

**GUIA DEL
ESTUDIANTE
2010-2011**

FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	1
FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN	2
Estructura.....	2
Departamentos.....	2
Órganos de gobierno.....	5
CALENDARIO ACADÉMICO	8
ORGANIZACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS.....	9
Objetivos generales.....	9
PLAN DE ESTUDIOS	10
Ordenación temporal de la enseñanza	10
ASIGNATURAS DE FORMACIÓN BÁSICA Y OBLIGATORIAS DE PRIMER CURSO	13
Historia Contemporánea.....	13
Historia del Arte.....	17
Historia de la Comunicación	20
Lengua Catalana y Española.....	23
Sociología General y de la Comunicación	28
Economía y Empresa	32
Estructura del Sistema de Comunicación	35
Fuentes de Información.....	38
Introducción al Inglés para la Comunicación Audiovisual	40
Taller de Informática.....	43
Taller de Redacción Periodística	45
ASIGNATURAS DE FORMACIÓN BÁSICA Y OBLIGATORIAS DE SEGUNDO CURSO ...	48
Inglés Escrito para la Comunicación Audiovisual.....	48
Taller de Comunicación Gráfica I.....	49
Taller de Guión.....	51
Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales.....	53
Teorías de la Comunicación	54
Inglés Oral para la Comunicación Audiovisual.....	55
Lenguajes de la Comunicación.....	57
Taller de Producción Radiofónica	59
Taller de Producción Televisiva	61
Teoría y Estructura de la Comunicación en la Empresa	63

PRESENTACIÓN

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

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

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

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

Esperamos, en definitiva, que aprovecharás al máximo tu paso por la Facultad de Empresa y Comunicación de la 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.

M. Antònia Pujol i Famadas

Decana de la Facultad

FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN

Estructura

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

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

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

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

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

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

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

- Relaciones Internacionales
- Formación Continua
- Prácticas

Departamentos

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

Departamento de Economía y Empresa

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

Departamento de Comunicación

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

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

Departamento de Lenguas, Ciencias Sociales y Jurídicas

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

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

Órganos de gobierno

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

Decana

- M. Antònia Pujol i Famadas

Jefa de estudios

- Montse Corrius i Gimbert

Coordinadores de enseñanza

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

Directores de departamento

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

Responsable de Relaciones Internacionales

- Pere Morera i Pérez

Responsable de Investigación

- Ramon Oller i Piqué

Responsables de Formación Continua

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

Responsable de Prácticas

- Dolors Vinyet i Benito

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

Decano

- Antoni Soy i Casals

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

- Eulàlia Massana i Molera

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

- Anna Sabata i Aliberch

Jefe de estudios

- Xavier Vicente i Soriano

Coordinador de Periodismo

- Xavier Ginesta i Portet

Coordinador de Publicidad y Relaciones Públicas

- Carles Grau i Bartrina

Directores de departamento

- Ruth Contreras i Espinosa. Directora del Departamento de Comunicación
- Josep Lluís García i Domingo. Director del Departamento de Empresa y Economía
- Llorenç Soldevila i 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 2010-11

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 27 de septiembre al 19 de enero

Docencia 2.º cuatrimestre

- Del 14 de febrero al 1 de junio

Las enseñanzas de Máster y de Formación Continua podrán alargar estos periodos

Vacaciones de Navidad

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

Vacaciones de Semana Santa

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

Días festivos

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

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

ORGANIZACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

Objetivos generales

1. Tener conocimiento teórico y metodológico de la profesión.
 1. Tener conocimiento de los fundamentos teóricos de la comunicación audiovisual y multimedia.
 2. Tener conocimiento de la metodología de investigación en comunicación audiovisual y multimedia.
2. Tener conocimiento y dominio de los lenguajes de la comunicación.
 1. Tener conocimiento y dominio de la lengua catalana y castellana.
 2. Tener conocimiento avanzado de la lengua inglesa.
 3. Tener conocimiento y dominio de los sistemas de significación gráficos, audiovisuales y multimedia.
 4. Tener conocimiento de las formas de analizar, sintetizar, corregir y producir textos.
3. Tener conocimiento del contexto cultural y profesional.
 1. Tener conocimiento del contexto cultural, artístico, económico, social e histórico.
 2. Tener capacidad de respetar y aplicar la práctica profesional a los derechos fundamentales.
 3. Tener conocimiento de la concepción cultural europea.
4. Tener conocimientos instrumentales y de métodos de trabajo profesionales.
 1. Tener conocimiento y dominio de técnicas instrumentales de la profesión.
 2. Tener método de trabajo, calidad, rigor y profesionalidad para asegurar niveles homologados de calidad en la profesión.
5. Tener conocimientos asociados a perfiles profesionales:
 1. Formatos televisivos: profesionalizar en el sector televisivo.
 2. Comunicación digital interactiva: profesionalizar en el sector multimedia interactivo (*online, offline*).
 3. Cine y cultura audiovisual: profesionalizar en el sector del cine y de la cultura audiovisual.
 4. Business and communication: profesionalizar en los aspectos comunicativos y empresariales con perfil internacional.
 5. Gestión de la información multimedia: profesionalizar en el ámbito de la gestión de la información en entornos multimedia.

PLAN DE ESTUDIOS

Tipo de materia	Créditos
Formación Básica	60
Obligatoria	129
Optativa	0
Trabajo de Fin de Grado	9
Prácticas Externas	12
Total	240

Ordenación temporal de la enseñanza

PRIMER CURSO

Primer semestre	Créditos	Tipo
Historia Contemporánea	6.00	Formación Básica
Historia del Arte	6.00	Formación Básica
Historia de la Comunicación	6.00	Formación Básica
Lengua Catalana y Española	6.00	Formación Básica
Sociología General y de la Comunicación	6.00	Formación Básica

Segundo semestre	Créditos	Tipo
Economía y Empresa	6.00	Formación Básica
Estructura del Sistema de Comunicación	6.00	Formación Básica
Fuentes de Información	3.00	Obligatoria
Introducción al Inglés para la Comunicación Audiovisual	6.00	Formación Básica
Taller de Informática	3.00	Obligatoria
Taller de Redacción Periodística	6.00	Formación Básica

SEGUNDO CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Inglés Escrito para la Comunicación Audiovisual	6.00	Obligatoria
Taller de Comunicación Gráfica I	6.00	Obligatoria
Taller de Guión	9.00	Obligatoria
Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales	6.00	Obligatoria
Teorías de la Comunicación	6.00	Formación Básica

Segundo semestre

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

TERCER CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Comunicación Digital Interactiva	3.00	Obligatoria
Derecho de la Comunicación	3.00	Obligatoria
Métodos de Investigación en Comunicación	6.00	Obligatoria
Narrativa Audiovisual y Multimedia	6.00	Obligatoria
Taller de Comunicación Gráfica II	3.00	Obligatoria
Taller de Fotografía I	3.00	Obligatoria

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Bandas Sonoras	3.00	Obligatoria
Investigación de Audiencias	3.00	Obligatoria
Optativas	12.00	Optativa
Taller de Infografía	3.00	Obligatoria
Taller de Comunicación Interactiva	3.00	Obligatoria
Taller de Producción Audiovisual	9.00	Obligatoria
Teoría de la Imagen	3.00	Obligatoria

CUARTO CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Dirección y Producción Audiovisual y Multimedia	6.00	Obligatoria
Nuevos Formatos Audiovisuales	6.00	Obligatoria
Optativas	9.00	Optativa
Prácticas en Empresas	12.00	Prácticas Externas
Trabajo de Fin de Grado	9.00	Trabajo de Fin de Grado

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Arte Digital y Nuevos Medios	3.00	Obligatoria
Ética Profesional	3.00	Obligatoria
Optativas	9.00	Optativa
Taller de Postproducción Audiovisual	3.00	Obligatoria

ASIGNATURAS DE FORMACIÓN BÁSICA Y OBLIGATORIAS DE PRIMER CURSO

Historia Contemporánea

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

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

Objetivos:

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

CONTENIDOS:

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

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

EVALUACIÓN:

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

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

Sistema de evaluación

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

BIBLIOGRAFÍA:

- Antúnez, Jaime (ed.). *Crónica de las ideas*. Madrid: Encuentro, 2001.
- Aracil, Rafael; Segura, Antonio. *Història econòmica mundial i d'Espanya*. Barcelona: Teide, 1993.
- R, Aracil, J. Oliver, J.; Segura, A. *El mundo actual. De la Segunda Guerra Mundial a nuestros días*. Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona, 1994.
- Aranguren, Luis A. *Diccionario del pensamiento contemporáneo*. Madrid, 1981.
- Aranguren, Luis A. [et al.]. *El procés de globalització mundial. Cap a la ciudadanía global*. Barcelona: Intermon, 2000.
- Ariès, P.; Duby, G. *Historia de la vida privada, 5. De la Primera Guerra Mundial a nuestros días*. Madrid: Taurus, 1989.
- Attali, Jacques. *Diccionario del siglo XXI*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Chomsky, Noam. *La aldea global*. Tafalla: Txalaparta, 1997.
- C Cipolla, C.M. (ed.). *Historia económica de Europa*, vol. 3-5. Barcelona: Ariel, 1980-1981.
- Ferrater Mora, Josep. *Diccionario de filosofía*. Barcelona: Ariel, 1999.
- Folch, Ramon. *Diccionario de socioecología*. Barcelona: Planeta, 1999.
- Fontana, Josep (dir.). *Historia Universal Planeta*, vol. 9-12. Barcelona: Planeta, 1993.
- Frachon, Alain; Vernet, Daniel. *La América mesiánica. Los orígenes del neoconservadurismo y las guerras del presente*. Barcelona: Paidós, 2006.

- Garaudy, Roger. Los integrismos. Ensayo sobre fundamentalismos en el mundo. Barcelona: Gedisa, 1992.
- Hobsbawm, Eric. *Historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica, 1995.
- Huisman, Denis. Diccionario de las mil obras clave del pensamiento contemporáneo. Madrid: Tecnos, 1997.
- Kaplan, Robert D. La anarquía que viene. La destrucción de los sueños de la posguerra fría. Barcelona: Ediciones B, 2000.
- Lóizaga, Patricio (dir.). *Diccionario de pensadores contemporáneos*. Barcelona: Salamandra, 1996.
- Mellón, Joan Antón (ed.). Ideologías y movimientos políticos contemporáneos. Madrid: Tecnos, 1998.
- Negroponete, Nicolás. *El mundo digital: un futuro que ya ha llegado*. Barcelona: Ediciones B, 2000.
- Roma, Pepa. *Jaque a la globalización*. Barcelona: Grijalbo, 2001.
- Tood, Emmanuel. Després de l'imperi. Assaig sobre la descomposició del sistema americà. Lleida: Pagès Editors, 2003.
- Vidal Villa, José María. *Cap a una economia mundial. Nord-Sud cara a cara*. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1995.
- Villani, Pasquale. *La edad contemporánea, 1945 hasta hoy*. Barcelona: Ariel, 2004.
- Wallerstein, Immanuel. *El futuro de la civilización capitalista*. Barcelona: Icaria, 1997.
- Watson, Peter. *Historia intelectual del siglo XX*. Barcelona: Crítica, 2002.

Historia del Arte

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

Esta asignatura facilita a los estudiantes una visión general e histórica de la producción artística contemporánea, aportando el marco conceptual para valorarla estéticamente.

Durante todo este "paseo" por dos siglos de historia artística, se analizará fundamentalmente:

- La producción artística contemporánea desde la llegada de la Modernidad en la Posmodernidad.
- La utilización del arte como medio de propaganda política.
- La relación entre el mundo del arte, las revoluciones tecnológicas y la cultura de masas.

El objetivo final es triple:

- Facilitar herramientas de capacitación crítica ante los fenómenos estéticos.
- Aumentar la cultura visual del estudiante, desarrollando su capacidad de análisis del léxico y la sintaxis visual.
- Despertar su interés por la cultura artística contemporánea y por binomios "arte-propaganda política" y "arte-cultura de masas".

CONTENIDOS:

1. Cuestiones fundamentales en torno del arte, el artista y la estética.
 1. Objetivos.
 2. Orígenes de los conceptos.
 3. Evolución del arte, de la figura del artista y de la experiencia estética.
2. LA llegada de la Modernidad en el mundo del Maquinismo.
 1. La llegada de la Modernidad: del Realismo Al cajón de sastre del Postimpresionismo.
 2. El "Art Nouveau" y la obra de arte total.
 3. William Morris y las "Arts & Crafts": la tensión epocal arte-artesanía-industria.
 4. El cartelismo: punto de encuentro entre el lenguaje artístico, el diseño gráfico y la publicidad.
 5. Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec y Alphonse Mucha, padres del cartelismo.
 6. El cartelismo catalán: los concursos, Ramon Casas y Alexandre de Riquer.
 7. El camino hacia el funcionalismo racionalista: menos es más.
 8. El proceso de depuración formal y funcional del cartel: Leonetti Cappiello y el "Plakatstil" alemán.
3. La Modernidad y el nacimiento del arte de masas.
 1. El nacimiento de la fotografía y del cine.
 2. Arte y fotografía.
 3. Paul Valéry y Walter Benjamin: la obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica.

4. Las Primeras Vanguardias del siglo XX.
5. La Bauhaus: crisol de la Modernidad.
6. Arte y diseño al servicio de una causa: el constructivismo ruso.
7. Cartel y vanguardia: Cassandre.
8. La introducción del arte aurático en la cultura de masas: el caso de la Mona Lisa.
9. Arte y cultura de masas: el caso de Dalí.
4. Ética y estética: arte y propaganda política.
 1. El papel del arte en los regímenes totalitarios de Alemania, Italia y Rusia.
 2. El caso español durante la Guerra Civil: el Pabellón de España en la "Exposition Internationale des Arts et des Techniques dans la Vie Moderne" de París de 1930
 3. El caso español durante la Guerra Civil: la salvaguarda del patrimonio artístico.
 4. El cartelismo político: de la I a la II Guerra Mundial.
 5. El cartelismo político: la Guerra Civil española.
 6. Cine y propaganda política.
5. El arte en la época de esplendor de la cultura de masas.
 1. La crisis del Movimiento Moderno: la respuesta pop y posmoderna.
 2. La obra de arte aurática en la época de su reproductibilidad digital.
 3. La relación actual entre arte aurático y cultura de masas: apocalípticos o integrados.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Práctica 1 (lecturas)	28/10/2010	10%	No	3
Práctica 2 (lecturas)	25/11/2010	10%	No	3
Práctica 3 (lectura)	02/12/2010	10%	No	3
Práctica 4	09/12/2010	10%	No	5, 6
Debate	16/12/2010	10%	No	5, 6
Trabajo de curso (en grupo)	23/12/2010	20%	No	7, 8
Prueba	14/01/2011	30%	No	1, 2, 4

Sistema de evaluación continua conformado por:

- un trabajo en grupo (20% de la nota final)
- prácticas y debate individuales (50%)
- examen parcial individual (que sumará el otro 30% restante)

La calificación final será la suma de estos tres ítems, cuya superación demuestra la suficiencia del alumnado en los diferentes resultados de aprendizaje vinculados a la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA:

- *Art i poder. L'Europa dels dictadors: 1930-1945*, Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, 1996.

- Benjamin, Walter. *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Barcelona: Edicions 62, 1983.
- Busquet Duran, Jordi. *El sublim i el vulgar. Els intel·lectuals i la «cultura de masses»*. Barcelona: Proa, 1998.
- Clark, Toby. *Arte y Propaganda en el siglo XX. La imagen política en la era de la cultura de masas*. Madrid: Ediciones Akal, 2000.
- Colorado, Arturo. *Hipercultura visual. El reto hipermedia en el arte y la educación*. Madrid: Editorial Complutense, 1997.
- Coronado Hijón, Diego. *La metáfora del espejo: Teoría e Historia del cartel publicitario*. Sevilla: Ediciones Alfar, 2001.
- Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Editorial Lumen y Tusquets Editores, 2003.
- Furió, Vicenç. *Sociología del arte*, Madrid: Ediciones Cátedra, 2000.
- Gombrich, E.H. *La Historia del arte*. Madrid: Debate, 2002.
- Gubern, Román. *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
- Jiménez, José. *Teoría del arte*. Madrid: Tecnos, 2002.
- Loos, Adolf. "Ornamento y delito". En: *Escritos I.1897-1909*. Madrid: El Croquis Editorial, p. 346-355.
- Morris, William. *Cómo vivimos y cómo podríamos vivir...* Logroño: Pepitas de calabaza ed., 2004.
- Morris, William. *Noticias de ninguna parte*. Barcelona: Ediciones Minotauro, 2004.
- Morris, William. *Escritos sobre arte, diseño y política*. Sevilla: Editorial Doble J., 2005.
- Morris, William. *El propósito de la fundación de Kelmscott Press*. Londres, 1895.
- Pezzella, Mario. *Estética del cine*. Madrid: Antonio Machado Libros, 2004.
- Ramírez, Juan Antonio. *Medios de masas e Historia del Arte*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1976.
- Scharf, Aaron. *Arte y fotografía*. Madrid: Alianza Editorial, 2001.
- Sougez, Marie-Loup. *Historia de la fotografía*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1994.
- Talens, Jenaro; Zunzunegui, Santos (coord.). *Historia general del cine. Orígenes del cine*. Vol. I. Madrid: Ediciones Cátedra, 1998.
- Valéry, Paul. *La conquista de la ubicuidad*. 1982.

Historia de la Comunicación

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

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

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.

CONTENIDOS:

Unidades docentes

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

EVALUACIÓN:

Prácticas

- Nota grupal de todo el semestre 30%
- Exposición y trabajo 15%
- Guías de lectura 15%
- 1.º ejercicio parcial individual (noviembre) 35%
- 2.º ejercicio parcial (febrero) 35%

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

BIBLIOGRAFÍA:

Lectura obligatoria para la asignatura

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

Lecturas obligatorias para cada una de las unidades docentes

Unidad 1

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

Unidad 2

- Havelock, E.A. "Prólogo" y "Programa de investigación". En: *La musa aprende a escribir. Reflexiones sobre oralidad y escritura desde la Antigüedad al presente*. Barcelona: Paidós, 1998, p. 11-16 ("Prólogo") y 19-39 (cap. 1)
- Ong, W. *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. México DF: Fondo de Cultura Económica, 1987, p. 7-25 y 81-116.

Unidad 3

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

Unidad 4

- Eisenstein, E. "Prólogo"; "Una revolución no reconocida" y "Características de la cultura impresa". En: *La revolución de la imprenta en la Edad Moderna europea*. Madrid: Akal, 1994, p. 5-12; 15-22 y 51-93.
- Paz Gago, J.M. "Aquí se imprimen libros. Tecnologías de la comunicación: la imprenta" y "La cabeza encantada. Nuevas tecnologías de la comunicación en la novela cervantina". En: *La máquina maravillosa. Tecnología y arte en el Quijote*. Madrid: Sial Ediciones, 2006, p. 59-70 3, y 71-83.
- Briggs, A. y Burke, P. "Medios y esfera pública a comienzos de la era moderna en Europa". En: *De Gutenberg a Internet*. Madrid: Taurus, 2002, p. 89-125.

Unidad 5

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

Lengua Catalana y Española

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber resumir o adaptar textos especializados mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.

CONTENIDOS:

- Lengua catalana
- Lengua española
- La lengua estándar. Los géneros discursivos del ámbito profesional
- Acentuación
- Tipología de textos: expositivos, argumentativos, descriptivos, narrativos, instructivos
- Puntuación
- Principios de adecuación del texto. El párrafo
- Ortografía
- Aspectos de la cohesión sintáctica
- Morfología léxica
- Cuestiones de morfosintaxis

- Género
- Precisión léxica
- Número
- Prácticas textuales
- Adjetivo
- Determinativos
- Pronombre
- Verbo
- Adverbio
- Conjunción
- Preposiciones

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Bloque ortográfico	Cuatrimestral	Apto / No apto	sí	1, 3
Práctica texto explicativo	Mensual	30%	no	1, 2, 3, 4, 5, 6
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 la condición de que hay que aprobarlas previamente ambas por separado.

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

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

Para hacer media, se deberán aprobar todos los exámenes.

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

El 15% restante corresponderá a la participación activa.

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

- Que hay una sola convocatoria.

- Que la evaluació es continua.
- Que la recuperació de los contenidos no superados de la asignatura sólo es parcial. Nadie se podrá presentar a la convocatoria que se establezca para recuperar el 100% de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA:

Lengua catalana

Tipología textual y composición de textos

- Bibiloni, Gabriel. *Llengua estàndard i variació lingüística*. Valencia: Eliseu Climent, 2000. [1.ª edición: 1997]
- Cassany, Daniel. "Què és el codi escrit?" En: *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". En: *El 9 Nou/El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Prenmsa d'Osona, 2008, p. 173-188.
- Toutain, Ferran. *Sobre l'escriptura*. Barcelona: Blanquerna Tecnologia i Serveis, S.L., Facultat de Comunicació Blanquerna, 2000.

Manuales y gramáticas

- Abril, Joan. *Diccionari pràctic de qüestions gramaticals*. Barcelona: Edicions 62, 1997.
- Badia, Jordi; Brugarola, Núria; Torné, Rafel; Fargas, Xavier. *El llibre de la llengua catalana*. Barcelona: Castellnou, 1997.
- Castellanos i Vila, Josep Anton. *Quadern: Normativa bàsica de la llengua catalana. Amb exercicis autocorrectius*. 6.ª ed. Barcelona: Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1998.
- Ginebra, Jordi; Montserrat, Anna. *Diccionari d'ús dels verbs catalans*. Barcelona: Edicions 62, 1999.
- Ruaix, Josep. *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.
- Ruaix, Josep. *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, 1998.
- Xuriguera, Joan B. *Els verbs catalans conjugats*. 30.ª ed. Barcelona: Claret, 1993. [1.ª edición: 1972]

Diccionarios generales

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

Lengua española

Diccionarios

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

Gramáticas y manuales de referencia

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

Enlaces de lengua Catalana

- Diccionario normativo de la lengua catalana DIEC. [<http://dlc.iec.cat>]
- Argumenta: recurso para mejorar las competencias lingüísticas y comunicativas en el ámbito académico y profesional. [http://antalya.uab.es/gab-llengua-catalana/web_argumenta_obert/]
- Recopilación de nuevos términos CERCATERM. [<http://www.termcat.cat>]
- Libro de estilo de Vilaweb. [<http://10anys.vilaweb.com/llibreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf>]
- Portal lingüístico de la Corporación Catalana de Radio i Televisión. [<http://esadir.cat>]
- Portal sobre lengua catalana enlloc.com. [<http://www.enlloc.com/enlloc/index.html>]

- Portal de recursos lingüísticos de las universidades de habla catalana (Xarxa Vives d'Universitats: Llengua.info) [<http://www.llengua.info>]

Enlaces de lengua española

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

Sociología General y de la Comunicación

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

La disciplina de Sociología pretende, por un lado, fomentar la adquisición, por parte del alumnado, de los conceptos clave del análisis sociológico y, por otro, 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 analizar 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 alcanzar 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 realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad de crítica y autocrítica.

CONTENIDOS:

Introducción a la Sociología

1. Qué es la sociología.
2. Los orígenes de la sociología.
3. La sociología como ciencia.
4. Conceptos básicos.
5. Debates fundamentales.

Métodos y técnicas de investigación

1. El método científico.
2. El proceso de investigación.
3. Elección del tema.
4. Formulación de los objetivos y de la pregunta.
5. Las hipótesis.
6. El marco teórico.
7. El marco conceptual y las variables.
8. El diseño de la investigación.
9. El debate cualitativo/cuantitativo.
10. El muestreo.

11. El trabajo de campo.
12. Técnicas de investigación.
13. El análisis de la información.
14. Las conclusiones y la presentación del informe.

1. El proceso de inserción del individuo en la sociedad.
 1. El proceso de socialización.
 2. Los agentes de socialización: familia, escuela y medios de comunicación.
 3. Control social.
 4. Desviación social.
2. La interacción social y el proceso de institucionalización.
 1. El proceso de institucionalización.
 2. Los roles sociales.
3. Estructura y cambio social.
 1. El concepto de estructura social.
 2. Clase social.
 3. Estatus.
 4. El género y la sexualidad.
 5. Factores y dinámicas del cambio social.
 6. La inmigración.
4. Instituciones sociales.
 1. La familia.
 2. La educación.
 3. El trabajo.
 4. La religión.
 5. Los medios de comunicación.
5. Autores, corrientes y teorías.
 1. Karl Marx.
 2. Emile Durkheim.
 3. Max Weber.
 4. Corrientes contemporáneas.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Reseña crítica individual	08/11/10	10%	no	1, 4, 5, 6, 7
Trabajo de investigación en grupo (entrega 1)	15/11/10	20%	sí	1, 2, 4, 6, 7, 8, 9
Presentación oral (entrega 1)	01 y 03/12/10	5%	no	1, 2, 4, 6, 7, 8, 9
Trabajo de investigación en grupo (entrega 2)	22/12/10	20%	no	1, 2, 4, 6, 7, 8, 9

Presentación oral (entrega 2)	19 y 21/01/11	5%	sí	1, 2, 4, 6, 7, 8, 9
Examen parcial 1	22/11/10	20%	sí	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Examen parcial 2	24/01/11	20%	sí	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Sistema de evaluación

Con el fin de comprobar que el alumnado ha alcanzado perfectamente los objetivos de aprendizaje inicialmente fijados, los estudiantes deberán demostrar los conocimientos adquiridos mediante un proceso de evaluación continua que consta de tres bloques:

1. En grupos de tres personas se deberá realizar una investigación sociológica en la que se integren elementos teóricos previamente estudiados con datos empíricos. Se presentará de forma escrita (en dos entregas) y en dos presentaciones orales. El último día de clase se podrán volver a entregar las entregas revisadas para subir la nota inicial. Cada entrega valdrá el 20% de la nota y cada presentación, el 5%. Así, pues, en total, el trabajo representa el 50% de la nota.
2. A nivel individual se debe hacer una reseña crítica de la lectura obligatoria ("Divertirse hasta morir"), que contará un 10% de la nota final.
3. Exámenes de carácter teórico sobre la totalidad de los contenidos explicados en clase durante el presente cuatrimestre. Se harán dos parciales cada uno supondrá el 20% de la nota final.

BIBLIOGRAFÍA:

Manuales

- Giddens, Anthony. *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial, 2008,
- Giner, Salvador. *Historia del pensamiento social*. Barcelona: Ariel, 1991.
- Cardús, Salvador *La mirada del sociólogo*. Biblioteca Abierta Ágora.
- Ritzer, George. *Teoría sociológica clásica y Teoría sociológica contemporánea*. Madrid: McGraw Hill, 1993. 2 vols.

Complementaria

- Fichter, Joseph H. *Sociología*. 17.^a ed. Barcelona: Herder, 1993.
- Berger, L.P. *Invitación a la sociología*. Barcelona: Herder, 1992.
- Berger, L.P.; Luckman, Thomas. *La construcción social de la realidad*. 2.^a ed. Barcelona: Herder, 1996.
- Bell, Daniel. *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid: Alianza Editorial, 1976.

- Castells, Manuel. *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol 3. Galaxia Internet (2003)*. Barcelona: Debolsillo, 2000.
- Durkheim, Emile. *La División del Trabajo Social*. Barcelona: Planeta-Agostini, 1985.
- Goffmann, Erving *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrutu, 1971.
- Hall, Stuart. "La cultura, los Medios de comunicación y el efectos ideológicos". Dentro: James Curran, [et. al.] *Sociedad y comunicación de masas*. México: FCE, 1981.
- Katz, E.; Lazarsfeld, P.F. *La influencia personal. El individuo en el Proceso de comunicación de masas*. Barcelona: Hispano-Europea, 1971.
- Kuhn, Thomas. *La estructura de las revoluciones Científicas*. Barcelona: Planeta-Agostini, 1985.
- McLuhan, Marshall. *El medio es el mensaje*. Barcelona: Paidós, 1987.
- Moragas, M. de. *Sociología de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili, 1986.
- Weber, Max. *Economía y sociedad*. México: FCE, 1993.

Economía y Empresa

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es introducir al alumnado del Grado en Comunicación Audiovisual al conocimiento económico del marco empresarial en el que se deberán insertar profesionalmente y usar la información pertinente. En el ámbito de la economía, se trata de darles las herramientas necesarias para la comprensión de la actividad propia del sector enmarcado en el circuito económico general, y hacerlos capaces de analizar la información estadística habitual en el sector, tanto en el marco nacional como internacional.

La asignatura tiene importancia capital como base general para la comprensión de lo que el alumno hará profesionalmente en el entorno empresarial. Dado que se trata de una asignatura introductoria a los conceptos y herramientas de análisis de los datos, corresponde al primer curso del Plan de Estudios. La mayor parte de la actividad del futuro graduado tendrá que ver con la significación económica de lo que hace, enmarcado la mayoría de veces en el ejercicio de la profesión dentro de una organización empresarial, por lo que le es absolutamente necesario conocer y saber interpretar la significación económica y empresarial de lo que hará.

CONTENIDOS:

1. Introducción.
 1. Los audiovisuales, el sector de servicios y la economía general.
2. Las cuentas económicas. Conceptos.
 1. El proceso productivo.
 2. El flujo circular de la renta.
 3. Las macromagnitudes derivadas de la interpretación macroeconómica.
3. Las macromagnitudes en la SEC 95 de la UE.
 1. Estructura de las cuentas de la Nación (SEC 95). Las macromagnitudes en la SEC 95.
4. Comparaciones en el tiempo y en el espacio.
 1. Las comparaciones intertemporales. Las comparaciones espaciales.
 2. El balance de los pagos.
5. Análisis del sector de servicios
 1. Europa.
 2. España.
 3. Cataluña.
6. Análisis del sector de audiovisuales.
 1. Europa.
 2. España.
 3. Cataluña.
7. Coordinación de la actividad económica.
 1. División del trabajo, interdependencia y coordinación.
 2. Mercado y empresa como mecanismos alternativos de coordinación.
 3. La figura del empresario.
8. Funciones del empresario.
9. Dimensiones y formas de empresa.
10. Dirección y organización de la empresa moderna.

11. Principales subsistemas.
 1. Recursos Humanos.
 2. Comercial.
 3. Producción.
 4. Financiero.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
ECO. Examen final de tipo test con 20 preguntas.	50%	sí	Comprensión de la materia del curso.
ECO. Entrega de información buscada por ordenador en el aula.	20%	no	Sabe buscar la información del sector.
ECO. Entrega de ejercicios tratamiento de datos.	30%	no	Sabe tratar los datos económicos generales.
EMP. Resúmenes del artículo 1.	5%	no	Entender el proceso de coordinación de la actividad económica.
EMP. Resumen del artículo 2	5%	no	Entender el papel y la función del empresario.
EMP. Resumen del artículo 3	5%	no	Importancia del tamaño y de las formas de empresa.
EMP. Resumen del artículo 4.	5%	no	Elementos importantes de la organización actual del trabajo.
EMP. Resumen de la charla 1 y charla 2	5%	no	Problemas actuales de los RRHH y de las finanzas.
EMP. Presentación final	5%	no	Saber hacer una explicación oral relativa a temas económicos.

BIBLIOGRAFÍA:

- Muñoz, C. *Las cuentas de la nación. Introducción a la economía aplicada. 2.ª ed.* Madrid: Civitas, Biblioteca Civitas de economía y empresa, 2000.
- Piriou, J.P. *La comptabilité nationale. 15.ª ed.* París: Éditions La Découverte, Collection Repères, 2008
- Putterman, L. *La naturaleza económica de la empresa. 1.ª ed.* Madrid: Alianza Editorial, 1994.
- Requeijo, J. [et al.]. *Los indicadores económicos. 2.ª ed.* Madrid: Editorial AC, 2001.
- Serra Ramoneda, A. *La empresa análisis económico. 1.ª ed.* Barcelona: Editorial Labor, 1993.
- Teulon, F. *Initiation à la comptabilité nationale. 1.ª ed.* París: Presses Universitaires de France. Collection Mayor, 2009.

Enlaces

- <http://www.ine.es/>
- [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri = CONSLEG: 1996R2223: 20071230: ES: PDF](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1996R2223:20071230:ES:PDF)

Estructura del Sistema de Comunicación

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

La asignatura permite conocer y analizar la situación actual de la industria cultural internacional, así como la catalana y española. Se trabajará la manera como los diversos medios de comunicación (prensa, radio, televisión y nuevas tecnologías) han configurado sistemas de comunicación complejos, con múltiples sinergias entre actores participantes, aproximándose a ellos desde el punto de vista histórico, político, social y económico.

Objetivos:

La asignatura tiene como objetivo formar al alumnado en las bases de la economía/política y en las reglas de funcionamiento de las empresas de medios de comunicación, con especial atención a la evolución y situación actual de los grupos mediáticos a nivel internacional, pero también a los mercados catalán y español.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.

CONTENIDOS:

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

- Prueba teórica: 30%
- Trabajo práctico en grupo: 30%
- Carpeta de prensa en grupo: 10%
- Prácticas: 30%

El trabajo en grupo consistirá en hacer una radiografía del sistema de medios de uno de los países miembros del Consejo de Europa y, posteriormente, exponerlo en el aula. Durante el curso el profesor dará las pautas para hacer el trabajo y hará el seguimiento durante las clases marcadas como tutoría.

El mismo grupo hará una carpeta de prensa, durante una semana en el curso, que expondrá al principio de la clase práctica. La carpeta de prensa consiste en hacer un repaso de las noticias que han salido durante esa semana en los medios de comunicación relativas al sistema de comunicación y exponerlas en clase para generar debate entre el resto de compañeros del curso.

Las prácticas se realizarán a través de artículos o otras lecturas que el profesor encargará en clase a lo largo del curso y deberán presentarse en las sesiones prácticas, de forma oral y escrita.

Finalmente, habrá una prueba teórica de una parte del temario de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica para el examen

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

Complementaria

- Collins, R, Murroni, C. *New Media, New Policías*. Cambridge: Polity Press, 1996.
- Fernández, Juan José; Rueda, José Carlos; Sanz, Carlos (eds.). *Prensa y periodismo especializada: 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 [etc.]: Iberoamericana [etc.], 1994.
- Humphreys, P.J. *Mass Media and Media Policy in Europe*. Manchester: Manchester UP, 1996.
- Moragas, Miquel; Garitoanandia, Carmelo y López, Bernardo (eds.). *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de Descentralización en la Era digital*. Bellaterra: 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. Luis (coords.). *Prensa y periodismo especializada 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". *Actas del I Congreso Nacional Ulepicc-España "Pensamiento crítico, comunicación y cultura"*. Sevilla: Ulepicc, 2006. p. 1.18.

Fuentes de Información

Créditos: 3.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

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

La asignatura pretende ofrecer un esquema claro de los diferentes tipos de fuentes de información generales aplicables al estudio de la Comunicación Audiovisual. Con ello se quiere formar personas más expertas y con más conocimiento de los recursos de información que tienen a su alcance inmediato y 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.
- Capacidad de crítica y autocrítica.

CONTENIDOS:

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

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

EVALUACIÓN:

Consultar las condiciones generales de evaluación, los ejercicios y el peso que tienen en la nota final en el Aula Virtual de la asignatura, en el Campus Virtual de la UVic.

BIBLIOGRAFÍA:

- Abadal, E. *La documentació a l'era de la informació*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, 1998.
- Carrizo, G.; Irureta-Goyena, P.; López de Quintana Sáenz, E. *Manual de Fuentes de información*. Madrid: CEGAL, 1994.
- Cordón, J.A.; López, J.; Vaquero, J.R. *Manual de búsqueda documental y práctica bibliográfica*. Madrid: Pirámide, 1999.
- Genescà, G.; Rigo, A. *Tesis i treballs: Aspectes formals*. Vic: Eumo Editorial, 2000.
- Giménez Toledo, E. *Manual de Documentación para Comunicadores*. Pamplona: Eunsa, 2004.
- López-Yepes, L. (comp.). *Fundamentos de información y documentación*. Madrid: Eudema, 1998.
- Martín, A. *Fuentes de información general*. Gijón: Trea, 1995.
- Slype, G. van. *Los LENGUAJES de indización: Concepción, construcción y utilización en los sistemas documentales*. Salamanca: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1991.
- Tramullas, J.; Olvera, M.D. *Recuperación de la información en Internet*. Madrid: Ra-Ma, 2001.

Introducción al Inglés para la Comunicación Audiovisual

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

La asignatura Introducción al Inglés para la Comunicación Audiovisual tiene por objetivo que el estudiante sepa utilizar la lengua inglesa en el entorno profesional. Se hace énfasis en la capacidad comunicativa en inglés de nivel intermedio-avanzado a partir de ejercicios prácticos basados en situaciones relacionadas con el mundo de la comunicación audiovisual.

Se trata el vocabulario específico y se profundiza en las habilidades de expresión y comprensión oral y escrita. También se revisa la gramática de la lengua inglesa. El aprendizaje de lengua inglesa es clave en el contexto de la comunicación audiovisual tanto durante la formación en la universidad, como en la práctica profesional.

Una gran parte de las referencias bibliográficas y fuentes de información diversas, así como la comunicación oral y escrita dentro de este ámbito, son mayoritariamente en lengua inglesa.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en una lengua extranjera.
- Tener capacidad de realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Dominar el vocabulario específico de la comunicación audiovisual.

CONTENIDOS:

1. New Media.
 1. Skills.
 1. Briefing a website designer.
 2. Analysing problems and providing solutions.
 3. Planning and writing a blog.
 4. Creating a podcast.
 2. Language focus.
 1. Technical vocabulary of websites.
 2. Using adjective to enhance a text.
 3. Words with multiple meanings.
 4. The vocabulary of spoken language.
 5. Collocations.
 3. Listening.
 1. A meeting with a website designer.
 2. A podcast.
 4. Reading.
 1. A project vision statement.

- 2. A web page.
- 2. Radio.
 - 1. Skills.
 - 1. Understanding the language of presenters.
 - 2. Understanding the production process.
 - 3. Planning a news list.
 - 4. Giving post-production feedback.
 - 2. Language focus.
 - 1. Introducing radio programmes.
 - 2. The language of radio production.
 - 3. Phrases followed by a noun or gerund.
 - 4. Giving instructions.
 - 5. Phrasal verbs.
 - 3. Listening.
 - 1. Briefing someone over the phone.
 - 4. Reading.
 - 1. Radio commissioning brief.
 - 2. 24-schedule of a radio producer.
 - 3. A news list.
 - 4. Post-production feedback email.
- 3. Television.
 - 1. Skills.
 - 1. Understanding the pre-production process.
 - 2. Organising a filming schedule.
 - 3. Filming on location.
 - 4. Editing a TV documentary.
 - 2. Language Focus.
 - 1. The language of television production.
 - 2. Expressing modality.
 - 3. Vocabulary of filming procedures and equipment.
 - 4. Asking for and making suggestions.
 - 5. Vocabulary of editing a television documentary.
 - 3. Listening.
 - 1. Planning the agenda of a news broadcast.
 - 2. Planning the making of a TV documentary.
 - 3. Filming on location.
 - 4. Editing a TV documentary.
 - 4. Reading.
 - 1. A filming schedule.
 - 2. An email giving editing instructions.
- 4. Film.
 - 1. Skills.
 - 1. Writing a screenplay.
 - 2. Pitching successfully.
 - 3. Organising a shoot.
 - 4. Writing film review.
 - 2. Language focus.
 - 1. Features of written dialogue.
 - 2. Technical vocabulary of filming.
 - 3. Vocabulary of film distribution.
 - 4. Language connectors.
 - 5. Language of film reviews.
 - 3. Listening.

1. A pitching session.
2. A pre-filming meeting.
4. Reading.
 1. Scenes from a screenplay.
 2. A query letter.
 3. Internet advert for a pitching training session.
 4. A film review.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
In-course Exercises	-	20%	sí	
Reading book exercise	-	10%	sí	
Creating a podcast	-	10%	sí	
Soap opera project	-	10%	sí	
Vocabulary tests	-	25%	sí	
Grammar tests	-	25%	sí	

Sistema de evaluación

La evaluación de la asignatura Introducción al Inglés para la Comunicación Audiovisual es continua. La nota final es la media de las acciones de evaluación. Para hacer media será necesario obtener un cinco sobre diez de la parte de gramática. En caso de que el alumnado no presente alguna de las actividades de las acciones de evaluación en el plazo indicado, la nota del trabajo será cero.

BIBLIOGRAFÍA:

Obligatoria

Libro de texto

- Ceramella, Nick; Elizabeth Lee. *Cambridge English for the Media: Intermediate Student's Book*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. (Units: 2, 4, 5, 6)

Libro de gramática

- Mann, Malcolm; Taylore-Knowles, Steve. *Destination B2: Grammar and Vocabulary*. Oxford: Macmillan, 2008. (Units: 1 - 12)

Libro de lectura

- To be determined. (Information on the Campus Virtual).

Taller de Informática

Créditos: 3.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.

CONTENIDOS:

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

EVALUACIÓN:

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

Sistema de evaluación

Descripción de las acciones de evaluación:

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

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

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

BIBLIOGRAFÍA:

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

Taller de Redacción Periodística

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

La asignatura se plantea como el aprendizaje de una serie de técnicas básicas necesarias para poder escribir de manera informativa en los medios de comunicación. El curso busca, asimismo, que el estudiante sepa aplicar el código lingüístico (la normativa fundamental) en la expresión escrita y que aprenda a ordenar el discurso escrito con competencia y eficacia en diferentes registros y usos. Esta es una asignatura transversal en las carreras de Comunicación (Periodismo, CAV y PiRP) pero en cada estudio tiene una orientación diferente. En el Grado de Comunicación Audiovisual se pone énfasis en la redacción de noticias. El equivalente de esta asignatura en las antiguas licenciaturas es Teoría y Técnica de los Medios Escritos I. Se entiende que la asignatura es clave para la profesión, ya que un buen comunicador audiovisual no sólo debe saber editar piezas audiovisuales. El texto escrito tiene una gran importancia en el ejercicio de su trabajo.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de realizar exposiciones razonadas y coherentes.

CONTENIDOS:

1. La oralidad y la escritura: lengua coloquial y lengua formal.
 1. La importancia de la escritura.
 2. No se escribe como se habla.
 3. La transformación escrita de la información oral a los medios de comunicación.
 4. Citaciones y cortes de voces en prensa, radio y televisión.
2. La legibilidad lingüística: recursos básicos de redacción.
 1. La lengua en los medios de comunicación.
 2. La escritura funcional en la radio y la televisión.
3. El registro informativo.
 1. La estructura de la noticia (titular, entradilla, cuerpo).
 2. Las 6 W.
 3. La técnica de la pirámide invertida.
 4. Criterios de noticiabilidad.
4. La modalización.
 1. Textos modalizados en los medios de comunicación.
 2. Aproximación básica a los géneros periodísticos.
 3. La opinión en los informativos.
5. Los libros de estilo.
 1. Convenciones y normativa en los medios de comunicación.
 2. Criterios básicos de ortotipografía.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Ejercicio de legibilidad	Se comunicará en el Campus Virtual	La nota final será la media resultante de las 5 acciones obligatorias.	no	1, 2, 3
Escribir una noticia	Se comunicará en el Campus Virtual	La nota final será la media resultante de las 5 acciones obligatorias.	no	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Escribir una noticia	Se comunicará en el Campus Virtual	La nota final será la media resultante de las 5 acciones obligatorias.	no	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Escribir una noticia	Se comunicará en el Campus Virtual	La nota final será la media resultante de las 5 acciones obligatorias.	no	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Recensión de un libro	Se comunicará en el Campus Virtual	La nota final será la media resultante de las 5 acciones obligatorias.	no	1, 2, 8
Ejercicio voluntario para subir nota	Se comunicará en el Campus Virtual	Ver el plan de trabajo	no	2, 8
Ejercicio de recuperación de una de las pruebas de evaluación: noticia	Tras el periodo de docencia	La nota servirá para recuperar uno de los ejercicios de la noticia si está suspendido.	no	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

Sistema de evaluación

Para poder acogerse a la evaluación habrá que asistir a clase en un 70% del total de las sesiones, como mínimo, además de hacer regularmente las prácticas. En las aulas de ordenadores se harán dos tipos de prácticas:

- Las prácticas de adiestramiento, que se comentarán y corregirán de manera colectiva en clase (seminarios, subgrupos) y de manera individual en tutorías si el alumno lo solicita;

- Las prácticas puntuables o acciones de evaluación. De las 5 prácticas puntuables, el estudiante tendrá que haber hecho al menos 4 para optar a superar la asignatura.

La calificación final de la materia será la nota media obtenida de las diversas actividades puntuables. Se valorará la progresión del alumno.

BIBLIOGRAFÍA:

- Avui. *Llibre d'estil*. Barcelona: Empúries, 1997.
- Cassany, Daniel. *La cuina de l'escriptura*. Barcelona: Empúries, 2005.
- Cassany, Daniel. *Esmolar l'eina. Guia de redacció per a professionals*. Barcelona: Empúries, 2007.
- Catalunya Ràdio. *Conceptes i materials bàsics de redacció. Les notícies a la ràdio. Pensem, redactem, revisem*. Barcelona: Catalunya Ràdio, 2008. [No editado]
- 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.
- Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, portal lingüístic. [<http://esadir.cat>]
- *Diccionari de la llengua catalana de l'Institut d'Estudis Catalans*. 2a ed. [<http://dlc.iec.cat>]
- Grijelmo, Àlex. *El estilo del periodista*. 16.^a ed. Madrid: Santillana-Taurus Ediciones, 2008.
- Oliva, Llúcia; Sitjà, Xavier. *Las noticias en radio y televisión*. 5.^a ed. Barcelona: Omega, 2007.
- TERMCAT, centre de terminologia catalana. [<http://www.termcat.cat>]
- Vilaweb, llibre d'estil. [<http://10anys.vilaweb.com/llibreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf>]

ASIGNATURAS DE FORMACIÓN BÁSICA Y OBLIGATORIAS DE SEGUNDO CURSO

Inglés Escrito para la Comunicación Audiovisual

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

El objetivo general del curso es que el estudiante sepa utilizar la lengua inglesa en un contexto profesional. El curso pretende mejorar la competencia comunicativa a nivel intermedio-avanzado e introducir al mismo tiempo el vocabulario y conceptos específicos a partir de situaciones relacionadas con la comunicación audiovisual.

CONTENIDOS:

1. Listening: students should be able to understand specific information of spoken Exchanges without necessarily understanding every word.
2. Speaking: students will be introduced to a number of tasks which will involve them in usual situations of the audiovisual-work context. They will also be asked to give an oral presentation.
3. Reading: students will be introduced to different types of texts. They will also be asked to read a book.
4. Writing: students will be introduced to the text writing process: generation of ideas, focussing and structuring, drafting and reworking. Students will work with different types of dictionaries and text-types.
5. Grammar and functions at upper intermediate level: 5.1 Clauses, 5.2 Connectors and linking words, 5.3 Articles, 5.4 Nouns, 5.5 Modal verbs, 5.6 Infinitive and gerund, and 5.7 Verb tenses.

EVALUACIÓN:

La evaluación es continua a lo largo del curso. El estudiante deberá hacer:

- Grammar and Vocabulary test (20%)
- Writing portfolio (25%)
- Dubbing exercise (10%)
- Reading comprehension test (15%)
- Oral presentation (10%)
- Speaking test (10%)
- Class speaking practice (10%)

Taller de Comunicación Gráfica I

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

Se busca un conocimiento teórico y una reflexión crítica del diseño gráfico, como componente de la comunicación gráfica, desde las perspectivas histórica, teórica y evolutiva. Se hará especial énfasis en que el alumno conozca las principales concepciones e implicaciones de la producción gráfica.

CONTENIDOS:

1. Introducción al diseño.
 1. Una vieja disputa: diseño vs. arte. Diseño del arte o el arte del diseño.
 2. ¿Qué es el diseño? ¿Qué es un diseñador gráfico?
 3. El diseño gráfico y el proceso de comunicación.
2. Imagen gráfica.
 1. Mensaje visual.
 2. Sintaxis de la imagen gráfica: la composición, la representación.
 3. La marca.
 4. La imprenta. El principio Gutenberg.
3. Soportes y recursos.
 1. Introducción a la escritura: origen y evolución. El alfabeto.
 2. La tipografía: origen y evolución. Familia y estilo tipográfico. Las partes del tipo.
 3. La compaginación. La retícula.
 4. Relación texto vs. imagen.
 5. Problemas de legibilidad y visibilidad.
 6. El libro y dos publicaciones periódicas: el periódico y la revista.
4. Implicaciones estéticas del diseño.
 1. Breve introducción a la estética.
 2. ¿Categorías estéticas? Lo feo, lo kitsch, la moda, etc.
5. Algunas escuelas y tendencias
 1. Movimiento Arts & Crafts.
 2. La Bauhaus.

EVALUACIÓN:

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

- Comprobación de lectura 1 y 2 (individual)	20%
- Exposición (grupo*)	20%
- 4 prácticas en clase (grupo de 2)	20%
- Examen escrito	30%
- Asistencia a clase	10%

BIBLIOGRAFÍA:

- Aicher, O. *El mundo como proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili, 1994.
- Arfuch, L.; Chaves, N.; Ledesma, M. *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós, 1997.
- Dondis, D.A. *La sintaxis de la imagen*. 15ª ed. Barcelona: GG Diseño, 2002.
- Martín, J.; Mas, M. *Manual de tipografía. Del plomo a la era digital*. València: Campgràfic, 2002.
- Munari, Bruno. *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: GG Diseño, 1996.
- Murphy, John; Rowe, Michael. *Cómo diseñar marcas y logotipos*. Barcelona: GG, 1989.
- Navarro, Héctor (ed.). *Disseny gràfic i Disseny Web*. Vic: Eumo Editorial, 2010.
- Potter, N. *Qué es un diseñador: objetos, lugares, mensajes*. Barcelona: Paidós Ibérica, 1999.
- Satué, Enric. *El diseño gráfico en España*. Madrid: Alianza Editorial, 1997,
- Satué, Enric. *El diseño gráfico*. Madrid: Alianza Editorial, 2002.
- West, Suzanne. *Cuestión de estilo. Los enfoques tradicional y moderno en maquetación y tipografía*. Madrid: ACK Publish, 1991.

WEBGRAFÍA BÁSICA:

- www.unostiposduros.com
- [www.tipografia.cl / blog](http://www.tipografia.cl/blog)
- maquetadores.blogspot.com
- [www.typeculture.com / index.php](http://www.typeculture.com/index.php)
- www.garcia-media.com.ar
- www.visual.gi
- www.artofthetitle.com/

Taller de Guión

Créditos: 9.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

El Taller de Guión es una materia sobre el lenguaje y la estructura del texto destinado a medios audiovisuales. El objetivo de la asignatura es enseñar los fundamentos del guión a partir de las características del medio donde se insertará y aprender en un primer nivel a redactar guiones correctos y adecuados a sus formato y género: guiones de entretenimiento, guiones de informativos y guiones de ficción.

CONTENIDOS:

1. El lenguaje audiovisual.
2. El guión. Definición. Objetivos.
3. Estructura del guión.
4. Géneros y formatos.
5. Programas de entretenimiento.
6. Programas informativos.
7. Ficción.
8. Práctica: a) aspectos lingüísticos específicos del ámbito audiovisual y b) aspectos de teoría y redacción de guiones.

EVALUACIÓN:

La evaluación de la materia es continua y evalúa la progresión del alumnado en todas las actividades del curso. Se hacen prácticas de adiestramiento, actividades de reflexión y discusión de lecturas y ejercicios, corrección de ejercicios y prácticas de evaluación con todo el grupo en el aula y/o grupos pequeños en tutorías.

La calificación final de la materia es la nota media obtenida de las prácticas de evaluación. Hay que tener un nivel avanzado de la normativa de la lengua: se permitirá hacer únicamente diez faltas en cualquier texto, tenga la longitud que tenga.

Para poder hacer la evaluación del curso, se debe haber asistido a clase y haber participado activamente en las actividades en un 70% del total, como mínimo.

BIBLIOGRAFÍA:

- Avui. *Llibre d'estil*. Barcelona: Empúries, 1997.
- Casals, Daniel; FAURA, Neus. *El català als mitjans de comunicació*. Barcelona: UOC, 2010.
- Cassany, Daniel. *Esmolar l'eina*. Guia de redacció per a professionals. Barcelona: Empúries, 2007.

- Catalunya Ràdio. *Conceptes i materials bàsics de redacció. Les notícies a la ràdio. Pensem, redactem, revisem*. Barcelona: Catalunya Ràdio, 2008. [No editado.]
- Comparato, Doc. *De la Creación al guión. Arte y técnica de escribir para cine y televisión*. Buenos Aires: La Crujía, 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.
- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. [<http://www.ccma.cat/lilibredestil>]
- Cros, Anna; Segarra, Mila, Torrent, Anna M. *Llengua oral i llengua escrita a la televisió*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000.
- Cuní, Josep. *La radio que triomfa. L'abecedari d'això que en diem magazín*. Barcelona: Pòrtic, 1999.
- Escudero, Nel. *Las claves del documental*. Madrid: RTVE Instituto, 2007.
- Grijelmo, Álex. *El estilo del periodista*. 11.ª ed., revisada y ampliada. Madrid: Taurus, 2003. [1ª edició: 1997]
- Tharrats, Joan. *El guió, segons com. Escriure per a cine i televisió amb les seves circumstàncies*. Barcelona: Trípod, 2009.
- Oliva, Llúcia; Sitjà, Xavier. *Las noticias en radio y televisión*. Barcelona: Omega, 2007.
- TERMCAT, centre de terminologia catalana. [<http://www.termcat.cat>]
- Tirado Ruíz, J.A.; Ruíz del Árbol, M.; Albar, M.I. *Técnicas para leer y escribir en radio y televisión*. Barcelona: Bosch, 2003.
- Vallverdú, Francesc. *El català estàndard i els mitjans audiovisuals*. Barcelona: Televisió de Catalunya y Edicions 62, 2000.
- VILAWEB, llibre d'estil. [<http://10anys.vilaweb.com/lilibreestil>]

Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales

Créditos: 6.00

Primer semestre

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es que el alumno conozca las técnicas básicas de la redacción y locución periodísticas 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.

CONTENIDOS:

1. Introducción a los medios audiovisuales: La radio. La televisión.
2. Locución en radio y televisión: Comunicación no verbal. Locución informativa. Locución musicada por 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.

Teorías de la Comunicación

Créditos: 6.00

Primer semestre

Inglés Oral para la Comunicación Audiovisual

Créditos: 3.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

La asignatura promueve el uso de la lengua inglesa en el área de la comunicación audiovisual. Se incide principalmente a mejorar la competencia comunicativa oral a nivel intermedio-avanzado y se introduce al mismo tiempo el vocabulario y conceptos específicos a partir de situaciones relacionadas con la comunicación audiovisual.

CONTENIDOS:

Topics and areas of communication:

1. 1.Pronunciation
 1. The International Phonetic Alphabet
 2. Vowel sounds
 3. Word stress
 4. Intonation and stress
 5. Connected speech
2. Conversation
 1. Small talk
 2. Building a conversation
3. 3.Presentation techniques
 1. Presentation on film techniques
4. The Pitch

Language contents:

1. Listening: students should be able to understand specific information of spoken exchanges without necessarily understanding every word.
2. Speaking: students will be introduced to a number of tasks which will involve them in usual everyday life situations. Students will also hold debates and discuss about issues related to the audiovisual world and deliver a presentation on film techniques. Furthermore, they will prepare a pitch.
3. Reading: students will be introduced to texts related to the above mentioned topics. They will also be asked to read a book.
4. Writing: students will be asked to practise academic writing: a book summary and a pitch.
5. Grammar: Adjectives and Adverbs (unit 9) and Reporting (unit 12).
6. Functions at upper intermediate level: agreeing & disagreeing, giving opinions, interrupting & dealing with interruptions.

EVALUACIÓN:

La evaluación del curso será continua y la nota final es el resultado de la media de las siguientes acciones de evaluación:

- Reading book (10%)
- Grammar & vocabulary tests (30%)
- Oral practice (60%)
 - oral presentation on film techniques (15%)
 - class speaking practice (10%)
 - reading aloud (10%)
 - pitch (25%)

Grammar test: to pass the course a 5 out of 10 is required.

Undelivered assignments count as 0.

BIBLIOGRAFÍA:

- Course dossier.
- Grammar book: Yule, George. *Oxford Practice Grammar: Advanced*. Oxford: Oxford University Press, 2006. (Units 9 and 12).
- Vocabulary dossier.
- Reading book: to be determined. (Further info on the Campus Virtual.)

Lenguajes de la Comunicación

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

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

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

CONTENIDOS:

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

EVALUACIÓN:

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

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

BIBLIOGRAFÍA:

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

Taller de Producción Radiofónica

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es que el alumno conozca las técnicas básicas de la producción radiofónica publicitaria, siguiendo las características del lenguaje del medio, y que llegue a tener una visión amplia de la realidad del sistema radiofónico catalán y español.

CONTENIDOS:

1. El lenguaje radiofónico y sus elementos: La voz humana, la música, los efectos sonoros y el silencio.
2. Redacción radiofónica informativa y de entretenimiento: Noticia. Encuesta en la calle.
3. El tiempo y la planificación sonora: Figuras del montaje radiofónico. El guión. Tipología.
4. Breve historia de la radio.
5. Panorámica de la radio actual: La programación radiofónica. Modelos y realidad. Las audiencias y los nuevos líderes.

EVALUACIÓN:

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

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

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

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

BIBLIOGRAFÍA:

- Balsebre, A. *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra, 2000. (Colección "Signo e Imagen".)
- Cebrián, M. *Géneros Informativos Audiovisuales*. Madrid: Ciencia 3, 1992.
 - *Información radiofónica. Mediación técnica, Tratamiento y programación*. Madrid: Síntesis, 1994.
- Gutiérrez, M.; Perona, J.J. *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Barcelona: Bosch, 2002.
- Huertas, Amparo; Perona, Juan J. *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Barcelona: Bosch, 1999.

- Martí, J.M. *De la idea a l'antena. Tècniques de programació radiofònica*. Barcelona: Pòrtic, 2000. (Colección "Eines de periodistas", número 5.)

Taller de Producción Televisiva

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

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

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

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

CONTENIDOS:

1. El lenguaje y la narrativa audiovisual.
2. De la idea al proceso de creación del guión.
3. El diseño de producción.
4. La realización.
5. Conocimientos técnicos.
6. La post-producción. 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 pequeño grupo y prácticas en gran grupo.

La nota final de la evaluación se detalla:

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

BIBLIOGRAFÍA:

- Barroso, J.: *realización de los generoso 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: ORTV, 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 Incorrectos 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: Cumbres, 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 en la Empresa

Créditos: 6.00

Segundo semestre

OBJETIVOS:

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

CONTENIDOS:

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

2. Merchandising y packaging.
3. Marketing directo.
4. Relación con los medios de comunicación.
5. Comunicación interna.
6. Patrocinio y mecenazgo.
7. Tecnologías digitales para la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA:

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

- León, José Luis. *Los efectos de la publicidad*. Barcelona: Ariel, 1996.
- Lucas Marín, Antonio. *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona: Bosch, 1997.
- Matilla, Kathy. *Conceptos fundamentales en la Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, 2009.
- Munuera, José; Rodríguez, Ana Isabel. *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: ESIC, 2006.
- Ortega, Enrique. *La comunicación publicitaria*. Madrid: Pirámide, 1997.
- Pavlik, John. *La investigación en Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000, 1999.
- Pérez Ruiz, Miguel Ángel. *Fundamentos de las estructuras de la publicidad*. Madrid: Síntesis, 1996.
- Perlado Lamo de Espinosa, Marta. *Planificación de medios de comunicación de masas*. Madrid: McGraw Hill, 2006.
- Santaella López, Manuel. *Derecho de la publicidad*. Madrid: Civitas, 2003.
- Santesmases Mestre, Miquel. *Marketing: Conceptos y estrategias*. 5ª ed. rev. Madrid: Pirámide, 2004.
- Seitel, Fraser. *Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas*. Madrid: Prentice Hall, 2002.
- Solano Fleta, Luis. *Tratado de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000, 1999.
- Uribe-Salazar, Agustín de [et al.]. *El libro práctico de las Relaciones Públicas*. Madrid: ADECEC (Asociación de Empresas Consultoras de Comunicación y Relaciones Públicas), 1996.
- Wilcox, Dennis. *Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas*. Madrid: Lavel, 2001.
- Xifra, Jordi. *Planificación estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2005.