Realidades, deseos y falacias*. Madrid: Ediciones Libertarias, 2000.
- Reyes, Gerardo. *Periodismo de investigación*. México: Trillas, 2006.

- Rodríguez, Pepe. *Periodismo de investigación: Técnicas y estrategias*. Barcelona: Paidós, 1994.
- Roig, Montserrat. *Els catalans als camps nazis*. Barcelona: Edicions, 62, 1977.
- Rovira, Bru. *Áfricas: cosas que no pasan tan lejos*. Barcelona: RBA, 2011.
- Salas, Antonio. *El Palestino*. Madrid: Planeta, 2010.
- Santoro, Daniel. *Técnicas de investigación. Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica, 2004.
- Secanella, Petra M. *Periodismo de investigación*. Madrid: Tecnos, 1986.
- Sentís, Carlos. *Viatge en transmiserià: crònica viscuda de la primera gran emigració a Catalunya*. Barcelona: La Campana, 1994.
- Shapiro, Bruce (ed.). *Shaking the foundations: 200 years of investigative journalism in America*. Nueva York: Thunder s Mouth Press, 2003.
- Wallraff, Günter. *Cap de turc*. Barcelona: Ediciones de 1984, 1987.
- Wolfe, Tom. *El nuevo periodismo*. Barcelona: Anagrama, 1976.
- Woodward, Bob. *El hombre secreto. La verdadera historia de 'Garganta Profunda'*. Barcelona: Inédita Editores, **2005**.

Periodismo Institucional y de Empresa

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Clara E. de Uribe Gil

OBJETIVOS:

Los objetivos de la asignatura se encaminarán a tener un conocimiento exacto y profundo de todo lo que rodea el conocimiento del sistema informativo, para optimizar los esfuerzos realizados por los gabinetes y las agencias de comunicación. Conoceremos, por tanto, cuál es el concepto de noticia y aprovecharemos las sinergias que se imponen en cada momento para poder encaminar nuestra comunicación de la mejor manera posible. Elaboraremos el plan de comunicación de un acontecimiento y veremos cuál es el proceso de decisión de envío de una nota de prensa, lo que debe saberse sobre los medios de comunicación, las relaciones informativas entre las agencias y/o gabinetes de comunicación y los medios informativos. Aprenderemos a elaborar una nota de prensa, cómo se organiza una rueda de prensa o como se presenta un buen dossier, puntos claves que se desarrollarán a lo largo de la asignatura.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el estado del mundo y su evolución histórica reciente, así como comprender sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
- Conocer y saber gestionar las herramientas de la comunicación empresarial e institucional en los ámbitos interno y externo.

CONTENIDOS:

1. Marco conceptual:
 1. Definición de Gabinete de Comunicación y Agencia de Comunicación. Origen.
 2. Breve historia.
2. Herramientas de comunicación:
 1. La comunicación en las organizaciones es una necesidad.
 2. Proceso productivo de la noticia.
3. El Plan de comunicación y las relaciones informativas.

1. Pasos a seguir para confeccionar un Plan de comunicación.
2. Las Relaciones con los medios: la nota de prensa, el dossier informativo, la rueda de prensa.
4. Comunicación de crisis:
 1. La crisis.
 2. Cómo responder a los medios de comunicación.

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura pretende medir el grado de aprendizaje global alcanzado por el alumno. Si tenemos en cuenta que se trata de una asignatura cuatrimestral, la evaluación de la asignatura consta de:

1. Un examen final (individual). Tiene una incidencia del 40% en la nota final de la asignatura. El examen incluirá contenido de desarrollo teórico y práctico.
 2. Trabajo de la asignatura (en grupos de dos y tres personas). Tiene una incidencia del 30% en la nota final de la asignatura. Consistirá en la confección de un plan de comunicación de un acontecimiento y su relación con los medios de comunicación.
 3. Asistencia, participación y entrega de prácticas (individual). Tienen una incidencia del 30% en la nota final de la asignatura. Los ejercicios mantendrán relación directa con los contenidos teóricos impartidos en el marco de la asignatura.
- Para poder aprobar la asignatura y hacer la media, es necesario aprobar el examen y el trabajo de curso. Sin embargo, se hará media siempre y cuando la nota del examen no sea inferior a 4.5. Si alguien no asiste a las prácticas sin causa justificada, ésta le contabilizará una nota equivalente a 0.
 - Por otro lado, si por causas de fuerza mayor un alumno no puede acogerse a la evaluación continua, el estudiante tiene derecho a un examen final, previa presentación del trabajo de curso. En este caso los estudiantes deberán ponerse en contacto con la profesora para determinar el sistema de evaluación, que pasará por hacer el examen de dos o tres de los libros de la bibliografía (a confirmar), los artículos y prácticas dadas en clase, hacer el examen de estos libros, artículos y prácticas y presentar el trabajo de curso.
 - La presentación de los trabajos es condición *sine qua non* para poder presentarse al examen.
 - En caso de no hacer evaluación continuada el examen equivaldrá a un 70% de la nota y el trabajo un 30%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Palacio, Goretti. *Gabinets de comunicació. Periodistes de l'altra banda*. Barcelona: Pòrtic, 2002.
- Grunig, J.E.; Hunt, T. *Dirección de relaciones públicas*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Ramírez, Txema. *Gabinets de comunicació*. Barcelona: Bosch, 1995.
- Lacasa, Antonio, S. *Gestión de la comunicación empresarial*. Barcelona: Gestión 2000, 2004.
- Martín Martín, F. *Comunicación empresarial e institucional*. Madrid: Universitas, 2006.
- Benavides, J. y otros. *Dirección de comunicación empresarial e institucional*. Barcelona: Gestión 2000, 2001.
- Al Ries, Laura Ries. *La caída de la publicidad y el auge de las relaciones públicas*. Harpercollins, 2002.
- Palencia-Lefler, M. *90 técnicas de relaciones públicas*. Panal Editorial, 2008.

Trabajo de Fin de Grado

Trabajo de Fin de Grado

Primer semestre

Créditos: 9.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Francesc Roma Casanovas
- Gerard Coll-Planas
- Jordi Serrat Manén

OBJETIVOS:

El Trabajo de Fin de Grado compendia la formación adquirida en el transcurso de las enseñanzas del grado.

Debe permitir al estudiante mostrar el nivel de adquisición de las competencias de la titulación y de los principios que fundamentarán su futura labor profesional.

El TFG de los estudios de la Facultad de Empresa y Comunicación se puede incluir en uno de estos dos ámbitos:

- Profesionalizador: diseño y/o implementación de un proyecto en un ámbito profesional.
- Académico: proyectos de investigación que incluirán la revisión de la literatura, construcción del marco teórico, hipótesis, parte empírica (si procede), discusión, resultados y conclusiones.

El trabajo académico consistirá en la redacción de una memoria con las siguientes características:

- La extensión orientativa será de 16.000 palabras (anexos y bibliografía no incluidos), siempre y cuando el desarrollo del trabajo no requiera de otra maquetación, previa consulta con el tutor.
- Redactada en catalán, castellano o inglés.

El trabajo profesionalizador de Periodismo puede tener dos formas:

- a) Caso práctico. Consistirá en:
 - Planteamiento de un caso práctico (recopilación de piezas periodísticas, plan de empresa, plan de comunicación interno o externo, etcétera).
 - Elaboración de una memoria. La extensión orientativa será de 16.000 palabras (anexos y bibliografía no incluidos), siempre y cuando el desarrollo del trabajo no requiera de otra maquetación, previa consulta con el tutor.
 - Redactada en catalán, castellano o inglés.
- b) Creación de un producto audiovisual o multimedia de no ficción (reportajes/documentales, programas televisivos, programas radiofónicos, páginas web, etcétera), según los requerimientos fijados por el tutor en cada caso.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.

- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para resolver problemas.
- Tener capacidad para la toma de decisiones.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Respetar los derechos humanos.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.
- Saber diseñar y dirigir proyectos.
- Tener iniciativa y espíritu emprendedor.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.

CONTENIDOS:

Los contenidos estarán en función del planteamiento del trabajo realizado.

EVALUACIÓN:

La evaluación del TFG es individual, es decir, cada estudiante tendrá una nota, que puede ser o no igual al resto de miembros del grupo.

Se evaluarán tanto la presentación del trabajo formal como la defensa pública ante tribunal.

El tribunal estará formado por dos profesores y/o profesionales reconocidos del sector, uno de los cuales será el tutor del trabajo.

El TFG se calificará de la siguiente manera:

- Defensa pública: 25%.
- Para los trabajos académicos: 75% la memoria.
- Para los trabajos profesionalizadores: 35% la memoria y 40% la obra presentada.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Quivy, R.; Van Campenhoudt, L. (1997). *Manual de investigación en ciencias sociales*. Barcelona: Herder.

Complementaria

- Adorno, Th.. W. (2001). *Epistemología y ciencias sociales*. Madrid, Cátedra y Universidad de Valencia.
- Ander-Egg, E. (1987). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Humanitas.
- Berganza, M.R.; Ruíz San Román, J.A. (coord.) (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.

- Bericat, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social. Significación y medida*. Barcelona: Ariel.
- Busquet, J.; Medina, A.; Sort, J. (2006). *La recerca en comunicació. Què hem de saber? Quins passos hem de seguir?* Barcelona: UOC.
- Galindo Cáceres, J. (coord.) (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Addison Wesley Longman.
- García Ferrando, M.; Ibañez, J.; Alvira, F. (comps.) (2001). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Jensen, K.B.; Jankowski, K.B. (eds.) (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Ruiz Olabuenagua, J.I. (1998). *Cómo elaborar un proyecto de investigación*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Soriano, J. (2007). *L'ofici de comunicòleg*. Vic: Eumo Editorial.
- Taylor, S.J.; Bogadan, R. (1992). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado*. Barcelona: Paidós.
- Wimmer, R.D.; Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- Wimmer, R.D.; Dominick, J.R. (2001). *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. México: International Thomson.

Comunicación de Proximidad

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordi Serrat Manén

OBJETIVOS:

El escritor Josep Pla reivindicaba el periodismo de observación que llevaba a la práctica cultivando unas raíces terrenales y precisas a su pueblo ya su comarca. Gracias a su arraigo, los medios de comunicación de proximidad siguen siendo hoy la escuela y el plantel desde donde se han formado muchos de los periodistas y comunicadores de Cataluña con más trayectoria. Sea como sea, el informador local suele tener más posibilidades de acceder a fuentes propias y de recoger la información de primera mano cuando transmite noticias o comunica algún hecho.

En esta asignatura se potenciará que el estudiante tenga la actitud curiosa del reportero de comarcas que pisa el territorio para explicar las problemáticas y los anhelos de su gente. El objetivo es acercarse a la dinámica profesional (no amateur) de las redacciones de prensa, radio, televisión o medios digitales que tengan un marco de referencia local, comarcal o provincial siempre que vayan más allá de prácticas provincianas, testimoniales o voluntaristas. Igualmente, en el curso se estudiará cómo se comunican las instituciones más cercanas. Sobre todo los gabinetes de prensa (pequeñas estructuras comunicativas menudo unipersonales) de los ayuntamientos de Osona. Todo, en un entorno multimedia cambiante y complejo en el que el periodismo ciudadano o colaborativo cada vez toma más fuerza.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber relacionar cualquier información de interés general o público con la actualidad y el entorno.
- Saber buscar, contrastar y jerarquizar la información periodística.
- Aprender a crear y organizar una agenda de contactos y fuentes de información.

CONTENIDOS:

1. Características de los medios de comunicación de proximidad:
 1. Ámbito local.
 2. Ámbito comarcal.
 3. Ámbito supracomarcal.
 4. Ámbito provincial, regional o de veguería.
2. El punto de vista en la información de proximidad:
 1. Temáticas específicas: municipalismo, enseñanza, sanidad, medio ambiente, urbanismo, obras, deportes, folclore, fiestas, cultura, etc.
 2. La información que trasciende geográficamente: eminencias o artistas destacados, políticas que afectan al territorio, elecciones, meteorología, etc.
 3. La información integrada en medios generalistas: ediciones diferenciadas, desconexiones, suplementos, programas especiales, magazines, etc.

4. La información institucional: plenos, ruedas de prensa, comunicados oficiales, etc.
3. Algunos perfiles reconocidos en la comunicación de proximidad:
 1. El redactor especializado y el reportero polivalente.
 2. El corresponsal o delegado local.
 3. El jefe de prensa.
 4. El cronista oficial y/o el literato local.
4. La comunicación de proximidad en Osona:
 1. La prensa tradicional y digital.
 2. La radio.
 3. La televisión.
 4. La comunicación corporativa y las webs municipales.

EVALUACIÓN:

La nota final será la media resultante de estas tres partes según los porcentajes detallados:

- Práctica cuatrimestral: 40%.
- Cobertura de un acto local: 20%.
- Prueba escrita: 40%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Comajoan, Josep. "Els mitjans de comunicació a Osona. Un sistema informatiu incomplet". Dentro de: *Ausa*, volum XX, número 148-149, pp. 305-320. Vic: Patronat d'Estudis Osonencs, 2002.
- Costa, Lluís. *La comunicació local*. Barcelona: UOC, 2009.
- Fundació Catalana de la Premsa Comarcal i Local. *Llibre blanc 2010 de la premsa comarcal i local catalana d'informació general i amb difusió de pagament*. Valls: la Torratxa, 2010.
- Guillamet, Jaume. *La premsa comarcal: un model català de periodisme popular*. Barcelona: Departament de Cultura Generalitat de Catalunya, 1983.
- Guimerà, Josep Àngel. *La televisió local a Catalunya (1976-2005): gestació, naixement i transformacions* [tesis doctoral]. Bellaterra: Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2006.
- López, Rafael; Fernández, Francisco; Durán, Ángeles (eds.). *Nuevas tendencias en la prensa local*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I, 2007.
- López, Xosé; Maciá, Juan. *Periodismo de proximidad*. Madrid: Síntesis, 2007.
- Masip, Pere; Micó, Josep Lluís (coords.). *La convergència comunicativa a la premsa local i comarcal: noves perspectives per a la informació*. Barcelona: Associació Catalana de la Premsa Comarcal, 2009.
- Pla, Josep. *El meu país* [obra completa, vol. 7, 5.ª edició]. Barcelona: Destino, 2001.
- Pla, Josep. *Els pagesos* [obra completa, vol. 8, 3.ª edició]. Barcelona: Destino, 1992.
- Prado, Emili; Moragas, Miquel de. "Les televisions locals a Catalunya. De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat". Dentro de: *Quaderns del CAC* [número extraordinari]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, setembre 2002.
- Solà, Sergi. *Els treballadors i els col·laboradors de les emissores de ràdio locals i comarcals de Catalunya. Definició i funcions de les figures professionals* [Tesis Doctoral]. Barcelona: Universitat Ramon Llull. Facultat de Comunicació Blanquerna, 2012.

Prácticas en Empresas

Prácticas Externas

Segundo semestre

Créditos: 12.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- M. Dolors Vinyet Benito
- Miquel Genís Sierra

OBJETIVOS:

- Las prácticas en empresas constituyen una asignatura crucial para dar carácter práctico a nuestras enseñanzas y, en este sentido, hay que ofrecer una amplia bolsa de empresas de prácticas y cualitativamente interesante.
- La universidad debe acercarse cada día más al mundo profesional y de la empresa y las prácticas se muestran como una herramienta clave para adquirir las competencias y las habilidades que se requieren en el ejercicio profesional.
- Establecen convenios con todas estas empresas para garantizar que las prácticas se realicen en las mejores condiciones para el trabajo y el aprendizaje de los estudiantes.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para resolver problemas.
- Tener capacidad para la toma de decisiones.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Respetar los derechos humanos.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.
- Tener iniciativa y espíritu emprendedor.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.

CONTENIDOS:

- Las prácticas se realizan en empresas periodísticas, audiovisuales o de publicidad, así como en gabinetes de comunicación y relaciones públicas con respecto a los estudios de comunicación y en todo tipo de empresas en cuanto al grado de Administración y Dirección de Empresas. La Facultad de Empresa y Comunicación procura garantizar una oferta amplia, suficiente y de calidad de empresas que quieran acoger a nuestros estudiantes en prácticas.
- Las prácticas curriculares tienen lugar de forma preferente a partir del momento en que el estudiante alcanza el 50% de los créditos de su titulación (normalmente a partir de 3.º o 4.º curso). También pueden hacerse, excepcionalmente, durante el verano.

EVALUACIÓN:

Cada alumno de prácticas tiene un tutor asignado entre el profesorado de la Facultad de Empresa y Comunicación que hace el seguimiento y la evaluación con respecto a los aspectos más académicos de la práctica, y también un tutor asignado por parte de la empresa donde hace las prácticas que realiza el seguimiento y la evaluación desde el punto de vista empresarial.

El tutor nombrado por la Facultad de Empresa y Comunicación debe hacer en general un seguimiento periódico de la actividad poniéndose en contacto con el tutor designado por la empresa. Se recomienda que se ponga en contacto al menos dos veces (una durante el desarrollo de la práctica y la otra cuando termine) siempre y cuando las circunstancias lo permitan (y salvo que las prácticas se realicen en verano o haya alguna causa justificada que lo impida).

Es necesario también que el tutor nombrado por la Facultad de Empresa y Comunicación mantenga un contacto directo con el estudiante para hacer el seguimiento, la resolución de incidencias y la tutorización de la elaboración de la memoria y su evaluación. En concreto y de forma obligatoria debe contactar tres veces con el estudiante asignado (la primera vez en el inicio, la segunda durante el desarrollo de la práctica y la otra cuando finalice) y en general debe estar en contacto con él por correo electrónico para dar solución a las cuestiones que puntualmente plantee.

Al final de la práctica el profesor tutor debe hacer la evaluación correspondiente y especialmente de la memoria de prácticas que el alumno está obligado a hacer y entregar al final de la práctica. También el tutor de la empresa debe hacer la evaluación de la práctica en cuanto a los aspectos más empresariales. Uno y otro han de rellenar el correspondiente informe según el impreso-modelo que facilita el Departamento de Prácticas de la Facultad de Empresa y Comunicación.

El Departamento de Prácticas es el receptor de los documentos que tienen que entregar los estudiantes en prácticas (especialmente la memoria) y de los informes de los tutores para realizar la evaluación final de acuerdo con estos informes.

El tutor de la empresa debe evaluar entre 0 y 10 la actitud personal y profesional del estudiante en prácticas (puntualidad, cumplimiento de los horarios, implicación, aptitud para trabajar en equipo, disponibilidad, responsabilidad e integración en la empresa, logro de las tareas encomendadas, etc, y la calidad del trabajo en general llevado a cabo por el estudiante en prácticas. La media de esta evaluación tiene el valor del 40% de la nota final.

El profesor tutor, de acuerdo con el seguimiento continuado de las prácticas y con la lectura y estudio de la memoria realizada por el estudiante, debe evaluar (también entre 0 y 10) la actitud del estudiante y el trabajo que ha hecho. La media de esta evaluación tiene el valor del 60% de la nota final.

Por tanto, la calificación final de la asignatura de prácticas se calcula a partir del informe del tutor de la empresa (40%) y el tutor de la Universidad de Vic (60%). Este último podrá considerar suspendida la práctica aunque para el tutor de la empresa sea favorable.

La calificación o nota final resultante de estas evaluaciones la da el tutor designado por la Facultad de Empresa y Comunicación y la entrega al Departamento de Prácticas para incluirla en el acta correspondiente.

Cualquier incidencia que pueda surgir se resolverá según lo previsto en el protocolo de prácticas. En cualquier otro caso será analizada y resuelta por el Consejo de Dirección de la Facultad de Empresa y Comunicación.

OPTATIVAS

Comunicación Interna

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

La comunicación interna es una de las estrategias de comunicación que muy a menudo no recibe la importancia que se merece, a veces es menospreciada, a pesar de ser **clave** para la supervivencia de nuestra empresa.

Los **empleados** forman parte de la estructura empresarial de la organización, todos deben creer en la cultura de la empresa, la misión y los **valores compartidos**. Difícilmente lograremos una necesaria **cohesión y motivación** sin trabajar la comunicación interna, y más en los entornos actuales empresariales.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para resolver problemas.
- Tener capacidad para la toma de decisiones.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad para trabajar en entornos de presión.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Tener sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad de liderazgo.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer la estructura, el funcionamiento y la gestión de la empresa de comunicación.
- 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 investigador.
- Conocer la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos como expresiones de las formas de vida y de sus culturas, en su relación con los contextos sociales y sus cambios.
- Tener capacidad de definir temas de investigación que puedan contribuir al conocimiento, avance y debate de la comunicación.
- Saber relacionar cualquier información de interés general o público con la actualidad y el entorno.
- Conocer y saber gestionar las herramientas de la comunicación empresarial e institucional en los ámbitos interno y externo.
- Tener capacidad de prestar asesoramiento en temas de comunicación y marketing.

CONTENIDOS:

1. Comunicación interna y gestión de las personas.
2. Cultura empresarial.
3. Herramientas de comunicación interna.
4. Planificación de la comunicación interna.

EVALUACIÓN:

- El 40% prueba teórica, el 20% prácticas y el 40% restante se obtendrá de un trabajo de la asignatura al final del cuatrimestre (plan de comunicación interna).
- La presentación de los trabajos es obligatoria para poder acceder a la realización de la prueba teórica.
- Para poder aprobar la asignatura y hacer la media, es necesario aprobar la prueba teórica, las prácticas y el trabajo de la asignatura.
- No se hará la media si no se aprueba la parte teórica. En caso de que no se entreguen las prácticas en el día señalado será igual a tener un 0.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Arranz, Juan Carlos. *Gestión de la identidad empresarial y apoyo impacto sobre los resultados*. Barcelona: Gestión 2000, 1997, 168 pp.
- Costa, Juan. *Comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de gestión*. Barcelona: Paidós, 1999, 161 pp.
- Del Pozo, Marisa. *Cultura empresarial y comunicación Interna. Su influencia en la gestión estratégica*. Editorial Fragua, 1997, 227 pp.
- Grunig, James; Hunt, Todd. *Dirección de relaciones públicas*, 2.^a ed. Barcelona: Gestión 2000, 2002, 757 pp.
- Pérez, Rafael Alberto. *Estrategias de comunicación*, 4.^a ed. Barcelona: Ariel, 2008. 730 pp.
- Villafañe, Justo. *Imagen positiva. Gestión Estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid: Pirámide, 1993, 341 pp.

Complementaria

- Lucas, Antonio. *La comunicación en la empresa y las organizaciones*. Barcelona: Bosch, 1997, 236 pp.
- Sanz de la Tajada, Luis. *Integración de la identidad y la imagen de la empresa: desarrollo conceptual y aplicación práctica*. Madrid: ESIC, 1994, 302 pp.
- Somoza, Fernando. *Director de comunicación*. Editorial Edipo, 1993, 292 pp.
- Van Riel, Cees. *Comunicación corporativa*. Prentice Hall, 1997, 244 pp.

Conflictos y Relaciones Internacionales

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

The objective of this course is to provide students with an understanding of world events, encouraging analytical thought and examining the causes and consequences of interlinked processes in an international context. In an increasingly globalized world, international events have a greater impact on many areas of society, and the objective is for students to be able to apply some of the knowledge gained on this course in their future working and academic lives.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad para resolver problemas.

CONTENIDOS:

1. Historical context: Ancient Greece to the Cold War.
2. Europe: History and functioning of the EU.
3. America: US democracy and Latin American issues.
4. Israel and the Middle East.
5. Theory: Realism, Neorealism, Liberalism and Constructivism.
6. Neoconservatism and the rise of radical Islam.
7. International Organisations: UN, NATO, World Bank, Imf, WTO.
8. Africa.
9. New Powers.

EVALUACIÓN:

- Participation in/preparation for seminars: 30%.
- Written assignments: 40%.
- Presentation: 30%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Blair, Alasdair. *International Politics: An Introductory Guide*.
- Lundestad, Geir. *East, West, North, South: Major Developments in International Politics since 1945*.
- Walt, Stephen. *Taming American Power*.

Convergencia Mediática

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

The "Media convergence" is the discipline that examines the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and also the migratory behavior of media audiences.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer en el ámbito teórico y práctico los elementos, las formas y los procesos de los lenguajes de la comunicación.
- Saber buscar, seleccionar, evaluar y organizar información procedente de medios digitales y tradicionales.
- Aprender a reflexionar de manera crítica sobre el valor de la diversidad cultural y su reflejo en los medios de comunicación.

CONTENIDOS:

1. Introduction: Studying media and technological convergence.
2. Co-evolution of old and new media: convergence and market freedom.
3. After and before of the network society: The Web 1.0, What is Web 2.0 and the network convergence
4. Production, distribution, consumption: The new technologies and the change the media model.
5. User content and audiencing: "the long tail" and the interactivity.

EVALUACIÓN:

1. Public research presentation-PRP: 40%.
2. Appropriate use of visual aids-PRP: 10%.
3. Theory Exam: 30%.
4. Social Network: 20%.

All milestones must be delivered in order to pass the course (1,3 and 4).

BIBLIOGRAFÍA:

- Jenkins, Henry (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los mitjans de comunicació*. Barcelona: Paidós.
- Bringué, Xavier; Sádaba, Charo (2011). *Menores y redes sociales*. Foro Generaciones Interactivas. Madrid: Fundación Telefónica. Disponible en: <http://www.generacionesinteractivas.org/?p=2892>
- IAB (2010). *II Estudio sobre Redes Sociales en Internet*. Interactive Advertising Bureau. Disponible en: http://www.slideshare.net/IAB_Spain/informe-redes-sociales-iab-2010-noviembre-2010

- Dwyer, Tim (2009). *Media Convergence, Issues in Cultural and Media Studies*. Nueva York: McGraw Hill.
- European Interactive Advertising Association (2009). *Las personas que usan varios medios simultáneamente participan y utilizan más internet*. Disponible en: <http://www.eiaa.net/news/eiaa-articles-details.asp?id=210=5>
- European Interactive Advertising Association (2010). *Casi la mitad de los españoles no puede vivir sin internet*. Disponible en: <http://www.eiaa.net/news/eiaa-articlesdetails>.

Estrategias de Comunicación Global

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

In this course we will explore the world of advertising the way that we will all experience it in the future: global competition and worldwide markets; technological revolutions; and advertising for brands under very different cultural, regulatory, and competitive conditions.

Today's marketers search the globe for potential target audiences and often find persons whose culture, values and beliefs are distinctive, and who will as a result, respond quite differently to advertising appeals.

The challenge in this rapidly changing global marketplace is the need to find information about competitors, consumers, media audiences, accepted cultural practices, and reactions to advertising in locations not familiar and for which our customary sources of information are inadequate at best.

Issues of ethical and corporate responsibility by multinational advertisers operating in developing and lesser developed nations have raised new concerns about globalization and its varying influences, both positive and negative, on different societies.

Gaining understanding in cultural difference and risk-assessment are increasingly being demanded of 21st century marketing communicators.

Multinational advertising and strategic marketing communication organizations hunger for employees who are bi-/tri-lingual. The future demands that communication professionals think strategically and operate responsibility in a global environment.

It is important to understand the place of advertising in relation to other forms of marketing in our global society in order to ground our business-based understanding of the ad world. We will study advertising as one part of integrated branding. I will provide a balanced coverage of communication tools —advertising, event marketing, personal selling, sales promotion, sponsorship, direct marketing, point-of-purchase, public relations, and Internet communications—.

CONTENIDOS:

Integrated Marketing Communications

1. How does communication take place?
 1. What is an integrated marketing communications program?
 2. Are there any new trends affecting marketing communications?
 3. How does an integrated marketing communications program create value?
 4. What are the componentes of an integrated marketing communications program?
 5. What does the term GIMC mean?
2. Brand and Corporate Image Management (I):
 1. How does a corporate image affect consumers, other businesses, and the company itself?
 2. What elements are involved in identifying, creating, rejuvenating, or changing a corporation's image?
 3. What are the different types of corporate names?
 4. What are the characteristics of effective logos?
3. The IMC Planning Process:
 1. How can the three Cs of the IMC planning context form the basis for an effective advertising program?
 2. What categories are used to identify consumer target markets or market segments?
 3. What categories are used to identify business-to-business market segments?

4. How do the various approaches to positioning influence the selection of target markets?
5. How do the various marketing communications objectives interact with the other elements of an IMC planning process?
6. What are the relationships between communications expenditures and company sales?
7. What types of marketing communications budgets may be used when developing the IMC planning program?
8. In addition to advertising, what other IMC components are selected as part of the IMC planning process?

EVALUACIÓN:

Course Evaluation

Various elements will be taken into account when determining your final grade. The instructor will explain in detail the content, criteria and specific requirements for all assessment categories but the basic breakdown is as follows below.

1. Class participation: 10%.
2. Case study and analysis: 15%.
3. Individual presentation: 15%.
4. Group presentation: 20%.
5. Midterm examination: 20%.
6. Final examination: 20%.

I will explain in detail the content and specific instructions for all assessment categories and will also assign the topics or cases for your individual and group presentations at the beginning of term, taking into account your personal interests, experience and areas of specialization. However, when deciding class participation grades, traditional criteria such as attendance, punctuality, preparation, completed reading before class, interactive group work and active, meaningful participation are all taken into account.

Examinations

There will be 2 examinations scheduled during the semester (Mid Term and Final exam). The timing of each coincides with the completion of major phases of course content. All exams will cover materials presented in class lectures including slides and videotapes shown during class time, textbook chapters, assigned reserve readings, and class discussions.

The examination materials cover major terms, concepts and factors influencing international and cross-cultural marketing and advertising.

BIBLIOGRAFÍA:

Suggested Supplemental Texts and Information

During the semester you may wish to read additional information about international advertising. Listed below are some suggested books that may be useful resources to you during the semester:

- *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications*, 5/E. Clow & Baack, 2012 | Prentice Hall | On-line Supplement | Live. ISBN-10: 0132539098 | ISBN-13: 9780132539098
- *Advertising Worldwide: Concepts, Theories and Practice of International, Multinational and Global Advertising* (1994), Second Edition, by Marieke de Mooij, Prentice Hall, NY.
- *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradojas* (1998), by Marieke de Mooij, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- *Advertising and Societies: Global Issues* (2003), by Katherine Toland Frith and Barbara Mueller, Peter Lang Publishing, New York. (ISBN 0-8204-6207-1)

- *Marketing and Consumer Identity in Multicultural America* (2001), by Marye C. Tharp, Sage Publications, Thousand Oaks, CA. (ISBN 0-7619-1103).
- *Understanding Global Cultures* (2001), Second Edition, by Martin Gannon, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- *International Advertising: Realities and Myths* (2000), edited by John Philip Jones, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- *Global Marketing for the Digital Age* (1999), by Bill Bishop, NTC Business Books, Chicago.
- *Advertising in Asia: Communication, Culture and Consumption* (1996), edited by Katherine Toland Frith, Iowa State University Press, Ames.
- *Kiss Bow or Shake Hands: How to Do Business in 60 Countries* (1994), by Wayne A. Conaway, Adams Media Corporation.
- *Dynamics of International Advertising: Theoretical and Practical Perspectives* (2004), by Barbara Mueller, New York: Peter Lang Publishing Inc. (ISBN 0-8204-6360-4).

Liderazgo y Habilidades Directivas

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

The aim of the course is to familiarise students with practical issues within the world of business, looking at the role of business within society and examining themes related to efficiency, organisation, communication and ethics. All classes and materials will be in English, though this is not a language course and students will not be directly assessed on linguistic abilities.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad para resolver problemas.

CONTENIDOS:

Business and culture; motivation and delegation; stakeholder analysis; consumer and employee issues; corporate social responsibility; product issues; change management; public affairs management (lobbying); business-government relations; business, the media and internal communication; recruitment.

EVALUACIÓN:

- Written assignments: 30%.
- Seminar leadership: 10%.
- Seminar participation: 20%.
- Book review: 20%.
- Case study: 20%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Carroll, A. *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*.
- Kotter, J. *Our Iceberg is Melting*.
- Lawrence, A. *Business and Society: Stakeholders, Ethics, Public Policy*.

Marketing Internacional

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

The main aim of the course is to give a general overview of the marketing strategies at an international level. We examine issues that go from a macro-environment analysis to a microenvironment focus, from a managerial perspective. Marketing will be analysed as a tool to help a firm set its strategic direction in international markets.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en una lengua extranjera.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer y usar correctamente de forma oral y escrita el inglés como forma de expresión profesional en los medios de comunicación.

CONTENIDOS:

The course is divided into three main blocks:

1. Environmental analysis (economic, political, legal, cultural, technological).
2. Strategy (competition, segmentation, positioning, market entry modes).
3. Implementation and the 4Ps of marketing (product, price, place, promotion).

EVALUACIÓN:

- Mid term exam: 25%.
- Final exam: 30%.
- Written marketing plan: 25%.
- Oral presentation of the marketing plan: 10%.
- Class participation: 10%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Czinkota, Michael R.; Ronkainen, Ilkka A. *International Marketing*. Thomson, 2007.
- Keegan, Warren J.; Schlegelmilch, Bodo B. *Global Marketing Management. A European perspective*. Prentice Hall, 2001.
- Keegan, Warren J. *Global Marketing Management*. Prentice Hall, 2009.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. Prentice-Hall, 2002.

Periodismo Anglosajón

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

The Anglosaxon Journalism course aims to familiarise students with the traditions of journalistic practice in the United States and United Kingdom. The focus will be on the relationship between all forms of media and broader society, looking at the role of the media as a political and societal institution and examining ethical issues through authentic media sources.

The objective of the course is that students develop a full understanding of not only the US and UK media, but also the societies in which they exist. The historical, political and cultural contexts of the two States will be studied and analysed in depth.

Students will be encouraged to take on a critical approach and to interact and debate within the classroom in order to develop analytical and communication skills.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para resolver problemas.
- Tener capacidad para la toma de decisiones.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener habilidades interpersonales.
- Respetar los derechos humanos.
- Tener sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).

CONTENIDOS:

US History; History of US Journalism; History of UK Journalism; Media-Government Relations; Ownership and Responsibility; Controlling the Media; Balance and Truth; Foreign Reporting; New Media Trends.

EVALUACIÓN:

- Class mark: 30%.
- Written assignment: 20%.
- Book review (The Right Nation): 30%.
- Audiovisual report: 20%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Bageant, J. (2008). *Deer Hunting with Jesus: Dispatches from America's Class War* (*Crónicas de la Americana Profunda*, in Spanish).
- Curran, J.; Seaton, J. (1997). *Power without Responsibility: the Press and Broadcasting in Britain*. Routledge, London.
- Davis, N. (2009). *Flat Earth News: An Award-winning Reporter Exposes Falsehood, Distortion and Propaganda in the Global Media*. London: Vintage.
- Elfa A.; Garcia, A. (2009). *Look at Això!*
- Freedland, J. (1999). *Bring Home the Revolution: The Case for a British Republic*.
- Kovach, B.; Rosenthal, T. *Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and What the Public Should Expect*.
- Lipset, S. (1997). *American Exceptionalism: A Double-edged Sword*.
- Louw, E. (2005). *The Media and Political Process*. Sage, London.
- Marr, A. (2005). *My Trade: A Short History of British Journalism*.
- Micklethwait, J. (2005). *The Right Nation: Conservative Power in America* (*Una Nación Conservadora*, in Spanish)
- Sampson A. (2005). *Who Runs this Place? The Anatomy of Britain in the 21st Century*.
- Webb, J (2009). *Have a Nice Day: A Journey Through Obama's America*.
- Williams, K. (1998). *Get Me a Murder a Day! A History of Mass Communication in Britain*. Arnold, London.

Periodismo Cultural

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

Esta es una asignatura teórica (20%) y práctica (80%) que pretende:

- Poner las bases teóricas de lo que entendemos como cultura en el sentido más amplio del término (cine, artes escénicas, música, literatura, artes visuales...).
- Analizar los medios de comunicación y las políticas culturales.
- Practicar los diferentes géneros periodísticos aplicados a la cultura.
- Practicar la difusión de la cultura en los diferentes medios.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- 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 de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad para trabajar en entornos de presión.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener capacidad y habilidad para el ejercicio de las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.
- Conocer las principales tendencias culturales y los grupos de la industria cultural y comunicativa.
- Analizar y distinguir entre ficción y no ficción en prensa y literatura y entre narrador/ periodista e intención.
- Aprender a reflexionar de manera crítica sobre el valor de la diversidad cultural y su reflejo en los medios de comunicación.
- Tener capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación.

CONTENIDOS:

1. Introducción:
 1. Conceptos de cultura, subcultura y contracultura.
 2. Niveles de cultura.
 3. Cultura mediática y su evolución. Cultura de masas.
 4. Relación cultura e industria cultural.
 5. Políticas culturales.
2. Periodismo cultural:
 1. Concepto y límites del periodismo cultural.

2. La profesión.
3. El lenguaje.
4. Fuentes del periodismo cultural.
3. Géneros de la información cultural. Pautas para la praxis:
 1. La noticia.
 2. La crónica.
 3. El reportaje.
 4. La entrevista.
 5. El documental.
 6. La crítica, la reseña y la agenda.
 7. Otros: la biografía, la necrológica y la efeméride.
 8. El suplemento cultural.
4. Información cultural: estrenos, festivales, ferias, premios, industria, promoción general... Pautas para la investigación:
 1. Información cultural del cine.
 2. Información cultural de las artes escénicas.
 3. Información cultural de la música.
 4. Información cultural de la literatura.
 5. Información cultural de las artes visuales.
5. Información cultural desde los diferentes medios:
 1. Prensa escrita: periódicos y revistas especializadas.
 2. Radio: divulgación informativa y programas culturales.
 3. Televisión: divulgación informativa y programas culturales.
 4. El periodista cultural on-line.
6. Consideraciones sobre la práctica del periodismo cultural en el siglo XXI (a partir de los trabajos expuestos en clase).

EVALUACIÓN:

- La asistencia a clase tendrá un valor del 10% de la nota final.
- Se evaluarán los contenidos parciales mediante debates, investigaciones, elaboración de textos y análisis de producciones culturales. Estos contenidos tendrán un valor del 60% de la nota final.
- Al final del cuatrimestre se realizará un examen para evaluar el grado de conocimiento del programa; este examen tendrá un valor del 30% de la nota final.

BIBLIOGRAFÍA:

- Acosta, J. (1973). *Periodismo y literatura*. Madrid: Guadarrama.
- Agee, J. (2001). *Escritos sobre cine*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Arend, H.; Finfielkraut, A. (1989). *La crisi de la cultura*. Barcelona: Pòrtic.
- Armañanzas, E. (1996). "La cultura, una parcela para periodistas especializados". EOI: *Revista Zer*. Universidad del País Vasco.
- Barnow, E. (1996). *El documental. Historia y estilo*. Barcelona: Gedisa.
- Bouzada Fernández, X. (1999). *Políticas culturales y sociedad democrática*. Barcelona: Asociación Española de la Sociología de la Cultura y de las Artes.
- Busquet, J. (1998). *El sublim i el vulgar. Els intel·lectuals i la cultura de masses*. Barcelona: Proa.
- Cantavella, J. (1996). *Manual de la entrevista periodística*. Barcelona: Ariel.
- Casasús, J.M.; Núñez Ladevéze, L. (1991). *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel.
- Cousins, M. (2005). *Historia del cine*. Barcelona: Blume.
- Davis, P. (1980). *Diccionario del teatro: dramaturgia, estética, semiología*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Varios autores (2007). *Mutantes. Narrativa española de última generación*. Córdoba: Berenice.
- Fernández Mallo, A. (2009). *Postpoesía. Hacia un nuevo paradigma*. Barcelona: Anagrama.

- Fernández Porta, E. (2007). *Afterpop. La literatura de la implosión mediática*. Córdoba: Berenice.
- Goffman, K. (2005). *La contracultura a través de los tiempos. De Abraham al acid-house*. Barcelona: Anagrama.
- Gómez Pérez, R. (1996). *La cultura a través del cine*. Madrid: El Drac.
- Gomis, L. (1983). "Literatura y periodismo". Madrid: *Boletín Informativo de la Fundación Juan March*, núm. 132.
- Grosenick, U.; Riemschneider, B. (1999). *Art Now*. Köln, London, Los Angeles, Madrid, París, Tokio: Taschen.
- Guarnier, J.L. (1994). *Autorretrato del cronista*. Barcelona: Anagrama.
- Guasch, A.M. (coord.) (2003). *La crítica de arte. Historia, teoría y praxis*. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- Inglehart, R. (1991). *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid: CIS.
- Julián, I. (2005). *Pulp-Rock. Artículos y entrevistas (1982-2004)*. Lleida: Milenio.
- Kayser, W. (1965). *Interpretación y análisis de la obra literaria*. Madrid: Gredos.
- Martín Serrano, M. (coord.) (1979). *Cultura en el periodismo*. Madrid: Fundación Juan March.
- Maestro, D. (2008). *Arte, cultura e impostura*. Reus: Comissariat Associació.
- Miller, T.; Yúdice, G. (2004). *Política cultural*. Barcelona: Gedisa.
- Mizoeff, N. (2004). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.
- Núñez Ladevéze, L. (1995). *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona: Ariel.
- Pardo, J.L. (2007). *Esto no es música. Introducción al malestar en la cultura de masas*. Barcelona: Galaxia Gutenberg. Círculo de Lectores.
- Rivera, Jorge B. (2003): *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós. Estudios de Comunicación
- Salvado, R. (1982). *Historia del teatro moderno*. Barcelona: 1982.
- Sand, S. (2004). *El siglo XX en pantalla*. Barcelona: Editions du Seuil.
- Silvester, C. (1997). *Las grandes entrevistas de la historia (1959-1992)*. Madrid: El País Aguilar.
- Sodré, M. (1998). *Reinventando la cultura. La comunicación y sus productos*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Tubau, I. (1982): *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Barcelona: ATE. Textos de Periodismo.
- Vila-Sanjuán, S. (2004). *Crónicas culturales*. Barcelona: Debolsillo.

Periodismo de Sucesos

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

¿Cómo se cubre informativamente un incendio o una catástrofe? ¿Cómo contactan los periodistas con la policía, con los equipos de emergencias y con el resto de cuerpos y fuerzas de seguridad? Estas son algunas de las preguntas que se contestarán en un curso que tiene por objetivo principal acercarse al periodismo de tribunales, de información policial y de crónica negra o relacionado con eventos trágicos. El objetivo es que el estudiante aprenda a informar con seriedad y rigor de aquellos temas más sensibles que golpean más directamente a la población teniendo siempre claro el sentido de la noticia, pero sin caer en el periodismo amarillo o sensacionalista. En la asignatura se realizará también un análisis del tratamiento que hacen los medios de las noticias llamadas de *hecho diverso*.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener compromiso ético en el trabajo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber buscar, contrastar y jerarquizar la información periodística.
- Aprender a crear y organizar una agenda de contactos y fuentes de información.

CONTENIDOS:

1. Conceptos básicos del periodismo de sucesos:
 1. La información policial.
 2. La información judicial.
 3. La información de emergencias.
 4. La información de interés humano.
2. La cobertura general de la información de sucesos:
 1. El estallido del hecho noticiable.
 2. La instrucción de las diligencias y/o la reacción de la administración.
 3. El juicio, la sentencia y/o las consecuencias sociales.
 4. El interés informativo más allá de los tribunales (alarma ciudadana, responsabilidades, hechos no punibles, heroicidades, etc.).
3. El tratamiento mediático de la información de sucesos:
 1. De la noticia aséptica a la crónica.
 2. El reportaje.
 3. La entrevista.
 4. El periodismo amarillo o sensacionalista (desde W.R. Hearst hasta el *reality show*).
4. Aproximación al periodismo de sucesos especializado:
 1. La jerga técnica (criminología, derecho, medicina forense) y el léxico periodístico.
 2. La relación con las fuentes (oficiales, técnicas, expertas) y la voz de las víctimas.
 3. La agenda de contactos (informantes, confidentes) y las rutinas del periodista.
 4. La gestión de la información exclusiva.

EVALUACIÓN:

- Exposición oral: 20% de la nota.
- Examen teórico: 40% de la nota.
- Trabajo en grupo de seguimiento de los medios: 40% de la nota.

Para aprobar es imprescindible seguir la evaluación continuada que supone evaluarse de las tres partes de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA:

- Bermeosolo, Francisco. *El origen del periodismo amarillo*. Madrid: Rialp, 1962.
- Calero, José María; Ronda, Javier. *Manual de periodismo judicial*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2000.
- Catalán, José. *Criminales, víctimas y verdugos: Crónica negra de España (1939-1975)*. Barcelona: Península, 2011.
- Cohen, Daniel. *Yellow Journalism*. Brookfield (EEUU): Twenty-First Century Books, 2000.
- De Pablos, José Manuel. *Amarillo en prensa*. Santa Cruz de Tenerife: Ediciones Idea, 1997.
- Fernández Pedemonte, Damián. *La violencia del relato: discurso periodístico y casos policiales*. Buenos Aires, 2001.
- Herrero, Carmen. *Periodismo de sucesos y tribunales: tratamiento informativo de la violencia social*. Sevilla: Padilla Libros Editores & Libreros, 2006.
- Martín Gómez, José. *Historias de asesinos. Crónica del crimen en España desde 1970 hasta nuestros días*. Barcelona: RBA, 2004.
- Nespral, Bernardo. *Manual de periodismo judicial: periodismo y derecho*. Buenos Aires: Editorial García Alonso, 2005.
- Panyella, Jordi. *Fèlix Millet, el gran impostor: la trama secreta de l'espoli del Palau*. Barcelona: Angle Editorial, 2012.
- Pinard, Nathalie; Rémond, Edith. *Le guide du reporter dans le monde judiciaire*. Paris: Institut de Journalisme de Bordeaux-France 3 Aquitaine, 1995.
- Pujol, Claudia. *Diari d'un forense: anatomia de 10 crims reals*. Barcelona: Mina, 2009.
- Pujol, Claudia. *En l'escena del crim: 10 nous casos del forense Narcís Bardalet*. Barcelona: Columna, 2010.
- Quesada, Montse. *Periodismo de sucesos*. Madrid: Síntesis, 2007.
- Quílez, Carlos. *'Psicòpata': un relat basat en personatges i situacions reals*. Barcelona: Cossetània, 2005.
- Quílez, Carlos. *La soledad de Patricia*. Barcelona: La Magrana, 2009.
- Rubio, Enrique. *La Timoteca Nacional: olor a timo*. Barcelona: Planeta, 2000.
- Soler, Tura y otros. *Estampas del secuestro de Olot*. Girona: El Punt, 1995.
- Vargas, William A. *Me gustan las noticias de sucesos. Guía para la elaboración de noticias judiciales y sucesos*. San José (Costa Rica): Conamaj, 1998.

Periodismo Económico y Empresarial

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

- Familiarizar al estudiante con el lenguaje y los contenidos propios de la economía y la empresa, desde las informaciones macroeconómicas y sus indicadores, los problemas de la oferta y la demanda o las informaciones que vienen del mundo empresarial.
- Estudiar los géneros periodísticos más utilizados para explicar la información económica y empresarial y su utilidad para la divulgación a través de los medios de comunicación.
- Capacitar al estudiante para aprender a leer y contextualizar cifras, datos e indicadores económicos y empresariales.
- Capacitar al estudiante para encontrar las fuentes de información más idóneas para cada una de las necesidades del periodismo económico, sea la empresa privada o las instituciones oficiales.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el estado del mundo y su evolución histórica reciente, así como comprender sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
- Saber relacionar cualquier información de interés general o público con la actualidad y el entorno.
- Saber buscar, contrastar y jerarquizar la información periodística.
- Tener capacidad y habilidad para el ejercicio de las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.
- Conocer la realidad sociocomunicativa de la Comunidad Autónoma (estructura, políticas y funcionamiento) en el contexto español, europeo y mundial.

CONTENIDOS:

Parte I: Contextualización de la información económica

1. La información económica y empresarial como área de especialización periodística. Sinergias y vínculos con las otras especializaciones.
2. La información económica y empresarial y su contexto histórico. Procesos de integración supraestatal y proceso de globalización económica.

Parte II: Periodismo y economía

3. Espacios de la información económica: prensa, radio, televisión, Internet. Quien marca la agenda mediática? La información económica vista desde la empresa: ¿qué y quién comunica?
4. Géneros periodísticos e información económica y empresarial. La interpretación de los fenómenos y los análisis de actualidad.
5. El lenguaje del periodismo económico y empresarial.
6. Las fuentes del periodismo económico y empresarial: empresas, organismos oficiales...

7. Ética de la información económica y empresarial.

EVALUACIÓN:

La evaluación será continua con prácticas a lo largo del curso, que formarán el 60% de la nota, y un reportaje interpretativo final de un tema de actualidad económica y empresarial que tendrá el 40% de valor final.

- Prácticas a entregar a partir de la materia trabajada en clase: 30%.
- Recensión crítica de un libro. Crítica (no resumen) o una entrevista ficticia con el autor (estilo directo) de uno de estos libros: 20%.
 1. Abadía, Leopoldo. *El economista esperanzado*. Espasa, 2012.
 2. Paul Krugman. *Acabad ya con esta crisis!* Crítica, 2012.
 3. Tim Harford. *El economista camuflado*. Temas de hoy, 2007.
 4. Fernando Trias de Bes. *El hombre que cambió su casa por un tulipán*. Temas de Hoy, 2009.
 5. Nouriel Roubini y S. Mihm: *Cómo Salimos de ésta*. Destino, 2010.
- Asistencia a clase y participación: 10%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Abadía, Leopoldo (2009). *La crisis ninja y otros misterios de la economía*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Agrupación de Periodistas de Información Económica (1995). *Informar de economía II*. Madrid: APIE.
- Arrese Reca, Ángel (2003). *Prensa económica: de la Lloyds Lis Al Wsj.com*. Pamplona: Eunsa.
- Arrese Reca, Ángel et al. (2007): *Periodismo económico: viejos y nuevos desafíos*. Pamplona: EUNSA
- Arrese Reca, Ángel (2006). *Periodismo económico. Entre la simplificación y el rigor*. Cuadernos de información, 19. págs. 42-49.
- Ballarín, L. (2006). *La informació econòmica a la televisió. Un espectacle que costa de veure*. Lleida: Edicions de la UdL.
- Berrocal, S. (coord.) (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos mitjans*. Barcelona: Ariel.
- Canel, M. J. (2007). *Comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos.
- Calvo, E. (2011). *La supervivencia del gran periodismo financiero*. Fonseca Journal of Communicaton, 2, págs. 54-70.
- Chomsky, Noam (2008). *Como nos venden la moto. El control de los medios de comunicación; pensamiento único y nuevos amos del mundo*. Barcelona: Icaria.
- Esteve Ramírez, Francisco; Fernández del Moral, Javier (1999). *Áreas de especialización periodística*. Madrid: Fragua.
- Friedman, Thomas L. (2009). *La tierra es plana: breve historia del mundo globalizado del siglo XXI*. Madrid: Martínez Roca.
- Fernández Del Moral, Javier (2004). *Periodismo especializado*. Barcelona: Ariel.
- Harford, Tim (2009). *El economista camuflado: la economía de las pequeñas cosas*. Madrid: Temas de hoy.
- Prieto Ampudia, J.M.(2006). *Influencia de Internet en el periodismo económico en España (2000-2005)*. Estudios sobre el mensaje periodístico, 12. págs. 413-430.
- Ridderstråle, J.; Nordström, K. (2008). *Funky Business Forever*. Madrid: Prentice Hall.
- Remirez Prados, J.A. (2010). *Cómo entender los datos de la prensa financiera*. Madrid: ESIC.
- Serrano, Pascual (2009). *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. Madrid: Península.
- Sala, Carlos (2009). *La crisis explicada a sus víctimas*. Barcelona: Altera.
- Río, Rosa del (2004). *Periodismo económico y financiero*. Madrid: Síntesis.

Periodismo Deportivo

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

El periodismo deportivo es uno de los ámbitos con más auge en los últimos años dentro del sector de la comunicación. Los medios de comunicación han apostado por los contenidos deportivos para poder ser líderes en el mercado y establecer sus estrategias comerciales para poder luchar con la competencia. Por ello, el periodismo deportivo es esencial para conocer el funcionamiento de los medios de comunicación.

Esta asignatura pretende acercar al estudiante a esta especialidad y tiene como objetivos principales los siguientes:

1. Conocer la historia del deporte y el periodismo deportivo y su relación.
2. Analizar el tratamiento que se hace del deporte en los diferentes medios de comunicación (prensa, radio, televisión e Internet).
3. Familiarizar al alumno con las técnicas profesionales para que sea capaz de trabajar en el ámbito del periodismo deportivo.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener habilidad para trabajar en entornos de presión.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber relacionar cualquier información de interés general o público con la actualidad y el entorno.
- Saber buscar, contrastar y jerarquizar la información periodística.
- Aprender a crear y organizar una agenda de contactos y fuentes de información.
- Tener capacidad y habilidad para el ejercicio de las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.
- Conocer la realidad sociocomunitaria de la Comunidad Autónoma (estructura, políticas y funcionamiento) en el contexto español, europeo y mundial.
- Saber tratar la información de forma divulgativa de valores asociados a los derechos fundamentales, la igualdad de género, acceso universal y diversidad cultural.

CONTENIDOS:

1. El deporte y el periodismo deportivo se realimentan.
2. La historia del deporte (1). Los pioneros.
3. Conferencia de Jaime Arias.
4. La historia del deporte (2). Los profesionales.
5. La historia del deporte (y 3). Los cracks mediáticos.
6. La historia del periodismo deportivo (1). Prensa escrita.

7. La historia del periodismo deportivo (2). Radio y Televisión.
8. Coloquio con con el doctor Joaquín Marín.
9. La historia del periodismo deportivo (y 3). Internet
10. El periodismo deportivo en la sociedad actual (1). Los deportistas como modelos sociales. El deporte como fenómeno de cohesión social y nacional.
11. El periodismo deportivo en la sociedad actual (y 2). Los valores inherentes al deporte, hoy; ¿qué valores promueve el deporte?
12. El lenguaje deportivo.
13. Los departamentos de comunicación.
14. El deporte y el periodismo deportivo en la era de la globalización. Retos.

EVALUACIÓN:

- No habrá examen final. La evaluación será continua. Consistirá en la presentación de 10 prácticas; para ser evaluado, el alumno deberá presentar un mínimo de 7, teniendo en cuenta que las prácticas 1, 3, 4, 7 y 9 son obligatorias. Estas 10 prácticas representarán un 40 por ciento de la nota final. Las prácticas se entregarán por correo electrónico al profesor en la fecha límite establecida (en un documento word que debería llamarse de la siguiente manera a partir del siguiente modelo: inicialdelnombreapellidoUVicPE00.doc. Por ejemplo: JSanfeliuUVicPE01.doc, en el caso de la primera práctica del alumno Jordi Sanfeliu).
- No se evaluarán los trabajos presentados posteriormente a la fecha límite establecida. Las prácticas deberán tener 45 líneas de 70 espacios (3.150 caracteres con espacios).
- Como trabajo de fin de curso, el alumno deberá presentar una entrevista a una persona vinculada con el mundo del deporte (20 por ciento de la nota final) y un reportaje (30 por ciento de la nota). El día 17 de octubre, el alumno deberá haber comunicado por escrito al profesor tanto la entrevista como el reportaje, con una exposición de motivos, que le deberán ser aprobados. Tanto la entrevista (2 páginas) como el reportaje (4 páginas) deberán presentarse correctamente maquetados el día 25 de enero de 2012, como fecha límite.
- El 10 por ciento restante saldrá de una valoración personal en función del trabajo realizado en los talleres de prácticas y la asistencia e intervención en clase.

BIBLIOGRAFÍA:

- Nudillos, Joan Josep. *Barça, Barça Barça. FC Barcelona, esport i ciutadania*. Barcelona: Laia, 1972.
- Boniface, Pascal. *Football et mondialisation*. Armand Colin, 2010.
- Boniface, Pascal. El fútbol, fenómeno global por excelencia. en *La Vanguardia Dossier: El poder del fútbol*. Núm. 20. Barcelona: La Vanguardia Ediciones, 2006. p 6 -16.
- Burguet, Francisco. *Els diaris de la Rambla. Memòries del periodista Lluís Aymamí i Baudina (1899 - 1979)*. Barcelona: Diputació de Barcelona i Col·legi de Periodistes de Catalunya, 1997.
- Burns, Jimmy. *Barça, la passió d'un poble*. Barcelona: Empúries, 1999.
- Espar, Xesco. *Jugar con el corazón. La excelencia no se suficiente*. Barcelona: Plataforma Editorial, 2010.
- Foe, Franklin. *El mundo en un balón. cómo entender la globalización a través del fútbol*. Barcelona: Debate, 2004.
- Ginesta, X. *Les tecnologies de la Informació i la Comunicació i l'esport: una anàlisi de la Primera Divisió espanyola de futbol (2001 - 2008)*. Tesis doctoral. UAB, 2009.
- Kuper, Simon. *Footgall against the Enemy*. Great Britain: Orion, 1994.
- MacClancy, Jeremy (ed.). *Sport, Identity and Ethnicity*. Oxford: Berg. 1996.
- Moragas de, Miguel. *Cultura, símbols i Jocs Olímpics: la mediació de la comunicació*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1992.
- Nello, Antonio (coord.) *Vers un codi ètic de l'esport*. Barcelona: Ethos Ramon Llull, 2004.
- Palacio, Goretti. *Gabinets de comunicació. Periodistes a l'altra banda*. Barcelona: Pòrtico, 2003.
- Pujadas, Xavier; Santacana, Carles. *Història il·lustrada de l'esport a Catalunya*. Barcelona: Empúries,

1994.

- Pujadas, Xavier; Santacana, Carles. *L'esport és notícia. Història de la Premsa Esportiva a Catalunya (1880 - 1992)*. Barcelona: Diputació de Barcelona y el Colegio de Periodistas de Cataluña, 1997.
- Pujadas, Xavier; Santacana, Carles. "De club esportiu a símbol del catalanisme. El Barça (1915-1925)". En: *L'Avenç*, 238 (julio-agosto de 1999).
- Pujadas, Xavier. "Els orígens de l'esport a la Catalunya contemporània: entre la modernització del lleure i la massificació (1870 - 1936)". En: Santacana, Carles (ed.). *L'esport a Catalunya*. Barcelona: Fundació Lluís Carulla, 2008. p. 13-28.
- Salvador Duch, Jordi. *Futbol, metàfora d'una guerra freda. estudi antropològic del Barça*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 2005.
- Santacana, Carlos. *El Barça i el franquisme*. Barcelona: Mina, 2005.
- Segurola, Santiago (ed.). *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Debate, 1999.
- Solà, Lluís. *Xut*. Barcelona: Bruquera, 1970.
- Soriano, Fernando. *La pilota no entra per atzar*. Badalona: Ara Llibres, 2010.
- Viñas, Carlos. *Tolerancia cero. La violencia en el fútbol*. Barcelona: Angle Editorial, 2006.

Periodismo Internacional

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

El objetivo principal de esta asignatura es trabajar los instrumentos necesarios para desarrollar la tarea de periodista de información europea/internacional en una redacción de un medio generalista o bien especializado. Se complementa la asignatura con el conocimiento de la actualidad mundial, conocimientos sobre la integración europea, comprensión de los eventos y desarrollo de la capacidad de situar un hecho dentro de su contexto.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el estado del mundo y su evolución histórica reciente, así como comprender sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
- Saber relacionar cualquier información de interés general o público con la actualidad y el entorno.
- Saber buscar, contrastar y jerarquizar la información periodística.
- Tener capacidad y habilidad para el ejercicio de las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.
- Saber analizar discursos políticos.

CONTENIDOS:

1. Los retos del mundo actual. ¿Hacia dónde vamos?
La posguerra mundial y el objetivo de la unidad de Europa. El contexto internacional y el inicio de la Guerra Fría para entender la integración europea; desarrollo y evolución del proceso de integración de la Unión Europea desde los 6 primeros Estados miembros a los actuales 27. Revoluciones y contexto actual. Diversidad cultural y conflictos.
2. Marco institucional de la Unión Europea: origen, desarrollo y evolución.
La construcción europea a través de los tratados. Analizaremos desde los tratados básicos CEE, CECA, EURATOM; las modificaciones posteriores, el Acta Única y el Tratado de Niza, hasta el proyecto de Constitución y sus desarrollos posteriores.
3. La UE y los demás espacios suprarregionales.
La política exterior española y la política exterior europea. Relaciones entre la UE y otros espacios suprarregionales. Conflictos internacionales y el papel de la UE/EEUU. ¿Quién marca la agenda de la política internacional? ¿Quiénes son los actores?
4. Acceso a la información y documentación internacional: fuentes y corresponsales.
Cómo acceder a las fuentes y documentos comunitarios y su uso. La UE y las redes sociales. El trabajo

del corresponsal extranjero en la UE y en otras partes del mundo.

5. Análisis de la información internacional.

La sección de internacional en los medios de comunicación. Tratamiento diverso de los temas de la sección, periodismo de guerra/periodismo de Paz. Características específicas de los géneros periodísticos en relación a la información internacional (prensa, radio, televisión e Internet). Los programas RTV sobre Europa.

EVALUACIÓN:

- Lecturas recomendadas, ejercicios en clase: 30%.
- Reportaje final: 30%.
- Crítica de libro: 30%.
- Intervenciones en clase: 10%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Ahijado, M. *Historia de la Unidad Europea*. Madrid: Pirámide, 2000.
- Alonso, Martínez, J.M.; Herrero de la Fuente A.A. (coords). *El Tratado de Roma en apoyo 50 aniversario. Un balance socioeconómico de la integración europea*. Universidad de Valladolid, Instituto de Estudios Europeos, 2007.
- Bitsch, M.T. *Histoire de la construction européenne*. Editions Complejo, 1999.
- Budge, I.; Newton, K. *La política de la nueva Europa*. Akal, 2001.
- Coudenhove-Kalergi, R.N. *PanEuropa. Dedicado a la juventud de Europa*. Tecnos, 2002.
- Carpentier, J.; Lebrun, F. *Breve historia de Europa*. Madrid: Alianza, 1994.
- Cecchini, P.; Garrigues, A.; Illescas, R. *La Unión Europea*. Madrid: McGraw-Hill, 1994.
- Company, F.; Vilarmau, J.; Cervantes, A. *Euro diccionari*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament d'Ensenyament, 1992.
- Delors, J. *El nuevo concierto europeo*. Madrid: Acento, 1993.
- Fontaine, A. *Una idea para europea: la declaración Schuman*. Comisión Europea, 1990.
- Gueguen, D. *Guía de la Comunidad Europea después de Maastricht*. Barcelona: Bosch, 1999.
- Gutiérrez Espada, C. *El sistema institucional de la Unión Europea*. Madrid: Tecnos, 1993.
- Isaac G. *Manual de derecho comunitario general*. Barcelona: Ariel, 1991.
- Laguna, J.M. *Historia de la Comunidad Europea*. Bilbao: Mensajero, 1991.
- Louis, J.V. *El ordenamiento jurídico comunitario*. Bruselas: OPOCE, 1991.
- Mammarella, G. *Historia de Europa contemporánea desde 1945 hasta hoy*. Barcelona: Ariel, 1996.
- Mangas Martín, A.; Liñan Noguerras, D.J.: *Instituciones y derecho de la Unión Europea*. Tecnos, 2002.
- Martín González, Y. *La documentación y los servicios de información del Parlamento europeo*. Gijón, Trea, 2002.
- Medina, M. *Hacia una Constitución europea*. Valladolid: Universidad de Valladolid, 1994.
- Metcalfe, L. *La Comisión Europea como una organización-red*. Revista de Gestión y Análisis de Políticas Públicas, 1995.
- Morata, F. *Unión Europea, administraciones públicas y mercado interior*. Revista de Gestión y Análisis de Políticas Públicas, 1995.
- Muñoz Machado, S. *La Unión Europea y las mutaciones del Estado*. Madrid: Alianza Editorial, 1993.
- Nicoll, W.; Salmon, T. *Understanding the New European Community*. Londres: Harvester Wheatsheaf, 1994.
- Sanchez-Bravo Cenjor, A. *La información en la Comunidad Europea*. Madrid: Síntesis 1993.
- Tamames, R. *La Unión Europea*. Madrid: Alianza Editorial, 1995.
- Truyol y Serra, A. *La integración europea*. 1995. Vilariño, E. *La construcción de la Unión Europea*. Madrid: Arcolibros, 1992.
- Viesca, J. *La Unión Europea en Internet*. Madrid: Anaya Multimedia, 1998.

Periodismo Político

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

El periodismo político es una de las especialidades más desarrolladas en los medios de comunicación. De hecho, los propios medios tienen como función en la sociedad contemporánea la creación de agenda, una función que se relaciona con la capacidad que tienen estos medios para marcar el ritmo de los acontecimientos, sobre todo de carácter políticos. ¿Cuántas veces hemos visto actuar los líderes políticos en función de cómo quieren construir el relato de la actualidad en los medios de comunicación? ¿Cuántas veces hemos oído decir que un diario ha hecho caer un gobierno?

Por ello, esta asignatura tiene por objetivo principal introducir al alumnado en las singularidades intelectuales y prácticas del periodismo dedicado a la política, tanto el que se desarrolla dentro de un Parlamento, en otras instituciones de gobierno o vinculado con los movimientos sociales.

Los objetivos específicos se podrían resumir en:

- Entender el sistema social como un conjunto de subsistemas relacionados entre sí, de los cuales el político es una de las bases esenciales.
- Conocer los diversos actores que participan de la política y las relaciones que mantienen entre ellos, sea de forma directa o a través del subsistema de medios de comunicación.
- Conocer la dimensión política de los medios de comunicación y su participación en los procesos de *decisión-making*.
- Conocer los diversos géneros periodísticos y sus especificidades dentro del ámbito de la política.
- Diferenciar el tratamiento informativo de los acontecimientos políticos según sea para prensa, radio, televisión o nuevos medios.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el estado del mundo y su evolución histórica reciente, así como comprender sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
- Saber relacionar cualquier información de interés general o público con la actualidad y el entorno.
- Saber buscar, contrastar y jerarquizar la información periodística.
- Tener capacidad y habilidad para el ejercicio de las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.
- Conocer la realidad sociocomunicativa de la Comunidad Autónoma (estructura, políticas y funcionamiento) en el contexto español, europeo y mundial.
- Saber analizar discursos políticos.

CONTENIDOS:

1. ¿Qué es política?
De las Naciones Unidas a las asociaciones de barrio. Articulación en áreas y secciones de la prensa de información general. Funcionamiento. Contenidos radiofónicos y de televisión. Dinámicas, rutinas, carencias, lugares comunes del profesional de los medios. Las peculiaridades de trabajar la política: valoración, contextualización y enunciación.
2. El marco español del periodismo especializado en política. Confusión de poderes:
La crisis general del sistema informativo. Devaluación del mensaje político y degeneración del mensaje periodístico. La precariedad posicional del *trabajador de la verdad*. La política, entre la saturación, la hipervaloración y el descrédito sistemático. El negocio y la influencia contra la dialéctica informativa: realidades interesadas.
3. Los géneros periodísticos en la dimensión política. Elementos diferenciales:
La sencilla complejidad del breve. La noticia estricta. Las crónicas: informativas o de ambiente. La *literatura* de la crónica y la interpretación de los hechos. Las entrevistas: especificidades de la entrevista según el medio y tipología de entrevistas (de carácter o informativas). El reportaje.
La rueda de prensa como fuente de información. Cómo actuar. Tipología de preguntas. Preparación de ruedas de prensa. Práctica.
4. El periodismo político según los medios:
Los literatos de la prensa generalista: donde termina la información y dónde empieza la literatura. Límites de la crónica política. Tertulias y magazines audiovisuales. Las especificidades del periodismo comarcal: el valor de la noticia estricta y el corresponsal de pueblo.
5. Los periodistas ante la gestión política y sus agentes:
Corrupciones informativas de la política. Teoría y práctica. Las conductas y tics de poder, actores y sistemas. Política informativa y desinformación política. Intoxicaciones, presiones, sobreactuaciones y otros métodos de neutralización y contaminación de la labor periodística. *El off the record* y los embargos. Censuras y autocensuras. ¿Todo lo que es real se tiene que revelar? La desvirtuación del secreto profesional.
6. Los periodistas ante el sometimiento al mercado, las 'líneas rojas' legales y los grupos de presión:
Contenidos supeditados: Las interferencias empresariales. Los límites redaccionales. Tropiezos y tabúes institucionales. Los déficits de la transición. Factores corporativos de instrumentalización y desestabilización. Diarios-partido, Clanes y periodistas que luchan por ser noticia. Tratamiento de la vida privada de los políticos: ¿todo vale para el interés público?
7. Propaganda política: la campaña permanente:
Los gabinetes de comunicación y la comunicación de los partidos: comunicación corporativa, comunicación de crisis, comunicación interna, comunicación comercial. Política 2.0 y el nuevo valor de las redes sociales. Grupos de presión asociados. Panfletos oficiales. La sobreinformación. Poderes fácticos más allá de la política. Otros condicionamientos soterrados. Publicidad política persuasiva y publicidad engañosa.
8. La propaganda en campaña electoral:
La estructuración de las campañas electorales. ¿Seguimiento o seguidismo de los periodistas? Autocares de la prensa y bloques electorales de los telediarios. Mítines, eslóganes, lemas, declaraciones, contradecaraciones y escenificaciones. Uso y abuso del "canutazo".
9. Lenguaje político y lenguaje social:
El estándar oral no sirve. Imprecisiones de léxico y sintaxis, eufemismos, barroquismos, vulgaridades, desnaturalizaciones y tópicos en el empobrecimiento comunicativo de periodistas y políticos. El lenguaje impostado. Los laberintos verbales: Métodos de distorsión y difuminación.
10. El periodismo político *in situ*. Servidumbres de corresponsales y enviados especiales:
Los conflictos políticos a pequeña y gran escala. El combate de informar y las contradicciones. Empresa y conciencia, rigor y éxito. El renovado *síndrome de Estocolmo* y la demagogia sin fronteras. Niveles de análisis. Fuentes y retribución por acto informativo. Conflictos marginados: el negocio de realidades interesadas a nivel global.

EVALUACIÓN:

La nota final estará determinada por el compromiso del alumno con la asignatura: la redacción de los textos descritos, el comentario de las piezas de reflexión encargadas, la participación en las hipótesis prácticas y la preparación de los trabajos.

La evaluación está formada por:

- De seis a diez prácticas obligatorias (según calendario) de evaluación del conocimiento y el desarrollo de las especificidades de los géneros periodísticos. Estas se tratarán de hacer en condiciones reales, sea a través de material real, la presencia de políticos en el aula o la visita a instituciones: 50%.
- Reportaje de fondo. El alumno podrá escoger qué soporte utiliza. En caso de ser de prensa: Doble página DinA4, maquetado: 30%.
- Crítica literaria sobre literatura gris (30 líneas, Times New Roman 12, de uno de los libros de la bibliografía citada): 10%.
- Participación en el aula: 10%.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Aira, Toni. *Màrqueting polític: l'art de guanyar eleccions*. Barcelona: Trípodos, 2008.
- Bastenier, Miguel Angel. *El blanco móvil*. Madrid: El País, 2001.
- Bosch, Agustín. *Com votem i per què*. Barcelona: UOC, 2004.
- Casero, Andreu. *La construcción mediática de las crisis políticas*. Madrid: Fragua, 2008.

Para la crítica

- Balladour, Édouard. *Maquiavel en democràcia*. Barcelona: Mina, 2007.
- Benach, Ernest. *#Política 2.0*. Barcelona: Angle, 2010.
- Gabancho, Patricia. *Joan Laporta. De la presidència del Barça al Palau de la Generalitat*. Barcelona: Mina, 2010.
- Miravitllas, Ramon. *¿Pero quién mató a Olof Palme?* Berga: La Patumaire, 2009.
- Nivat, Anne. *El laberinto checheno. Diario de una corresponsal de guerra*. Madrid: Paidós Ibérica, 2003.
- Obama, Barack. *L'audàcia de l'esperança*. Barcelona: Mina, 2008.
- Rahola, Pilar. *La màscara del rei Artur*. Barcelona: Columna, 2010.

Complementaria

- Alexandre, Víctor. *La paraula contra el mur*. Barcelona: La Busca Edicions, 2006.
- Arrieta, Juan y Astigarraga, Jesús (Eds.). *Conciliar la diversidad. Pasado y presente de la vertebración de España*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2009.
- Bassets, Lluís, et. al. *La rectificación*. Barcelona: Destino, 2006.
- Carrillo, Marc. *La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas*. Ciezur Menor: Cuadernos Civitas, 1993.
- Cockerell, Michael. *La televisión inglesa y los primeros ministros*. Barcelona: Planeta, 1990.
- Contreras, José Miguel. *Vida política y televisión*. Pozuelo de Alarcón: Espasa Mañana, 1990.
- Hermida, José M. *La estrategia de la mentira*. Madrid: Temas de Hoy, 1993.
- Iglesias, María Antonia. *La memoria recuperada*. Madrid: Aguilar, 2005.
- Jaén, Esther. *Cómo ser político y no morir en el intento*. Teià: Volter, 2006.
- Julilana, Enrique. *La deriva de España*. Barcelona: RBA, 2009.
- Knightley, Phillip. *The first casualty*. Baltimore: John Hopkins University Press, 2004.
- López Bofill, Héctor. *La democràcia cuirassada*. Madrid: Esfera de Libros, 2005.
- Miravitllas, Ramon. *Preciosos ridículos*. Teià: Robinbook, 2004.
- Miravitllas, Ramon y Bach, Jaume. *En el nombre del Páddel*. Teià: Robinbook, 2003.

- Oliva, Lucía y Sitjà, Xavier. *Las noticias en televisión*. Madrid: IORTV, 1992.
- Ramírez, Pedro J. *Amarga victoria*. Barcelona: Planeta, 2000.
- Reverte, Jorge M. *Perro come perro*. Barcelona: Crítica, 2002.
- Sánchez, Jordi. *Política, poder i democràcia*. Barcelona: Pòrtic, 2001.
- Soler, Toni. *Vota'm, inútil!* Barcelona: Columna, 2003.
- Tornos, Joaquín, et. al. *Democracia y medios de comunicación*. València: Tirant lo Blanc, 2002.
- Villatoro, Vicenç. *L'engany*. Barcelona: Ara llibres, 2007.

Periodismo Social

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

This course teaches the student the knowledge and abilities needed for the description, interpretation and opinion of news and information broadly related to society. It ranges from education, health, environment and science issues to children, community, immigration and voluntary sector ones. The course also takes into account, in order to deal with the above, the understanding and use of the Internet social media and networks, both as new information resources and trend topics.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el estado del mundo y su evolución histórica reciente, así como comprender sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
- Saber relacionar cualquier información de interés general o público con la actualidad y el entorno.
- Saber buscar, contrastar y jerarquizar la información periodística.
- Tener capacidad y habilidad para el ejercicio de las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.
- Saber tratar la información de forma divulgativa de valores asociados a los derechos fundamentales, la igualdad de género, acceso universal y diversidad cultural.

CONTENIDOS:

1. Introduction. Social journalism within the communication media. Delimitation and scope of social journalism. Levels of specialized communication and description of civil society.
2. Social journalism and its diffuse borders with other journalism areas. The process of news building and the different perspectives depending on the journalist's specialization.
3. Genres in the Social Journalism domain. From a brief piece of information to an in-depth report. The article as a fusion between journalism and literature. Opinion genres in society news.
4. Traditional sources of information: public and private institutions, NGOs and press offices. Emerging sources: social media and digital networks.
5. Domains of specialization within social journalism: events, community, children, education, health, environment, immigration, travel, celebrities, science and technology, history, cooking, etc.

EVALUACIÓN:

The quality of the student's work will be judged by continuous assessment. The final mark will be the result of the following pieces of work:

1. Classroom work during each week. It can be a reading comment, a short oral presentation of a topic or question for discussion, information searches, etc. (40% of the final mark)
2. An article in groups of up to 3 students about immigration or an environmental issue in a Catalan city. The students should do a field work, talking to people involved in the topic, making pictures, etc. (30%)
3. An in-depth report in any of the areas covered by social journalism. Two Din A-4 pages formatted as a newspaper double page. Alternatively, it can be a radio or TV report. (30%)
4. An optional 2-pages essay reflecting on a book related to social issues (up to one extra point).

BIBLIOGRAFÍA:

- Esteban Ramírez, Francisco. *Comunicación especializada*. Alicante: Ediciones Tucumán, 1999.
- Bartolomé Crespo, Donaciano. *Periodismo educativo*. Madrid: Síntesis, 2005.
- Bernabé Fraguas, Javier. *Periodismo preventivo: otra manera de informar sobre las crisis y los conflictos internacionales*. Madrid: Los libros de la Catarata, 2007.
- Cytrynblum, Alicia. *Periodismo social: una nueva disciplina*. Buenos Aires: La Crujía Editores, 2009.
- Llano, Rafael. *La especialización periodística*. Madrid: Tecnos, 2008.
- Llera Llorente, Mar; Sierra Caballero, Francisco. *Palabras comprometidas: la solidaridad en la información local*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2009.
- Morduchowicz, Roxana (coord.); Martín Barbero, Jesús. *Comunicación, medios y educación: un debate para la educación en democracia*. Barcelona: Octaedro, 2003.
- Raigón Pérez de la Concha, Guillermo. *Introducción al Periodismo social y educativo*. Sevilla: Facultad de Comunicación, 2007.
- Serrano, Pascual. *Desinformaciones. Cómo los medios ocultan el mundo*, Barcelona: Península, 2009.
- Touraine, Alain. *La mirada social: un marco de pensamiento distinto para el siglo XXI*. Barcelona: Paidós, 2009.
- *Periodisme social: el compromís de la informació*, 5.ª ed. Madrid: Servimedia, 2008.
- *Consideracions ètiques entorn de la informació sanitària*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Salut, 2004.
- Fernández, Joaquín. *Dos siglos de periodismo ambiental*, Alacant: Ed. Caixa d'Estalvis del Mediterrani, 2001.
- Burkett, David W. *News reporting: science, medicine and high technology*. Iowa State University Press, 1986.
- Calvo Hernando, Manuel. *Manual de periodismo científico*. Barcelona: Bosch, 1997.

Seminario de Actualidad

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

One of the most important tasks of journalists is to understand causes and predict consequences of social events. For this reason, the analysis is an important format for media. The journalist is not only an observer, but also an interpreter of the reality. The aim of this seminar is to introduce students to the analysis of current affairs and their evolution, and, above all, do it in English as one of the main languages to establish relationships around the world in the XXI century.

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:

- Conocer el estado del mundo y su evolución histórica reciente, así como comprender sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
- Saber relacionar cualquier información de interés general o público con la actualidad y el entorno.
- Saber buscar, contrastar y jerarquizar la información periodística.
- Aprender a crear y organizar una agenda de contactos y fuentes de información.

CONTENIDOS:

1st part. The social sphere. Multiple visions for social events:

- The agenda of the media. Frames and the different interpretations of the social sphere.
- Economy and politics as the main topics of the media.
- What comes first, economy or politics?

2nd part. The Media. The analysis as the main format to interpret reality:

- Basic theory of the format.
- The analysis in the press. Characteristics.
- The analysis on the radio and on television. The debate shows.
- New technologies and social networks. The debates on the net.

3rd part. Actors and media content:

- Economy in the 21st century. The economic crisis and its consequences.
- Representative democracy-participatory democracy.
- New forms of political participation.
- New social debates: ecology, gender, technology, education, etc.
- Globalization and culture.

EVALUACIÓN:

Evaluation will be based on continuous assessment:

- Four assignments produced during the course (40% of the final mark).
- Final project (30% of the final mark).
- Report on the weekly current affairs, a Press Kit (10% of the final mark).
- Class participation (10% of the final mark)
- Discussion of articles (10% of the final mark).

BIBLIOGRAFÍA:

- Bagnall, Nicholas. *Newspaper language*. Oxford; Boston: Focal Press, 1993.
- Carlin, John. *Playing the enemy*. New York: Penguin Press, 2008.
- Varios autores. *Politics, media and modern democracy. An International study of innovation in electoral campaigning and their consequences*. Westport: Praeger, 1996.
- Varios autores. *Regionalism in world politics. Regional organizations and international order*. Oxford: Oxford University Press, 1995.
- Harris, Geoffrey; Spark, David. *Practical newspaper reporting*. Oxford: Focal Press, 1993.
- Houlihan, Barrie. *Sport, policy and politics: a comparative analysis*. London: Routledge, 1997.
- Kahta, Miles. *Networked políticos: agency, power and governance*. Ithaca: Cornell University Press, 2009.
- Nivat, Anne. *Chienne de guerre. A woman reporter behind of the war in Chechnya*. New York: Public Affairs, 2001.
- Obama, Barak. *The audacity of hope*. Edinburgh; New York: Canongate, 2007.
- Obama, Barak. *Dreams from my father*. New York: Times Books, 1995.

Taller de Fotoperiodismo

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

En esta asignatura se simula que la clase es la sección de fotografía de un periódico. Los estudiantes deben demostrar a lo largo del curso que pueden cubrir todos los actos que las otras secciones del diario propongan (política, sociedad, local, cultura, deportes, economía...), deben trabajar tanto en equipo como de manera individual.

Deberán estar pendientes, también, de la actualidad y de los hechos que rodean el mundo de la información para poder aportar fotonoticias al diario.

Se propondrán salidas fotográficas a lo largo del curso para poder experimentar situaciones reales del trabajo del fotoperiodista.

Objetivos

- Aprender a mejorar el funcionamiento de la cámara fotográfica desde el punto de vista técnico.
- Aprender composición visual.
- Saber utilizar la cámara fotográfica para contar una noticia.
- Saber editar una fotografía con el programa informático genérico.
- Aprender a tener criterio periodístico y saber gestionar la información de actualidad y/o de interés general.
- Aprender a fotografiar con un teléfono móvil
- Saber buscar una fotonoticia y venderla al diario.
- Aprender a elaborar un reportaje fotográfico propio de actualidad y buscar la rentabilidad.
- Reflexionar críticamente sobre el proceso de obtención de una fotografía para ser publicada y conocer las consecuencias que puede tener.
- Adquirir una conciencia crítica del papel del fotoperiodista en la sociedad.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para resolver problemas.
- Tener capacidad para la toma de decisiones.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos, históricos y prácticos de la comunicación gráfica y del diseño editorial.
- Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos,

audiovisuales y digitales, así como el uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos.

- Conocer y dominar los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje fotográfico y sus géneros.
- Conocer la organización y gestión de los recursos técnicos, humanos y presupuestarios para una producción gráfica.
- Conocer la imagen espacial y las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como en movimiento.

CONTENIDOS:

1. La fotografía en la prensa:
 1. Origen, historia.
 2. Medios de comunicación convencionales.
 3. Medios de comunicación digitales.
 4. La evolución de las cámaras de reportaje.
 5. Las nuevas cámaras.
 6. De la fotografía al video.
 7. Reflexiones de futuro.
2. El fotoperiodismo:
 1. El equipo fotográfico del fotógrafo de prensa.
 2. El equipo informático del fotógrafo de prensa.
 3. La preparación del fotógrafo. El reportaje.
 4. La información gráfica.
 5. Las fuentes de información.
 6. Relación redactor-fotógrafo.
 7. Funcionamiento de un diario.
 8. Encargos habituales.
 9. La agencia fotográfica.
 10. Publicaciones especializadas.
3. Disciplinas del fotoperiodismo:
 1. El reportaje. Contar una historia.
 2. La fotografía deportiva.
 3. El retrato para prensa.
 4. La fotografía de los espacios. Arquitectura, interiorismo.
 5. La fotografía de los espacios naturales.
 6. La fotografía del suceso.
 7. Las conferencias de prensa.
 8. El mitin político. El candidato.
4. La fotografía y la ley:
 1. Ley de la Propiedad Intelectual.
 2. Derechos de autor y copyright.
 3. Derechos de explotación de las imágenes.
 4. La propiedad de las fotografías.
 5. Permisos y autorizaciones.
 6. Derecho a la propia imagen.
 7. La ética del fotógrafo.
5. El fotógrafo profesional:
 1. Trabajar de autónomo: ventajas e inconvenientes.
 2. Trabajar asalariado: ventajas e inconvenientes.
 3. Formación: académica y autodidacta.
 4. Credenciales: carné de prensa, autorizaciones.
 5. Herramientas de trabajo: equipo fotográfico, vehículos, teléfono móvil, ordenador, etc.
 6. Disponibilidad: horario, festivos y vacaciones.

EVALUACIÓN:

La evaluación estará formada por una parte de teoría y otra de práctica. La parte de teoría valdrá el 20% de la nota. Repartida entre la asistencia a clase (10%) y de un comentario personal de un documental pasado en clase (10%).

La parte práctica valdrá el 80% de la nota, y estará formada por la media de cinco prácticas individuales (30%) a realizar de forma dirigida en horario lectivo, una práctica en grupo (10%), y un trabajo final individual (40 %) que los alumnos deberán desarrollar a lo largo de todo el curso.

BIBLIOGRAFÍA:

- Aaland, Mikkel. *Consigue las mejores fotos con tu cámara digital*. Madrid: Anaya Multimedia, 2004.
- Baeza, Pepe. *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.
- Barthes, Roland. *La cámara lúcida*. Mallorca: Leonard Muntaner Editor, 2007.
- Benjamin, Walter. *Sobre la fotografía*. Traducción; José Muñoz Millanes. Valencia: Pre-textos, 2007.
- Daly, Tim. *Manual de fotografía digital*. Barcelona: Loc Team, 2000.
- Doménech, Hugo. *La fotografía informativa en la prensa generalista. Del fotoperiodismo clásico a la era digital* (en línea) Castellón: Universitat Jaume I, 2005.
- Dubois, Philippe. *El actora fotográfico. De la representación a la recepción*. Barcelona: Paidós, 1986.
- Eismann, Katrin; Seán Duggan; Tim Grey. *Fotografía digital. Títulos Especiales*. Madrid: Anaya multimedia, 2005.
- Freund, Gisèle. *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili, 1993.
- Hedgecoe, John. *Manual de técnica fotográfica*. Madrid: Blume, 1979.
- Langford, Michael. *La fotografía paso a paso*. Madrid: Hermann Blume, 1984.
- Lister, Martin. *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona: Paidós, 1997. (Biblioteca UVic).
- Newhal, Beaumont. *Historia de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.
- Keen, Martin. *Práctica de la fotografía de prensa. Una guía para profesionales*. Barcelona: Paidós, 1995. (Biblioteca UVic).
- Kobre, Kenneth. *Fotoperiodismo. El manual del reportero gráfico*. Barcelona: Omega, 2006.
- Martin Evening. *Photoshop CS para fotógrafos*. Madrid: Anaya, 2004.
- Mellado, José María. *Fotografía digital de alta calidad*. Barcelona: Artual, 2006.
- Mellado, José María. *Fotografía de alta calidad. Técnica y método*. Barcelona: Artual, 2010.
- Soler, Maria. *Las empresas de fotografía ante la era digital*. Madrid. Ediciones de las Ciencias Sociales, 2007. (Biblioteca UVic).
- Sontag, Susan. *Sobre la fotografía*. Barcelona: Edhasa, 1981.
- Souvez, Marie-Loup. *Historia de la fotografía*. Madrid: Cátedra, 1994.
- Tausk, Peter. *Historia de la Fotografía en el siglo XX. De la fotografía artística al periodismo gráfico*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.

Taller de Producción de Comunicación

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es que el estudiante ponga en práctica y mejore los conocimientos adquiridos a lo largo de la titulación en redacción, producción y realización de contenidos escritos y audiovisuales, aplicándolos en forma de participación activa en una redacción integral varios medios de comunicación. El alumno deberá trabajar en equipo y llevar a cabo todas las tareas necesarias para elaborar contenidos para los medios de comunicación que conformarán la asignatura: el bloque de estudiantes UVica't, el espacio Sense Boira, un canal de Youtube vinculado al Sense Boira, y al proyecto de emisora ??de radio digital de la Universidad de Vic.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad para trabajar en entornos de presión.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad para adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber relacionar cualquier información de interés general o público con la actualidad y el entorno.
- Saber buscar, contrastar y jerarquizar la información periodística.
- Tener capacidad y habilidad para el ejercicio de las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.

CONTENIDOS:

1. El funcionamiento de la redacción de un medio de comunicación:
 1. Los consejos de redacción.
2. Tipo de redacciones existentes:
 1. Redacciones integradas.
 2. Redacciones específicas.
3. Las rutinas productivas para los diferentes tipos de medios:
 1. Proceso de producción de contenidos.
 2. Proceso de selección de contenidos.
 3. Proceso de realización de contenidos.

EVALUACIÓN:

- Esta es una asignatura práctica, que pide la asistencia de los alumnos a todas las sesiones y actividades que se lleven a cabo. La evaluación será continua, de manera que todas las actividades que se realicen se computarán. La parte práctica de la asignatura se contabilizará con un 75% de la nota final.
- Habrá una parte de la evaluación que será teórica, y que corresponderá a un 25% de la nota que se obtendrá. En este caso, los estudiantes deberán hacer un análisis del funcionamiento de la redacción de un medio de comunicación, a partir de la observación directa y del trabajo bibliográfico.
- Para hacer media entre la parte práctica y la teórica, el alumno deberá aprobar las dos partes de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA:

- Bel Mallén, J.I. *El derecho a la información local*. Madrid: Editorial Ciencia 3 Distribución, 1990.
- Caro González, F.J.; Jiménez Marín, G. "Periodistas: el acceso al mercado laboral". *Ámbitos*, 2006, núm. 15, p. 313-324.
- García Avilés, J.A. "Estándares profesionales en la convergencia de redacciones multimedia. Hacia una cultura periodística convergente". A: Masip, P.; Rom, J. (eds.). *Les cruïlles de la comunicació: límits i transgressions. Actes del IV Congrés Internacional Comunicació i Realitat*. Barcelona: Trípodos, 2007, p. 345-357.
- Grup de Recerca d'Interaccions Digitals (GRID-UVic). *El canvi digital als mitjans de proximitat: les transformacions generades per la introducció de les tecnologies digitals en les redaccions de la premsa comarcal i les ràdio i televisions locals*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2007.
- Labio, A. "La profesión periodística ante los intereses de la estructura informativa. Una aproximación al tema". *Ámbitos*, 2001, núm. 6, p. 81-94.
- Masip, P.; Micó, J.L., [et al.]. *Els reptes de la regulació en l'era de la convergència mediàtica*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2010.
- Micó, J. Ll.; Masip, P. [et al.]. "Periodistas polivalentes en la prensa de proximidad. Una tendencia (casi) inevitable en Cataluña?". *Textual & Visual Media: Revista de la Sociedad Española de Periodística*, 2010, núm. 3, p. 151-166.
- Nieto, A. *La empresa informativa*. Barcelona: Ariel, 2000.
- Ortega, F.; Humanes, M.L. *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel, 2000.
- Pavlik, J. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press, 2001.
- Saiz Olmo, J. *Periodismo de radio. De los estudios al ciberespacio*. Valencia: Universidad Cardenal Herrera-CEU, 2005.
- Sánchez-Taberner, A. *Dirección estratégica de empresas de comunicación*. Madrid: Cátedra, 2000.
- Scolari, CA; Micó, J.L.; Navarro Güere, H.; Pardo Kuklinski, H. (Grup de Recerca d'Interaccions Digitals. GRID). *Nous perfils professionals de l'actual panorama informatiu, audiovisual i multimèdia de Catalunya*. Vic: Eumogràfic, 2006.
- Scolari, C. A.; Navarro Güere, H.; Pardo Kuklinski, H.; Micó, J.L. "Nuevos perfiles profesionales y polivalencia del periodista en Cataluña". *Quaderns del CAC*, 27. Barcelona, ??2008. p. 113-122.
- Tamarit, A. *Periodistas locales*. Madrid: Fragua Comunicación, 2006.
- Tuchman, G. *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.
- Vergara, E. "Medios de comunicación y globalización: ¿destrucción o reconstrucciones identidades culturales?". *Análisis*, 2006. Núm. 33. p. 95-105.