

**GUIA DEL
ESTUDIANTE
2012-2013**

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	1
FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN	2
Estructura	2
Departamentos	2
Órganos de gobierno	4
CALENDARIO ACADÉMICO	6
ORGANIZACIÓN DE LOS ESTUDIOS	7
Objetivos generales	7
PLAN DE ESTUDIOS	8
Ordenación temporal de los estudios	8
ASIGNATURAS DE PRIMER CURSO	15
Historia Contemporánea	15
Historia del Arte	17
Historia de la Comunicación	20
Lengua Catalana	22
Lengua Española	26
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	44
Taller de Redacción Periodística	46
ASIGNATURAS DE SEGUNDO CURSO	49
Inglés Escrito para la Comunicación Audiovisual	49
Taller de Comunicación Gráfica I	51
Taller de Guión	53
Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales	55
Teorías de la Comunicación	57
Inglés Oral para la Comunicación Audiovisual	59
Lenguajes de la Comunicación	61
Taller de Radio	63
Taller de Televisión	65
Teoría y Estructura de la Comunicación en la Empresa	68
ASIGNATURAS DE TERCER CURSO	71
Comunicación Digital Interactiva	71
Derecho de la Comunicación	73
Métodos de Investigación en Comunicación	76
Narrativa Audiovisual y Multimedia	79
Taller de Comunicación Gráfica II	82
Taller de Fotografía I	85
Bandas Sonoras	89
Investigación de Audiencias	91
Taller de Infografía	94
Taller de Comunicación Interactiva	96
Taller de Producción Audiovisual	99
Teoría de la Imagen	102
ASIGNATURAS DE CUARTO CURSO	104
Dirección y Producción Audiovisual y Multimedia	104
Nuevos Formatos Audiovisuales	109
Prácticas en Empresas	111
Trabajo de Fin de Grado	113
Arte Digital y Nuevos Medios	117
Ética Profesional	120

Taller de Postproducción Audiovisual	123
OPTATIVAS	125
Arquitectura de la Información	125
Conflictos y Relaciones Internacionales	127
Convergencia Mediática	128
Estrategias de Comunicación Global	130
Fundamentos de Programación	132
Historia del Cine	135
Introducción a la Animación Digital	139
Introducción a los Videojuegos	142
Liderazgo y habilidades directivas	144
Marketing Internacional	145
Programación Web Avanzada	146
Taller de Audio Digital	148
Taller de Infografía Interactiva	150
Taller de Documentales	152
Taller de Fotografía II	155
Taller de Guión Cinematográfico	157
Taller de Tráiler	159
Taller de Videoclips	161

PRESENTACIÓN

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

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

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

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

Esperamos, en definitiva, que aprovecharás al máximo tu paso por la Facultad de Empresa y Comunicación de la Universitat de Vic para que, al final, tu periodo de estudios haya sido lo más agradable y satisfactorio posible.

Con este objetivo trabajamos y estamos a tu disposición.

FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN

Estructura

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

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

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

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

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

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

- Relaciones Internacionales
- Formación Continua
- Prácticas

Departamentos

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

Departamento de Economía y Empresa

- Alejandra Aramayo García
- Núria Arimany Serrat
- Joan Bou i Geli
- Jordi Casas Vilaró
- Enric Casulleras Ambrós
- Ariadna Codina Ylla

- Jose A. Corral Marfil
- Josefina Damian Castellví
- Ramon Fabre Vernedes
- Josep L. García Domingo
- Ferran Gustau Jaén Coll
- Raymond Lagonigro Bertran
- Rafael Madariaga Sánchez
- Joan Carles Martori Cañas
- Ramon Oller Piqué
- Elisabet Paxau Tura
- Anna M. Pérez Quintana
- M. Antònia Pujol Famadas
- Anna M. Roma Vilanova
- Anna Sabata Aliberch
- Josep Terradellas Cirera
- Robert Vendrell Cirera
- Xavier Vicente Soriano
- Carme Viladecans Riera
- Jesús Vinyes Vila

Departamento de Comunicación

- Eva Arderiu Pi
- Oreste Attardi Colina
- Jordi Badia Perea
- Mar Binimelis Adell
- Xavier Carmaniu Mainadé
- Eva Caro Domínguez
- Montse Casas Arcarons
- Irene Colom Valls
- Carme Colomina Salo
- Ruth Contreras Espinosa
- Xavier Docampo Sellarès
- Óscar Fernández Ferrer
- Efraín Foglia Romero
- Maria Forga Martel
- Gerard Franquesa Capdevila
- Joan Frigola Reig
- Oriol Gifra Durall
- Arnau Gifreu Castells
- Irene García Medina
- Xavier Ginesta
- Daniel Gómez Cañete
- Zahaira González Romo
- Santiago Jordán Ávila
- Diego Linares Romera
- Guillem Marca Frances
- Raúl Martínez Corcuera
- Eulàlia Massana Molera
- Santos Mateos Rusillo
- Henry Naranjo Pérez
- Héctor Navarro Güere
- Julio Panizo Alonso
- Hugo Pardo Kuklinski

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

Departamento de Lenguas, Ciencias Sociales y Jurídicas

- Josep Burgaya Riera
- Gonzalo Calle Rosingana
- Ignasi Coll Parra
- Jordina Coromina Subirats
- Eusebi Coromina Pou
- Montse Corrius Gimbert
- M. Carme Crivillés Grau
- Jordi de San Eugenio Vela
- Josefina Domènech Rierola
- Sandra Ezquerro Samper
- Amèlia Foraster Serra
- Miquel Genís Serra
- Josefina Guix Soldevila
- Teresa Julio Giménez
- Félix Jurado Escobar
- Manuel Llanas Pont
- Irene Llop Jordana
- Enric Martín Tubau
- Anna Masferrer Giralt
- Joan Masnou Suriñach
- Daniel Nicholls
- Anna M. Palomo Chinarro
- Dolors Palomo Chinarro
- Àngels Pinyana Garriga
- Santi Ponce Vivet
- 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 por los siguientes cargos:

Decano

- Xavier Ferràs Hernández

Adjunta al decano para la Innovación Docente

- Eulàlia Massana Molera

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

- Anna Sabata Aliberch

Jefe de Estudios

- Xavier Vicente Soriano

Coordinador de Periodismo

- Xavier Ginesta Portet

Coordinador de Publicidad y Relaciones Públicas

- Carles Grau Bartrina

Coordinadora de Comunicación Audiovisual

- Anna Palomo Chinarro

Directores de Departamento

- Jordi de San Eugenio Vela. Director del Departamento de Comunicación
- Josep Lluís Garcia Domingo. Director del Departamento de Empresa y Economía
- Llorenç Soldevila Balart. Director Dep. de Lenguas, Ciencias Sociales y Jurídicas

Coordinador académico de Relaciones Internacionales

- Pere Morera

Delegado de Investigación

- Ramon Oller

Responsable del Área de Prácticas

- Dolors Vinyet

CALENDARIO ACADÉMICO

Calendario académico 2012-2013

Docencia:

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

Docencia 1.º cuatrimestre:

- Del 26 de septiembre al 25 de enero

Docencia 2.º cuatrimestre:

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

Vacaciones de Navidad:

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

Vacaciones de Semana Santa:

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

Días festivos:

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

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

ORGANIZACIÓN DE LOS ESTUDIOS

Objetivos generales

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: profesionalizarse en el sector televisivo.
 2. Comunicación Digital Interactiva: profesionalizarse en el sector multimedia interactivo (*online*, *offline*)
 3. Cine y cultura audiovisual: profesionalizarse en el sector del cine y de la cultura audiovisual.
 4. Business and communication: profesionalizarse en los aspectos comunicativos y empresariales con perfil internacional.
 5. Gestión de la información multimedia: profesionalizarse 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	30
Trabajo de Fin de Grado	9
Prácticas Externas	12
Total	240

Ordenación temporal de los estudios

PRIMER CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Historia Contemporánea	6,0	Formación Básica
Historia del Arte	6,0	Formación Básica
Historia de la Comunicación	6,0	Formación Básica
Lengua Catalana	3,0	Obligatoria
Lengua Española	3,0	Obligatoria
Sociología General y de la Comunicación	6,0	Formación Básica

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Economía y Empresa	6,0	Formación Básica
Estructura del Sistema de Comunicación	6,0	Formación Básica
Fuentes de Información	3,0	Obligatoria
Introducción al Inglés para la Comunicación Audiovisual	6,0	Formación Básica
Taller de Informática	3,0	Obligatoria
Taller de Redacción Periodística	6,0	Formación Básica

SEGUNDO CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Inglés Escrito para la Comunicación Audiovisual	6,0	Formación Básica
Taller de Comunicación Gráfica I	6,0	Obligatoria
Taller de Guión	9,0	Obligatoria
Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales	6,0	Obligatoria
Teorías de la Comunicación	6,0	Formación Básica

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Inglés Oral para la Comunicación Audiovisual	3,0	Obligatoria
Lenguajes de la Comunicación	6,0	Obligatoria
Taller de Radio	6,0	Obligatoria
Taller de Televisión	6,0	Obligatoria
Teoría y Estructura de la Comunicación en la Empresa	6,0	Obligatoria

TERCER CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Comunicación Digital Interactiva	3,0	Obligatoria
Derecho de la Comunicación	3,0	Obligatoria
Métodos de Investigación en Comunicación	6,0	Obligatoria
Narrativa Audiovisual y Multimedia	6,0	Obligatoria
Optativas	6,0	Optativa
Taller de Comunicación Gráfica II	3,0	Obligatoria
Taller de Fotografía I	3,0	Obligatoria

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Bandas Sonoras	3,0	Obligatoria
Investigación de Audiencias	3,0	Obligatoria
Optativas	6,0	Optativa
Taller de Infografía	3,0	Obligatoria
Taller de Comunicación Interactiva	3,0	Obligatoria
Taller de Producción Audiovisual	9,0	Obligatoria
Teoría de la Imagen	3,0	Obligatoria

CUARTO CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Dirección y Producción Audiovisual y Multimedia	6,0	Obligatoria
Nuevos Formatos Audiovisuales	6,0	Obligatoria
Optativas	9,0	Optativa
Prácticas en Empresas	12,0	Prácticas Externas
Trabajo de Fin de Grado	9,0	Trabajo de Fin de Grado

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Arte Digital y Nuevos Medios	3,0	Obligatoria
Ética Profesional	3,0	Obligatoria
Optativas	9,0	Optativa
Taller de Postproducción Audiovisual	3,0	Obligatoria

OPTATIVIDAD

Mención en Business and Communication

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

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

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

Mención en Cine y Cultura Audiovisual

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

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

	Créditos
Historia del Cine	6,0
Crítica Audiovisual	3,0
Cultura Pop. Cultura de Masas	3,0
Taller de Fotografía II	3,0
Taller de Documentales	6,0
Taller de Guión Cinematográfico	6,0
Introducción a la Animación Digital	6,0
Taller de Tráiler	3,0

Mención en Comunicación Digital Interactiva

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

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

	Créditos
Arquitectura de la Información	3,0
Introducción a los Videojuegos	3,0
Comunicación Móvil	6,0
Diseño de Interfaces y Usabilidad	3,0
Taller de Comunicación Colaborativa	3,0
Fundamentos de Programación	6,0
Taller de Producción de Comunicación	6,0
Taller de Audio Digital	3,0
Programación Web Avanzada	3,0
Taller de Infografía Interactiva	6,0

Mención en Formatos Televisivos

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

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

	Créditos
Historia del Cine	6,0
Taller de Videoclips	6,0
Comunicación y Educación	6,0
Taller de Documentales	6,0
Taller de Anuncios Televisivos	3,0
Taller de Tráiler	3,0

Optativas sin itinerario

	Créditos
Arquitectura de la Información	3,0
Bases de Datos	3,0
Fundamentos de la Programación	6,0
Visualización de la Información	3,0
Gestión del Conocimiento	3,0

ASIGNATURAS DE PRIMER CURSO

Historia Contemporánea

Formación Básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Josep Burgaya Riera
- Santiago Ponce Vivet

OBJETIVOS:

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

Objetivos:

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener habilidad para relacionar los distintos factores que modulan las coyunturas históricas.
- Saber identificar los principales actores, instituciones y estructuras sociales.
- Saber resumir o adaptar textos especializados mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.
- Saber exponer los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, de forma adecuada de acuerdo con los cánones académicos.
- Saber exponer los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, de forma adecuada de acuerdo con los cánones académicos.

CONTENIDOS:

1. Los fundamentos del mundo contemporáneo:
 1. Europa antes de la Revolución Francesa.
 2. La Reforma protestante.
 3. La Ilustración.
 4. El significado de la Revolución Francesa.
2. Las revoluciones burguesas y la sociedad industrial:

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

EVALUACIÓN:

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

BIBLIOGRAFÍA:

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

Historia del Arte

Formación Básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Santos Miguel Mateos Rusillo

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 a 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:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer la producción artística contemporánea de la Modernidad a la Postmodernidad.

CONTENIDOS:

1. Cuestiones fundamentales en torno al 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: Leonetto Cappiello y el Plakatstil alemán.
3. La modernidad: 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 1937.
 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 del 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)		10%	no	3
Práctica 2 (lecturas)		10%	no	3
Práctica 3 (lectura)		10%	no	3
Práctica 4		10%	no	5, 6
Debate		10%	no	5, 6
Trabajo de curso (en grupo)		20%	no	7, 8
Prueba		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. (1983). *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*, Barcelona: Edicions 62.
- Busquet Duran, Jordi. (1998). *El sublim i el vulgar. Els intel·lectuals i la «cultura de masses»*, Barcelona: Proa.
- Clark, Toby. (2000). *Arte y Propaganda en el siglo XX. La imagen política en la era de la cultura de masas*. Madrid: Ediciones Akal.
- Colorado, Arturo. (1997). *Hipercultura visual. El reto hipermedia en el arte y la educación*. Madrid: Editorial Complutense.
- Coronado Hijón, Diego (2001). *La metáfora del espejo: Teoría e Historia del cartel publicitario*. Sevilla: Ediciones Alfar.
- Eco, Umberto. (2003). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Editorial Lumen y Tusquets Editores.
- Furi, Vicenç. (2000). *Sociología del arte*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Gombrich, E.H. (2002). *La Historia del arte*. Madrid: Debate.
- Gubern, Román. (1987). *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Jiménez, José. (2002). *Teoría del arte*, Madrid: Tecnos.
- Loos, Adolf. Ornamento y delito. En *Escritos I. 1897-1909*. Madrid: El Croquis Editorial, p. 346-355.
- Morris, William. (2004). *Cómo vivimos y cómo podríamos vivir*. Logroño: Pepitas de calabaza ed.
- Morris, William. (2004). *Noticias de ninguna parte*. Barcelona: Ediciones Minotauro.
- Morris, William. (2005). *Escritos sobre arte, diseño y política*. Sevilla: Editorial Doble J.
- Morris, William. (1895). *El propósito de la fundación de Kelmscott Press*, Londres.
- Pezzella, Mario. (2004). *Estética del cine*, Madrid: Antonio Machado Libros.
- Ramírez, Juan Antonio. (1976). *Medios de masas e Historia del Arte*, Madrid: Ediciones Cátedra.
- SCHARF, Aaron. (2001). *Arte y fotografía*, Madrid: Alianza Editorial.
- Sougez, Marie-Loup. (1994). *Historia de la fotografía*, Madrid: Ediciones Cátedra.
- Talens, Jenaro; Zunzunegui, Santos (coord.). (1998). *Historia general del cine. Orígenes del cine*, vol. I. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Valéry, Paul. (1982). *La conquista de la ubicuidad*.

Historia de la Comunicación

Formación Básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Francesc Roma Casanovas

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.

CONTENIDOS:

Unidades docentes

1. Ciencias sociales e historia de la comunicación.
2. La escritura en la Antigüedad:
 1. De la oralidad a la escritura.
3. Edad media y silencio comunicativo:
 1. Circulación y copia de libros y códices.
 2. Los *scriptoriums*.
 3. La lectura silenciosa.
 4. Arquitectura y artes plásticas como formas de comunicación.
4. La modernidad comunicativa:
 1. Orígenes y expansión de la imprenta.
 2. Textos impresos de difusión popular.
 3. Orígenes y evolución de la prensa.
 4. La *Encyclopédie* y la cultura ilustrada.
5. La Edad contemporánea:
 1. Los efectos de la Revolución Industrial.
 2. Novedades comunicativas entre las dos guerras mundiales (1914-1945).

EVALUACIÓN:

Ítems del sistema de evaluación:

- Prácticas y ejercicios individuales: 50%.
- Prueba parcial individual (diciembre): 50%.

Nota del curso: 100%.

BIBLIOGRAFÍA:

Lecturas recomendadas:

- Borderia, E.; Laguna, A.; Martínez, F. A. (2010). *Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencias*. Madrid: Síntesis.
- DeFleur, M. y Ball Rokeach, M. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. págs. 19-71 (Cap. 1, *Etapas del desarrollo de la comunicación humana*).
- Eisenstein, E. (1994). *La revolución de la imprenta en la Edad Moderna europea*. Madrid: Akal. Págs. 5-12 (*Prólogo*); 15-22 (cap. 1, *Una revolución no reconocida*) y 51-93 (cap. 3, *Características de la cultura impresa*).
- Paz Gago, J.M. (2006). *La máquina maravillosa. Tecnología y arte en el Quijote*. Madrid: Sial Ediciones. Págs. 59-70 (cap. 3, *Aquí se imprimen libros. Tecnologías de la comunicación: la imprenta*) y 71-83 (cap. 4, *La cabeza encantada. Nuevas tecnologías de la comunicación en la novela cervantina*).
- Tozzi, V. (1994). *Introducción*. A: White, H. *El texto histórico como artefacto literario y otros escritos*. Barcelona: Paidós. Págs. 9-42.
- Vázquez Montalbán, M. (2000). *Historia de la comunicación social*. Barcelona: Mondadori.

Lengua Catalana

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordina Coromina Subirats
- Llorenç Soldevila Balart

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- 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, en el bien entendido que hay aprobarlas previamente ambas por separado.

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

En la materia de lengua española, a lo largo del semestre se realizan dos pruebas parciales que darán el 50% de la nota. Estas pruebas pueden ser recuperables en una prueba de validación final (repesca). El resto, el otro 50%, se obtendrá de las redacciones, que se entregarán el día fijado. Un retraso en la entrega supondrá un descuento del 20% de la nota. Las redacciones no son recuperables.

Las fechas de los exámenes se fijarán al comienzo del curso y son inamovibles. Los alumnos deberán examinarse el día que se haya asignado y no podrán hacerse exámenes individuales a no ser por las causas mayores indicadas por ley: muerte de familiar cercano, baja o citación judicial. Debe recordarse que el plagio es un delito y, por lo tanto, está penalizado. La primera detección de plagio supondrá un 0 de la actividad y una segunda detección comportará un suspenso en la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA:

Lengua catalana

Tipología textual y composición de textos

- Bibiloni, Gabriel. *Llengua estàndard i variació lingüística*. València: Eliseu Climent, 2000. (1.ª edició: 1997.)
- Cassany, Daniel. «Què és el codi escrit?», dins *Descriure escriure. Com s'aprèn a escriure*. Barcelona: Empúries, 1995, p. 21-26.
- Castellà, Josep M. *De la frase al text. Teories de l'ús lingüístic*. Barcelona: Empúries, 1996. (1a edició: 1992.)
- Coromina, Eusebi. «Signes de puntuació», dentro de *El 9 Nou / El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Premsa d'Osona, 2008, p. 173-188.
- Toutain, Ferran. *Sobre l'escriptura*. Barcelona: Blanquerna Tecnologia i Serveis, S.L., Facultat de Comunicació Blanquerna, 2000.

Manuales y gramáticas

- Abril, Joan. (1997). *Diccionari pràctic de qüestions gramaticals*. Barcelona: ??Edicions 62.
- Badia, Jordi; Brugarola, Núria; Torné, Rafel; Fargas, Xavier (1997). *El llibre de la llengua catalana*. Barcelona: Castellnou.
- Castellanos i Vila, Josep Anton (1998). *Quadern: Normativa bàsica de la llengua catalana. Amb exercicis autocorrectius*. 6.ª ed. Barcelona: Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Ginebra, Jordi; Montserrat, Anna. (1999). *Diccionari d'ús dels verbs catalans*. Barcelona: Edicions 62.
- Ruaix, Josep. (1998). *Català complet/1. Curs superior de llengua. Fonètica i ortografia*. Moià: J. Ruaix.
 - (1998). *Exercicis del català complet/1*. Moià: J. Ruaix.
 - (1998). *Clau dels exercicis del català complet/1*. Moià: J. Ruaix.
 - (1998). *Català complet/2. Curs superior de llengua. Morfologia i sintaxi*. Moià: J. Ruaix.
 - (1998). *Exercicis del català complet/2*. Moià: J. Ruaix.
 - (1998). *Clau dels exercicis del català complet/2*. Moià: J. Ruaix.
- Xuriguera, Joan B. (1993). *Els verbs catalans conjugats*, 30.ª ed. Barcelona: Claret. (1.ª ed.: 1972)

Diccionarios generales

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

Lengua española

Diccionarios

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

Gramáticas y manuales de referencia

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

Enlaces

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/lilibreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf>)
- Portal lingüístico de la Corporació Catalana de Radio i Televisió (<http://esadir.cat>)
- Portal sobre lengua catalana enlloc.com (<http://www.enlloc.com/enlloc/index.html>)
- Portal de recursos lingüísticos de las universidades de habla catalana (Red Vives de Universidades: Llengua.info) (<http://www.llengua.info>)

Lengua española

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

Lengua Española

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: español

PROFESORADO

- Núria Bover Jiménez

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad para trabajar en entornos de presión.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los diferentes medios de comunicación, con un uso correcto tanto oral como escrito de la lengua.
- Saber resumir o adaptar textos especializados mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.
- Conocer las lenguas catalana y española (oral y escrita) en un nivel avanzado.

CONTENIDOS:

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

En las clases de las segundas horas de la semana se trabajarán los siguientes temas (vol. II del mismo manual):

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

EVALUACIÓN:

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

BIBLIOGRAFÍA:

- Gómez Torrego, Leonardo (2010). *Hablar y escribir correctamente*. Vols. I y II. Madrid: Arco Libros.
- Real Academia Española (2007). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: Espasa-Calpe. Consultable en línea www.rae.es.
- Real Academia Española (2009). *Diccionario Panhispánico de dudas*. Madrid: Espasa-Calpe. Consultable en línea en www.rae.es.
- Real Academia Española (2009). *Nueva Gramática de la Lengua Española*. Vol I y II. Madrid: Espasa-Calpe.
- Real Academia Española (2010). *Ortografía de la Lengua Española*. Madrid: RAE.

Sociología General y de la Comunicación

Formación Básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Gerard Coll Planas
- Ignasi Coll Parra

OBJETIVOS:

La disciplina de la Sociología pretende, por un lado, fomentar la adquisición, por parte del alumnado, de los conceptos clave del análisis sociológico y, por otra, 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 para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.

CONTENIDOS:

1. 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.
2. 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.
3. 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.
4. La interacción social y el proceso de institucionalización:
 1. El proceso de institucionalización.
 2. Los roles sociales.
5. 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.
6. Instituciones sociales:
 1. La familia.
 2. La educación.
 3. El trabajo.
 4. La religión.
 5. Los medios de comunicación.
7. 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 la finalidad de comprobar que el alumnado ha alcanzado perfectamente los objetivos de aprendizaje inicialmente fijados, los estudiantes deberán demostrar los conocimientos adquiridos mediante un proceso de evaluación continua que consta de 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 debe hacerse una reseña crítica de la lectura obligatoria (Divertirse hasta morir), que valdrá 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 de los cuales supondrá el 20% de la nota final.

BIBLIOGRAFÍA:

Manuales

- Giddens, Anthony (1998). *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Giner, Salvador (1991). *Historia del pensamiento social*. Barcelona: Ariel.
- Cardús, Salvador. *La mirada del sociòleg*. Biblioteca Oberta Àgora.
- Ritzer, George (1993). *Teoría sociológica clásica y Teoría sociológica contemporánea*. 2 Vol. Madrid: McGraw Hill.

Complementaria

- Fichter, Joseph H. (1993). *Sociología*, 17.ª ed. Barcelona: Herder.
- Berger, L.P. (1992). *Invitació a la sociologia*. Barcelona: Herder.
- Berger, L.P.; Luckman Thomas (1996). *La construcció social de la realitat*, 2.ª ed. Barcelona: Herder.
- Bell, Daniel (1976). *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, Manuel (2000). *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura*. 3 Vol. (2003) Galaxia Internet. Barcelona: Debolsillo.

- Durkheim, Emile (1985). *La división del trabajo social*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Goffmann, Erving (1971). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrutu.
- Hall, Stuart (1981). La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico. En: James Curran, [et. al.]. *Sociedad y comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Katz, E.; Lazarsfeld, P.F. (1971). *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona: Hispano-Europea.
- Kuhn, Thomas (1985). *La estructura de las revoluciones científicas*. Barcelona: Planeta-Agostini
- McLuhan, Marshall (1987). *El medio es el mensaje*. Barcelona: Paidós, (1993)
- Moragas, M. de (1986). *Sociología de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Weber, Max (1993). *Economía y sociedad*. Mèxic: FCE.

Economía y Empresa

Formación Básica

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Alejandra E. Aramayo García
- Enric Casulleras Ambrós
- Rafael de Madariaga Sánchez

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es introducir a los estudiantes del Grado de Comunicación Audiovisual en el conocimiento del sistema económico y de la gestión empresarial. 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 funcionamiento del sistema económico y hacerlos capaces de analizar la información especializada, tanto en el marco nacional como internacional.

La asignatura tiene importancia capital como base general para la comprensión de lo que el estudiante 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.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos y metodológicos de la realización y gestión de los procesos de producción en los sistemas capitalistas.
- Saber analizar y representar los datos.
- Entender el funcionamiento del sistema económico y sus tres aspectos básicos: producción, distribución y pautas de consumo.

CONTENIDOS:

Economía

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

Empresa

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

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
		sí	Comprensión de la materia del curso.
		no	Sabe buscar la información del sector.
		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. (2000). *Las cuentas de la nación. Introducción a la economía aplicada*, 2.^a ed. Madrid: Civitas, Biblioteca Civitas de economía y empresa.
- Piriou, J.P. (2008). *La comptabilité nationale*, 15.^a ed. París: Éditions La Découverte, Collection Repères.
- Putterman, L. (1994). *La naturaleza económica de la empresa*, 1.^a ed. Madrid: Alianza Editorial.
- Requeijo, J. [et al.]. (2001). *Los indicadores económicos*, 2.^a ed. Madrid: Editorial AC.
- Serra Ramoneda, A. (1993). *La empresa análisis económico*, 1.^a ed. Barcelona: Editorial Labor.
- Teulon, F. (2009). *Initiation à la comptabilité nationale*, 1.^a ed. París: Presses Universitaires de France. Collection Mayor.

Enlaces

- <http://www.ine.es>
- <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:996R2223:20071230:ES:PDF>

Estructura del Sistema de Comunicación

Formación Básica

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Xavier Ginesta Portet

OBJETIVOS:

La asignatura permite conocer y analizar la situación actual de la industria cultural internacional, así como la catalana y española. Se 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.

Tiene como objetivo formar al alumnado en las bases de la economía-política y 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.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos y las prácticas habituales de los procesos de producción, distribución y recepción de la comunicación audiovisual.
- Conocer la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos.
- Conocer el impacto social de las tecnologías informativas y la comunicación.

CONTENIDOS:

1. Conceptos iniciales. Origen y primeros medios de comunicación:
 - Concepto de estructura. Estructura y comunicación.
 - Los orígenes de la comunicación. La imprenta y la libertad de expresión.
 - La prensa.
2. La formación del mundo global:
 - La revolución industrial.
 - La formación de los medios globales. Posguerra y free-flow.
 - El debate NOMIC y el informe MacBride.
 - El neoliberalismo y la comunicación.
 - El sistema de medios globales. Grupos de comunicación.

- Los think tanks. Creadores de ideologías por un mundo global.
3. Estructura actual del sistema audiovisual:
- Conceptos iniciales: los modelos de Hallin y Mancini.
 - La radio y la televisión. Situación en los principales mercados europeos y en EEUU.
 - La radio y la televisión en Cataluña y España. Orígenes, reforma y nueva legislación.
 - El cine: situación de mercado.
4. El futuro del sector de la comunicación:
- Industrias emergentes: sector discográfico (contexto internacional, piratería y música en la red) y el videojuego (oferta nacional e internacional).
 - Internet: convergencia y multimedia. Redes sociales.
 - Comunicación en el mundo global. Nuevas relaciones de poder entre actores implicados.

EVALUACIÓN:

La evaluación es continua y presencial. Para superarla se requiere una asistencia mínima del 80% de las sesiones y haber superado las cuatro partes de la nota.

- Prueba teórica 1: 30%.
- Prueba teórica 2: 30%.
- Trabajo de curso: 40%.

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.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica para examen

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

Complementaria

- Collins, R, Murrioni, C. (1996). *New Media, New Policies*. Cambridge: Polity Press.
- Fernández, Juan José; Rueda, José Carlos; Sanz, Carlos (eds.) (2002). *Prensa y periodismo especializado: historia y realidad actual*. Guadalajara: Ayuntamiento de Guadalajara.
- Filgueira, Carlos; Nohl, Dieter (comp.) (1994). *Prensa y transición democrática: experiencias recientes en Europa y América Latina*. Madrid [etc.]: Iberoamericana [etc.].
- Humphreys, P.J. (1996). *Mass Media and Media Policy in Europe*. Manchester: Manchester UP.
- Moragas, Miquel; Garitoanandia, Carmelo y López, Bernat (eds.) (1999). *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la Era digital*. Enseñanza Aldea Global.
- Murciano, Marcial (1992). *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*. Barcelona: Bosch.
- Pérez del Toro, Laura (1984). *La prensa de prestigio en la Comunidad Económica Europea*. Barcelona: Mitre.
- Rifkin, J. (2000). *La era del acceso*. Barcelona: Paidós.
- Sánchez-Bravo, Antonio (1989). *Europa y la información: (prensa)*. Madrid: Fundación Universidad-Empresa: Universidad de Alcalá, Centro de Estudios Europeos.
- Sanz, Carlos; Sotelo, Joaquín; Rubio, A. Luís (coords.) (2004). *Prensa y periodismo especializado II*. Guadalajara: Asociación de la Prensa de Guadalajara.
- 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

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Irene Llop Jordana

OBJETIVOS:

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

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.

CONTENIDOS:

1. Conceptos básicos de la documentación:
 1. Información.
 2. Documentación.
 3. Documento.
 4. Indexación.
2. Fuentes de información generales:
 1. Descripción y tipología de las fuentes generales de información.

2. Búsqueda en fuentes generales de información.
3. Recuperación de información y recursos documentales para la Comunicación Audiovisual:
 1. Técnicas de recuperación de información en motores de búsqueda.
4. Operadores.
5. Metabuscadores.
6. Posicionamiento de sitios web.
7. Relevancia y clustering:
 1. Análisis y valoración de la información recuperada.
 2. Uso de las fuentes y recursos especializados en Comunicación Audiovisual.
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. *Manual per a la presentació de tesis i tesines*. Vic: Eumo Editorial, 2000.
- Giménez Toledo, E. *Manual de Documentación para Comunicadores*. Pamplona: Eunsa, 2004.
- López-Yepes, L. (comp.). *Fundamentos de información y documentación*. Madrid: Eudema, 1998.
- Martín, A. *Fuentes de información general*. Gijón: Trea, 1995.
- Slype, G. van. *Los Lenguajes de indización: concepción, construcción y utilización en los sistemas documentales*. Salamanca: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1991.
- Tramullas, J.; Olvera, M.D. *Recuperación de la información en Internet*. Madrid: Ra-Ma, 2001.

Introducción al Inglés para la Comunicación Audiovisual

Formación Básica

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: inglés

PROFESORADO

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

OBJETIVOS:

La asignatura *Introducción al Inglés para la Comunicación Audiovisual* tiene como objetivo que el estudiante sepa utilizar la lengua inglesa en el entorno profesional. Se pone 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 para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Dominar el vocabulario específico de la comunicación audiovisual.

CONTENIDOS:

Parte A: Audiovisual Communication

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. En 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.

Parte B:

1. Grammar
 1. Present tenses.
 2. Past tenses.
 3. Future tenses and prepositions of time and place.
 4. Articles, countable and uncountable nouns and quantifiers.
 5. Conditionals.
 6. Comparatives and superlatives.
2. Vocabulary
 1. Travel and transport.
 2. Hobbies, sport and games.
 3. Science and technology.
 4. The Media.
 5. People and society.

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. Si la media no está aprobada, NO podrá recuperarse. Para hacer media de las notas de curso es necesario obtener un cinco sobre diez de la parte de gramática. Si no se obtiene esta nota de gramática, al final del curso habrá un examen de recuperación. En el 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**

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

Recomendada:

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

Taller de Informática

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Raymond Lagonigro Bertran

OBJETIVOS:

- Analizar, evaluar y sintetizar las necesidades de información de una organización y saber aplicar las tecnologías de la información más adecuadas a sus necesidades.
- Ser capaz de operar en diferentes entornos informáticos.
- Ser capaz de utilizar software para desarrollar presentaciones corporativas digitales.
- Ser capaz de utilizar software de procesamiento de textos de una forma robusta.
- Ser capaz de utilizar software de maquetación.
- Ser capaz de utilizar software de tratamiento de imagen.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.

CONTENIDOS:

1. Herramientas de productividad: maquetación.
2. Herramientas de productividad: edición digital de imágenes.
3. Herramientas de productividad: presentaciones corporativas digitales.
4. Instrumentos de productividad: procesamiento de textos.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Ejercicios sesiones presenciales	Todo el curso	10	no	2, 3, 4, 5
Trabajo en grupo	-	30	sí	4,5
Examen	-	60	sí	1, 2, 3, 4, 5

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Descripción de las acciones de evaluación:

- Ejercicios en las sesiones presenciales: se trata de realizar individualmente un conjunto de ejercicios en clase. Se puede hacer uso de cualquier material de apoyo. Cada conjunto de ejercicios se corregirá en la sesión presencial posterior a su realización. El profesor calificará globalmente la evolución del estudiante en el logro de los resultados de aprendizaje.
- Trabajo en grupo: se trata de realizar un trabajo en grupo. Se puede hacer uso de cualquier material de apoyo y exponerlo en clase.
- Examen: para superar el examen hay dos alternativas:
 - Evaluación Continua: Consta de dos o tres ejercicios individuales (Evaluación 1, 2 y 3 en el plan de trabajo) que se deben aprobar por separado. En caso de que no se supere alguna evaluación, puede recuperarse en el examen final. Para optar a la evaluación continua es necesario asistir un mínimo de sesiones
 - Examen Final: Consta de 2 o 3 bloques (equivalentes a las 3 Evaluaciones) que hay que aprobar por separado. Esta alternativa es para quien no pueda optar a la evaluación continua.

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

BIBLIOGRAFÍA:

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

Taller de Redacción Periodística

Formación Básica

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordina Coromina Subirats
- Manuel Llanas Pont

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 para 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 en 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 (1)	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 (2)	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 (3)	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	Ver el plan de trabajo	no	2, 8	
Ejercicio de recuperación de una de las pruebas de evaluación: noticia	Después del 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 deberá 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 como mínimo 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 Radio, 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, 2.^a edició: <http://dlc.iec.cat/>
- Grijelmo, Àlex. *El estilo del periodista*. Madrid: Santillana-Taurus Ediciones, 2008. (16a edició.)
- Oliva, Llúcia; Sitjà, Xavier. *Las noticias en radio y televisión*. Barcelona: Omega, 2007. (5.^a edició.)
- TERMCAT, centro de terminología catalana: <http://www.termcat.cat>
- Vilaweb, libro de estilo: <http://10anys.vilaweb.com/llibreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf>

ASIGNATURAS DE SEGUNDO CURSO

Inglés Escrito para la Comunicación Audiovisual

Formación Básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: inglés

PROFESORADO

- Anna M. Masferrer Giralt
- Emma Louise Hitchen
- Gonzalo Calle Rosingana
- Joan Masnou Suriñach
- Montserrat Corrius Gimbert

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber expresar opiniones y argumentaciones complejas sobre temas de comunicación audiovisual en inglés.
- Dominar el vocabulario específico de la comunicación audiovisual.
- Saber comunicarse por escrito en situaciones profesionales habituales en el área de la comunicación audiovisual.

CONTENIDOS:

1. Expresión oral: se pide a los alumnos la participación activa en las actividades orales propuestas en clase. Llevar a término la presentación de una noticia de actualidad y una presentación oral.
2. Comprensión escrita: lecturas cortas de diferentes tipologías de textos académicos y la lectura de un libro no graduado.
3. Expresión escrita: se pide a los estudiantes la producción escrita de diversos tipos de texto académico.
4. Gramática:
 1. Connectors and linking words.
 2. Modal verbs.
 3. The passive.
 4. Infinitive and gerund.
 5. Reported Speech and reported questions.
5. Vocabulario:
 1. Health and fitness.
 2. Food and drink.
 3. Education and learning.
 4. Weather and the environment.
 5. Money and shopping.

EVALUACIÓN:

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

- Grammar and vocabulary test (20%).
- Writing portfolio (45%).
- Reading comprehension test (15%).
- Oral presentation (10%).
- Class speaking practice (10%).

La media de las diferentes partes de la evaluación sólo se hará una vez se haya aprobado el apartado de *Grammar and Vocabulary*.

Al final del curso el alumno tendrá la oportunidad de repetir la prueba de *Grammar and Vocabulary* en caso de que haya suspendido la media de pruebas de este apartado o bien en el caso de que no se haya examinado de estas pruebas.

Al final del curso el alumno que haya aprobado la prueba de *Grammar and Vocabulary* pero que tenga la media de curso suspendida, tendrá la oportunidad de presentarse a una prueba de expresión escrita siempre y cuando haya entregado un mínimo del 80% los textos que debe incluir el *Writing Portfolio*.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Dossier de curso.
- Libro de gramática: Malcolm Mann and Steve Taylore-Knowles (2008). *Destination B2: Grammar and Vocabulary*. Oxford: Macmillan.
- Libro de lectura. Bill O'Reilly. *Those Who Trespass: a Novel of Murder and Television*. New York: Broadway Books Cambridge, 2004.

Taller de Comunicación Gráfica I

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Héctor Iván Navarro Güere

OBJETIVOS:

Se busca un conocimiento teórico-práctico 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 el hecho de que el alumno conozca las principales concepciones e implicaciones de la producción gráfica.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Tener capacidad de resolver problemas.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

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

CONTENIDOS:

1. Introducción al diseño:
 - Una vieja disputa: diseño vs. arte. Diseño del arte o el arte del diseño.
 - El diseño gráfico y el proceso de comunicación.
2. Imagen gráfica:
 - Mensaje visual.
 - Sintaxis de la imagen gráfica: la composición, la representación.
 - La marca.
 - La imprenta y el papel.
3. Soportes y recursos:
 - La tipografía: origen y evolución. Familia y estilo tipográfico. Las partes del tipo. Tipografía en movimiento.
 - La compaginación. La retícula.
 - Relación texto vs. imagen. Problemas de legibilidad y visibilidad.
 - El libro y dos publicaciones periódicas: el periódico y la revista. La pantalla.

EVALUACIÓN:

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

- Comprobación de lectura (individual): 30%.
- Exposición (en grupo*): 30%.
- Prácticas (individual y grupo): 40%.
- Control escrito (individual y opcional).

BIBLIOGRAFÍA:

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

WEBGRAFÍA BÁSICA:

- www.unostiposduros.com
- www.tipografia.cl/blog
- maquetadores.blogspot.com
- www.typeculture.com/index.php
- www.garcia-media.com.ar
- www.visual.gi
- www.artofthetitle.com

Taller de Guión

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 9.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Maria Francisca Forga Martel
- Rosa Maria Pons Cerdà

OBJETIVOS:

El Taller de Guión es una materia sobre el lenguaje y la estructura del texto en el medio televisivo. 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, con especial atención al entretenimiento y la ficción.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber escribir con fluidez textos o guiones de ficción y no ficción.

CONTENIDOS:

1. El lenguaje audiovisual.
2. El guión. Definición. Objetivos. Estructura. Géneros y formatos.
3. Vídeos promocionales (empresa e institucional).
4. Programas de entretenimiento: entrevista, plató y pequeño reportaje.
5. Ficción: teleserie y adaptación literaria.

EVALUACIÓN:

Se prevé una evaluación continua de la materia basada en la redacción de diferentes guiones a lo largo del curso de acuerdo con el formato y género que se trabaje en cada momento.

Los trabajos se realizarán en grupo y servirán para evaluar la progresión del alumnado en todas las actividades del curso.

No se harán recuperaciones finales sino reescrituras y correcciones de los ejercicios a lo largo del curso.

La calificación final de la materia es la nota media obtenida de las prácticas evaluables.

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

BIBLIOGRAFÍA:

- Avui (1997). *Llibre d'estil*. Barcelona: Empúries.
- Cassany, Daniel (2007). *Esmolar l'eina. Guia de redacció per a professionals*. Barcelona: Empúries.
- Catalunya Ràdio (2008). *Conceptes i materials bàsics de redacció. Les notícies a la ràdio. Pensem, redactem, revisem*. Barcelona: Catalunya Radio. [No editado.]
- Comparato, Doc (2005). *De la creació al guió. Arte y técnica de escribir para cine y televisión*. Buenos Aires: La Crujía.
- Coromina, Eusebi (1994). «El llenguatge eficaç». Dentro de: Camps, A. (coord.). *Context i aprenentatge de la llengua escrita*. Barcelona: Barcanova. p. 153-174.
- Coromina, Eusebi (2008). *El 9 Nou/El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Premsa d'Osona.
- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. [<http://www.ccma.cat/llibredestil>]
- Cros, Anna; Segarra, Mila, Torrent, Anna M. (2000). *Llengua oral i llengua escrita a la televisió*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- Cuní, Josep (1999). *La ràdio que triomfa. L'abecedari d'això que en diem magazín*. Barcelona: Pòrtic.
- Escudero, Nel (2007). *Las claves del documental*. Madrid: RTVE Instituto.
- Grijelmo, Álex (2003). *El estilo del periodista*. 11.ª edición, revisada y ampliada. Madrid: Taurus. [1.ª edición: 1997]
- Tharrats, Joan (2009). *El guió, segons com. Escriure per a cine i televisió amb les seves circumstàncies*. Barcelona: Trípodus.
- Oliva, Llúcia; Sitjà, Xavier (2007). *Las noticias en radio y televisión*. Barcelona: Omega.
- Termcat, Centro de Terminología Catalana: www.termcat.cat
- Tirado Ruíz, J.A.; Ruiz del Árbol, M.; Albar, M.I. (2003). *Técnicas para leer y escribir en radio y televisión*. Barcelona: Bosch.
- Vallverdú, Francesc (2000). *El català estàndard i els mitjans audiovisuals*. Barcelona: Televisió de Catalunya y Edicions 62.
- Vilaweb, libro de estilo. [<http://10anys.vilaweb.com/llibreestil/>]

Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Cristina Perales García
- Sergi Lluís Solà Saña

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos y tecnológicos del medio radiofónico y su lenguaje.
- Saber redactar, producir y locutar un espacio radiofónico.
- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje audiovisual en sus diferentes géneros (tanto para discursos de ficción como de no ficción) y niveles de complejidad.
- Saber crear, producir y locutar textos para guiones televisivos en varios géneros informativos, de entretenimiento o de ficción.

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.

BIBLIOGRAFÍA:

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

Teorías de la Comunicación

Formación Básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordi de San Eugenio Vela
- M. del Mar Francina Binimelis Adell

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer las principales corrientes epistemológicas y teorías de los procesos comunicativos de masas.
- Conocer desde el punto de vista teórico y práctico los elementos, las formas y los procesos de los lenguajes de la comunicación.

CONTENIDOS:

1. ¿Por qué hay que estudiar la comunicación?
 - Intereses en el estudio de la comunicación como hecho social.
 - Información y comunicación.
 - El proceso de la comunicación. Elementos principales.
 - La mutación de los modelos clásicos a los modelos actuales en comunicación.
 - Comunicación e interdisciplinariedad.
2. Medios de comunicación y poder
 - La agenda setting.
 - La espiral del silencio de Neuman.
 - Teoría de usos y gratificaciones
 - Emisión y recepción en la comunicación de masas: el Gatekeeper.
 - El marco de noticias.

- La investigación de los medios de comunicación de masas: contenido, discurso, audiencias, etc.
3. La perspectiva interpretativa de la teoría de la comunicación
 - La escuela de Palo Alto.
 - El interaccionismo simbólico.
 - Erving Goffman.
 - El construccionismo.
 - La etnometodología.
 4. La perspectiva funcionalista de la teoría de la comunicación
 - Orígenes, funciones y principales críticas al funcionalismo.
 5. La perspectiva crítica de la teoría de la comunicación
 - La Escuela de Frankfurt.
 - La economía política.
 - Los estudios culturales.
 6. Teorías de la comunicación digital interactiva
 - Revolución Industrial, imprenta y revolución tecnológica.
 - El nuevo paradigma digital.
 - La cibercultura: digitalización, reticularidad, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

EVALUACIÓN:

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

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- De Fleur, M.; Ball-Rokeach, S. J. (1993). *Teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- García Jiménez, L. (2007). *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos.
- Martín Algarra, M. (2003). *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos.
- Mattelart, A.; Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidó.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Moragas, M.D. (1981). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Rodrigo, M. (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Bellaterra: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Rodrigo, M.; Estrada, A. (2008). *Las teorías de la comunicación*. Barcelona: UOC.
- Saperas, E. (1998). *Manual básico de teoría de la comunicación*. Barcelona: CIMS.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Soriano, J. (2007). *L'ofici de comunicòleg*. Vic: Eumo Editorial.
- Valbuena de la Fuente, F. (1997). *Teoría general de la información*. Madrid: Noesis.
- Wolf, M. (1996). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

Complementaria

- A lo largo del cuatrimestre académico se sugerirán diferentes propuestas ampliadas de bibliografía pertinentes para la asignatura.
- Los documentos electrónicos de interés para la asignatura se publicarán en el Campus Virtual.

Inglés Oral para la Comunicación Audiovisual

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: inglés

PROFESORADO

- Daniel Nicholls
- Gonzalo Calle Rosingana

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.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en una lengua extranjera.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Respetar los derechos humanos.
- Tener sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber expresar opiniones y argumentaciones complejas sobre temas de comunicación audiovisual en inglés.
- Dominar el vocabulario específico de la comunicación audiovisual.
- Saber comunicarse por escrito en situaciones profesionales habituales en el área de la comunicación audiovisual.

CONTENIDOS:

Topics and areas of communication:

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. 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 an unabridged book.
4. Writing: students will be asked to practise academic writing.
5. Grammar: relative clauses and participles, unreal past, inversions and possessives.
6. Vocabulary: entertainment, fashion and design, work and business.
7. Functions at upper intermediate level: agreeing & disagreeing, giving opinions, interrupting & dealing with interruptions.

EVALUACIÓN:

Assessment is continued throughout the course. The final mark breakdown is as follows:

- Reading book: 15%.
- Grammar & vocabulary tests: 30%.
- Oral practice: 55%
 - oral presentation on film techniques: 15%
 - class speaking practice: 15%
 - reading aloud: 10%
 - pitch: 15%

Grammar and vocabulary tests: to pass the course a 5 out of 10 is required. If you fail, there will be a resit of the grammar and vocabulary part in June. No other resit will be done.

Undelivered or late assignments count as 0.

BIBLIOGRAFÍA:

- Course dossier.
- Grammar Book: Malcolm Mann; Steve Taylore-Knowles (2008). *Destination B2: Grammar and Vocabulary*. Oxford: Macmillan.
- Short Stories Dossier.

Lenguajes de la Comunicación

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Eulàlia Massana Molera
- Gerard Coll-Planas

OBJETIVOS:

Lenguajes de la Comunicación introduce los principales modelos teóricos de la semiótica interpretativa, discursiva y narrativa y los aplica a conjuntos textuales audiovisuales y mediáticos. La asignatura 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.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer desde el punto de vista teórico y práctico los elementos, las formas y los procesos de los lenguajes de la comunicación.

CONTENIDOS:

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

EVALUACIÓN:

La evaluación constará de diferentes partes (trabajos en grupo sobre guías de lecturas, evaluación escrita individual sobre el contenido más teórico de la asignatura, trabajo de investigación en grupo y otras actividades). Cada una de las partes deberá aprobarse por separado. La calificación final de la asignatura será la suma de todas las partes, siempre que estén aprobadas.

BIBLIOGRAFÍA:

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

Taller de Radio

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Raúl Martínez Corcuera

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Dominar el vocabulario específico de la comunicación audiovisual.

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.
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:

Asignatura práctica que implica asistencia y participación activa en todas las sesiones. Evaluación continua. Las sesiones prácticas contabilizan el 70% de la nota final: 30% las prácticas semanales, y 40% la práctica final.

El 30% restante corresponderá a la prueba teórica (25%) y un trabajo de análisis (5%).

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

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

BIBLIOGRAFÍA:

- Balsebre, A. (2000). *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra.
- Cebrián, M. (1992). *Géneros Informativos Audiovisuales*. Madrid: Ciencia 3.
- - (1994). *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Síntesis.
- Gutiérrez, M.; Perona, J.J. (2002). *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Barcelona: Bosch.
- Huertas, Amparo; Perona, Juan J. (1999). *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Barcelona: Bosch.
- Martí, J.M. (2000). *De la idea a l'antena. Tècniques de programació radiofònica*. Barcelona: Pòrtic.

Taller de Televisión

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Cristina Perales García
- Rosa Maria Pons Cerdà

OBJETIVOS:

La asignatura está pensada para adquirir los conocimientos básicos sobre narrativa y lenguaje audiovisual e introducir al estudiante en el proceso videográfico, cinematográfico y televisivo. A partir de la síntesis necesaria entre teoría y práctica, se desarrolla la idea, la producción y la realización de diferentes piezas audiovisuales, poniendo en juego los métodos, los procesos y las competencias de los diferentes perfiles profesionales.

Objetivos

- Dar una base teórica y metodológica para la comprensión del lenguaje audiovisual, la ideación y la realización de formatos audiovisuales diversos.
- Conocer las similitudes entre el lenguaje cinematográfico y el televisivo.
- Identificar las habilidades y dificultades personales en el trabajo en equipo, tomando conciencia de la importancia de la cultura organizativa.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener conocimientos de preproducción, producción y postproducción audiovisual.
- Tener capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales o multimedia.
- Saber realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia.

CONTENIDOS:

- Aspectos fundamentales del lenguaje y la narrativa audiovisual. Fundamentos de la tradición cinematográfica. El tiempo y el espacio, elipsis y transiciones: del plano a la escena, de la escena a la secuencia; el campo y el fuera campo; tipología y valor de los planos y los movimientos; el eje de acción; la continuidad y el raccord. La realización continua y discontinua.
- Operativa de cámara. Funciones básicas de una cámara profesional. Técnicas. La composición y la puesta en escena.
- Cualidades, aportaciones y características del sonido. Tratamiento del sonido directo y de la postproducción de sonido.
- Fundamentos de la dirección de arte, la dirección de fotografía y la dirección musical.
- Cualidades, aportaciones y características de la luz. La iluminación básica de la figura humana. Tratamiento de la luz en plató. Control de la luz natural.
- Pautas para la adaptación de la literatura al cine. Aspectos fundamentales del guión de ficción cinematográfico.
- Bases históricas y conceptos del montaje. Narratividad y expresividad. Edición básica con el programa Final Cut.
- Métodos para la realización televisiva y la dirección cinematográfica. La realización continua con multicámara.
- Bases para la dirección de actores. Realización de una escena de ficción con multicámara.
- Métodos de la producción televisiva y la producción cinematográfica. Organización y gestión de un equipo. Trabajo con equipos de video, televisivos y cinematográficos.

EVALUACIÓN:

La evaluación es continua y acumulativa.

- Durante el curso se deben adquirir tanto conocimientos teóricos como técnicas y métodos de trabajo. Se llevarán a cabo 9 ejercicios evaluables, 4 individuales y 6 en grupo. Los ejercicios en grupo son en equipos de 3, 5 y 15 personas. Se evaluarán los conocimientos y las competencias del alumno, ligadas a los objetivos de la asignatura.
- Para aprobar la asignatura es necesario haber realizado todos los ejercicios y la prueba de conocimientos en las fechas que especificadas en el calendario de la asignatura. La no asistencia a los ejercicios prácticos implica que ese porcentaje de la nota no puede recuperarse.
- Solo se reevaluará el 20% de la nota correspondiente a la prueba de conocimientos.
- Todos los enunciados de los ejercicios podrán consultarse en el campus.

BIBLIOGRAFÍA:

- Fernández Díez, F.; Martínez Abadía, J. (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Paidós. Papeles de Comunicación. Barcelona.
- Fernández Díez, F.; Martínez Abadía, J. *La dirección de producción para cine y televisión*. Paidós Comunicación. Barcelona.

De referencia

- Barroso García, Jaime (1996). *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.
- Caine, Michael (2003). *Actuando para el cine*. Madrid: Plot Ediciones.
- Cooper, Pat; Dancyger, Ken (2002). *El guión de cortometraje*. Madrid: IORTV, 2002.
- Ettedgui, Peter (2001). *Diseño de producción & dirección artística*. Barcelona: Océano.
- Jullier, Laurent (2007). *El sonido en el cine*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma".
- Loiseleux, Jacques (2005). *La luz en el cine*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma".
- Manzano Espinosa, Cristina (2008). *La Adaptación como metamorfosis. Transferencias entre el cine y la literatura*. Madrid: Fragua.

- McKee, Robert (2002). *El Guión*. Barcelona: Alba.
- Millerson, Gerard (1990). *Técnicas de realización y producción el televisión*. Madrid: IORTV.
- Miralles, Alberto (2000). *La dirección de actores en cine*. Madrid: Cátedra.
- Montiel, Alejandro (1992). *Teorías del cine*. Madrid: Montesinos.
- Pinel, Vincent (2004). *El montaje. El espacio y el tiempo del film*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma".
- Truffaut, François (1974). *El cine según Hitchcock*. Madrid: Alianza Editorial.
- Sartori, Giovanni (1998). *Homovidens. La sociedad teledirigida*. Madrid: Santillana.
- Siety, Emmanuel (2004). *El plano*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma".
- Vilches, Lorenzo (1993). *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós.

Teoría y Estructura de la Comunicación en la Empresa

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Irene Colom Valls

OBJETIVOS:

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

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

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

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Capacidad de resolver problemas.
- Tener capacidad de tomar decisiones.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el funcionamiento del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones.

CONTENIDOS:

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

EVALUACIÓN:

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

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

BIBLIOGRAFÍA:

- Bigné, Enrique (2003). *Promoción comercial*. Madrid: ESIC.
- Bassat, Lluís (2002). *El libro rojo de la publicidad. Ideas que mueven montañas*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Capriotti, Paul (ed.) (2005). *La marca corporativa. Estrategias de gestión y comunicación*. Vic: Eumo.
- Castellblanque, Mariano (2001). *Estructura de la actividad publicitaria. La industria de la publicidad de la A a la Z. España: un caso extrapolable*. Barcelona: Paidós.
- Cutlip, Scott; Center, Allen; Broom, Glen (2000). *Relaciones Públicas eficaces*. Barcelona: Gestión 2000.
- Díez de Castro, Enrique Carlos y Martín Armario, Enrique (1999). *Planificación publicitaria*. Pirámide.
- Díez de Castro, Enrique [et al.] (2001). *Comunicaciones de marketing*. Madrid: Pirámide.
- García Uceda, Mariola (2001). *Las claves de la publicidad*. Madrid: ESIC.
- Garrido, Francisco Javier (2001). *Comunicación estratégica*. Barcelona: Gestión 2000.

- Gobé, Marcos (2005). *Branding emocional. El nuevo paradigma para conectar las marcas emocionalmente con las personas*. Barcelona: Divine Egg Publicaciones.
- González Lobo, Ángeles (2003). *Manual de planificación de medios. Todo lo que hay que saber para planificar correctamente los medios [...]*. Madrid: ESIC.
- Grunig, James; Hunt, Todd (2000). *Dirección de relaciones públicas*. Barcelona: Gestión 2000.
- Herreros Arconada, Mario (2000). *La publicidad. Fonaments de la comunicació publicitària*. Barcelona: Pòrtic.
- León, José Luis (1996). *Los efectos de la publicidad*. Barcelona: Ariel.
- Matilla, Kathy (2009). *Conceptos fundamentales en la planificación estratégica de las relaciones públicas*. Barcelona: UOC.
- Munuera, José; Rodríguez, Ana Isabel (2006). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: ESIC.
- Rodríguez, Ignacio; Suárez, Ana; García de los Salmones, María del Mar (2008). *Dirección publicitaria*. Barcelona, ??UOC.
- Seitel, Fraser (2002). *Teoría y práctica de las relaciones públicas*. Madrid: PrenticeHall.
- Cifra, Jordi (2005). *Planificación estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Paidós Ibérica.

ASIGNATURAS DE TERCER CURSO

Comunicación Digital Interactiva

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Ruth Sofía Contreras Espinosa

OBJETIVOS:

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

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Saber diseñar y dirigir proyectos.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

CONTENIDOS:

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

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

EVALUACIÓN:

Evaluación de la asignatura:

- 50% trabajos prácticos: durante el curso se realizarán trabajos prácticos y exposiciones.
- 20% examen teórico sobre el contenido teórico de la asignatura.
- 30% proyecto final: design document.

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

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

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

Derecho de la Comunicación

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- M. Dolores Palomo Chinarro

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es iniciar al alumno del Grado en CAV en el estudio del ordenamiento jurídico en general y, en particular, del derecho que afecta a la comunicación audiovisual, para que llegue a conocer de forma crítica su régimen jurídico, la terminología propia, la regulación de los contenidos audiovisuales (en especial las limitaciones legales del derecho a comunicar libremente y las que afectan al ámbito publicitario en los medios de comunicación), sin dejar de lado el estudio de las diferentes instancias normativas (incluidas las supranacionales) y el de los organismos con competencia en materia audiovisual.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad de resolver problemas.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Respetar los derechos humanos.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los aspectos básicos del sistema político y constitucional español, especialmente los que afectan al derecho de la comunicación, información y las nuevas tecnologías.
- Conocer las instituciones de la Unión Europea y el derecho que generan.

CONTENIDOS:

1. Introducción al mundo del derecho:
 1. Concepto, características, finalidad y aplicación del derecho por parte de los tribunales de justicia.
 2. La importancia de la constitución española de 1978 y el principio de jerarquía normativa.
 3. La pluralidad de instancias normativas en materia de comunicación audiovisual: las normas estatales, autonómicas y la incidencia del derecho comunitario.
2. Marco normativo de la comunicación audiovisual:
 1. El anacrónico marco legislativo anterior a la normativa vigente sobre la comunicación audiovisual en Cataluña y en España.
 2. Su traducción en la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña (LCAC) y en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la comunicación audiovisual (LGCA).

4. Las normas supranacionales: directivas del Parlamento Europeo y del Consejo en materia audiovisual.
3. Principios generales de la comunicación en la LCAV:
 1. La veracidad informativa desde el punto de vista legal y jurisprudencial.
 2. La protección de los derechos fundamentales por parte de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual:
 - Protección de los derechos al honor, intimidad y propia imagen (ley orgánica de 1982).
 - Protección de los derechos de los niños y los jóvenes: los menores.
 - Protección de la propiedad intelectual.
 3. El derecho de rectificación según la ley orgánica de 1984.
4. Regulación de los contenidos audiovisuales:
 1. Los principios básicos de la programación audiovisual al amparo de la LCAC.
 2. Las obligaciones de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual.
 3. Los derechos de los usuarios de servicios de comunicación audiovisual.
 4. Los derechos de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual:
 - El derecho al secreto profesional.
 - El derecho a la cláusula de conciencia (ley orgánica de 1997).
5. La publicidad, la televenta y el patrocinio en los medios audiovisuales:
 1. La incidencia de los contenidos de publicidad, televenta y patrocinio en la financiación y en los productos de la comunicación audiovisual en la base de la LCAC y la LGCA.
 2. La publicidad y televenta ilícitas, prohibidas o encubiertas. Formas de presentación.
 3. El patrocinio televisivo.
 4. La normativa sobre publicidad institucional.
6. El Consejo del Audiovisual de Cataluña y la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales:
 1. El Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC): naturaleza, composición, funciones y potestades.
 2. La potestad reglamentaria del Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC).
 3. El régimen sancionador: infracciones y sanciones.
 4. Organización y funcionamiento de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales.
 5. El contrato programa.

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura consta de tres partes:

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

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

BIBLIOGRAFÍA:

- Aguilera Fernández, A. *La libertad de expresión del ciudadano y la libertad de prensa o información*. Granada: Comares, 1990.
- Balaguer Callejón, M.L. *El derecho fundamental al honor*. Madrid: Tecnos, 1992.
- Bel Mallén, I.; Corredoira, Y.; Alfonso, L. (coords.). *Derecho de la información*. Barcelona: Ariel, 2003.
- Carmona Salgado, Concepción. *Libertad de expresión e información y sus límites*. Madrid: EDERSA, 1991.
- Carrillo, Marc. *Los límites a la libertad de prensa en la Constitución española de 1978*. Barcelona: PPU,

1987.

- — *La clàusula de consciència i el secret professional dels periodistes*. Barcelona: Centro de Investigación de la Comunicación / Generalitat de Catalunya, 1992.
- — *La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas*. Madrid: Cívitas, 1993.
- Carreras Serra, Francisco de et al. *Libertad de expresión*. Bellaterra: Departamento de Ciencia Política y Derecho público. PPU, S.A. [Anuario 1990].
- Carreras Serra, Lluís de. *Derecho español de la información*. UOC, 2003.
- — *Règim jurídic de la informació: periodistes i mitjans de comunicació*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació/Generalitat de Catalunya, 1996.
- — *Régimen jurídico de la información: periodistas y medios de comunicación*. Barcelona: Ariel, 1996. [Ariel Derecho].
- — *La ràdio i la televisió a Catalunya, avui*. Barcelona: Edicions 62, 1987. [Llibres a l'abast].
- Chinchilla Marín, Carmen. *La Radiotelevisión como servicio público esencial*. Madrid: Tecnos, 1988.
- — *Sobre el derecho de rectificación*. Poder Judicial, 6. Junio ??de 1987.
- — *Les competències de les Comunitats autònomes en matèria de televisió*. Revista Autonomies, 8. Diciembre de 1987.
- Cruz Villalón, P. *Estados excepcionales y suspensión de garantías*. Madrid: Tecnos, 1984.
- Fernández de Casadevante Romani, Carlos. *La aplicació del Convenio Europeo de Derechos Humanos en España*. Madrid: Tecnos, 1988.
- Fernández-Miranda Campoamor, Alfonso. *El secreto profesional de los informadores*. Madrid: Tecnos, 1990. [Temas Clave de la Constitución Española].
- García de Enterría, E. et al. *El sistema europeo de protección de los derechos humanos*. Madrid: Cívitas, 1983. [Monografías].
- García Llovet, Enrique. *El régimen jurídico de la radiodifusión*. Madrid: Marcial Pons / Ediciones Jurídicas, 1991.
- Gay Fuentes, Celeste. *La televisión ante el derecho internacional y comunitario*. Madrid: Marcial Pons / Ediciones Jurídicas, 1994.
- Gómez Reyno Carnota, E. *Aproximación histórica al derecho de la imprenta y de la prensa en España (1840-1966)*. Madrid: IEA, 1977.
- González Encinar, J.J et. al. *Derecho de la comunicación*. Barcelona: Ariel, 2002.
- Herrero-Tejedor, Fernando. *Honor, intimidad y propia imagen*. Madrid: Colex, 1994.
- Mieres Mieres, Luis Javier. *Intimidación personal y familiar prontuario de jurisprudencia constitucional*. Elcano Aranzadi cop., 2002.

Métodos de Investigación en Comunicación

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Gerard Coll-Planas

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad de búsqueda.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

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

CONTENIDOS:

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

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

EVALUACIÓN:

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

La parte teórica (40%) se evalúa de forma individual y se basa en dos ejercicios que se harán en clase. Cada uno contará el 20% de la nota global de la asignatura. En estos ejercicios se evaluará el conocimiento de los contenidos trabajados en clase así como de las lecturas obligatorias de la asignatura.

La parte práctica (60%) se basa en un trabajo en grupos de 4 personas y se divide en dos entregas:

- Entrega I (30%): Tema, pregunta, objetivos y diseño del marco teórico.
- Entrega II (30%): Marco conceptual, diseño de la investigación, preparación técnicas, pruebas piloto y exploración.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

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

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

Narrativa Audiovisual y Multimedia

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Joan Frigola Reig

OBJETIVOS:

Esta asignatura consta de dos partes totalmente diferenciadas: narrativa audiovisual (NAV) y narrativa multimedial (NMM).

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer las relaciones entre imágenes y sonidos desde el punto de vista estético y narrativo en los diferentes soportes y tecnologías audiovisuales y multimedia.
- Tener conocimiento de la historia y evolución del cine, la televisión, comunicación multimedia y su influencia en el arte.
- Saber analizar los signos o códigos de la imagen.

CONTENIDOS:

Narrativa audiovisual

1. Introducción a la narrativa audiovisual:
 - La narrativa audiovisual como disciplina.
 - ¿Qué entendemos por una narración audiovisual?
 - Estrategias de la narración.
2. Teorías de la estructura narrativa:
 - Los modelos narrativos.
 - El peso literario dentro del mundo cinematográfico.
 - La dificultad de definir la narrativa.
3. Los géneros:
 - Teoría de los géneros.
 - Género cinematográfico.
 - Historia de los géneros: musical, western, biopic.
4. Elementos cinematográficos:

- Elementos de la ficción y su interrelación.
5. Los códigos sonoros:
 - Códigos sonoros diegéticos y no diegéticos:
 - Sonido.
 - Ruido.
 - Música.
 - Voz.
 - Monólogos y diálogos.
 6. Los elementos de la representación:
 - Puesta en escena.
 - Puesta en cuadro.
 - Puesta en serie.
 - Tiempo y espacio.
 7. La temporalidad en el relato audiovisual:
 - Duración. Orden. Frecuencia.
 - Del plano al plano-secuencia.
 - Suspense, sorpresa y desorden.
 8. El discurso o las técnicas de la narración:
 - Autor, narrador y narratario.
 - Punto de vista y voz narrativa.
 9. Personaje:
 - El *personaje* como concepto.
 - Funciones del personaje.
 - Tipologías.
 - La marca del actor. El Star System.
 10. El espacio audiovisual:
 - Características del espacio audiovisual.
 - Tipologías de espacios.
 - Espacio narrativo como discurso.

Narración multimedia

1. Introducción:
 - La cultura de la simulación.
 - Orígenes del GUI.
 - Hipertexto e interactividad.
 - La digitalización.
2. Interactivos digitales:
 - Formatos informativos (infografía, reportajes, slideshows...).
 - e-documentales.
 - Formatos educativos (enciclopedias, e-learning...).
 - Formatos de entretenimiento (videojuegos, ficción interactiva).
 - Artmultimedia
 - Formatos publicitarios (comunidades de fidelización, microsites...).
 - Podcasting.
3. Narración no lineal:
 - Texto y cibertexto.
 - Narratividad vs interactividad.
 - Hiperficción.
 - Precursores literarios.
 - Experiencias cinematográficas y narrativas transmediáticas.
4. El multimedia en la web:
 - La Web audiovisual.
 - Plataformas de vídeo.

- La TV en la red.

EVALUACIÓN:

La evaluación es teórico-práctica, a concretar por el profesor al inicio de curso.

BIBLIOGRAFÍA:

Narrativa audiovisual

- Altman, Rick (2000). *Los generos cinematográficos*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Casetti, F. y Di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Diez Puertas, Emeterio (2003). *Narrativa audiovisual. La escritura radiofónica y televisiva*. Ed. Universidad Camilo José Cela.
- Fernández Díez, Federico; Martínez Abadía, José (1999). *Manual básico del lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós.
- García Jiménez, J. (1993). *Narrativa audiovisual*. Cátedra. Signo e imagen.
- Seger, Linda (1990). *Cómo crear personajes inolvidables*. Barcelona: Paidós.
- Truffaut, François (1974). *El cine según Hitchcock*. Madrid: Alianza.

Narrativa multimedia

- Landow, G. (1995). *Hipertexto*. Barcelona: Paidós.
- Marcos, M.C. (2004). *Interacción en interfaces de recuperación de información: conceptos, metáforas y visualización*. Gijón: Ediciones Trea.
- Vouillamoz, N. (2000). *Literatura e hipermedia*. Barcelona: Paidós.
- Bou, G. (2003). *El guión multimedia*. Madrid: Anaya Multimedia.

Taller de Comunicación Gráfica II

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Efraín Foglia Romero
- Guillem Marca Frances
- Henry Naranjo Perez
- Ruth Sofia Contreras Espinosa

OBJETIVOS:

Conocer los elementos fundamentales del proyecto gráfico para la comunicación y aplicarlos correctamente mediante el uso de las herramientas de diseño vectorial (Illustrator) y de mapa de bits (Photoshop).

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Tener capacidad de resolver problemas.
- Tener capacidad de tomar decisiones.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

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

CONTENIDOS:

1. Comunicación visual y significado:
 - Lógicas del diseño.
 - Estilo y contenido, orden y significado.
 - Contexto.
 - Grados de iconicidad de la imagen.
 - Aproximaciones a la semiótica visual.
2. El proyecto gráfico:
 - Planificación y metodología de un proyecto gráfico.
 - El briefing.
 - El concepto como eje vertebrador.
 - Criterios para la selección tipográfica.
 - Bases para el planteamiento cromático.
 - La propuesta de imagen.

3. Claves formales del mensaje visual:
 - Abstracción - Síntesis - Simplicidad.
 - Estructura - Modularidad - Sistematización.
 - Ritmo - Movimiento - Tiempo.
 - Superficie - Textura - Capa.
 - Contraste - Jerarquía - Transparencia.
 - Escala - Proporción - Medida.
 - Edición - Encuadre - Alineación.
 - Unidad - Coherencia - Estilo.
4. Comunicación gráfica, piezas, medios:
 - Estudio y aplicaciones en diferentes piezas: cartel.
 - Flyer, folleto, catálogo.
 - Packaging, display.
 - valla, OPI, banderolas.
5. Aspectos de producción:
 - Preimpresión. Procesos.
 - Tratamiento de la imagen digital; mapas de bits y vectorial.
 - Técnicas, procesos, herramientas, recursos.
 - Prácticas con el software de diseño y aplicaciones en el desarrollo de todos los ejercicios y proyectos.

EVALUACIÓN:

1. Proyectos: 50%.
2. Ejercicios: 10%.
3. Examen teórico: 10%.
4. Proyecto final: 30%.

Las partes 1, 2, 3 y 4, deberán aprobarse cada una por separado. La calificación final de la asignatura será la suma porcentual de las cuatro partes.

Los trabajos gráficos se evalúan según los siguientes criterios:

- Comprensión: cumplimiento de objetivos. Relación planteamiento - resultado.
- Expresión: fuerza visual y comunicativa, grado de innovación.
- Presentación: calidad en acabados, desarrollo técnico.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

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

Complementaria

- Chavero; Norberto; Belluci, Raúl. *La marca corporativa*, Barcelona: Paidós.
- Dabner, David. (2005). *Diseño gráfico, fundamentos y práctica*. Barcelona: Blume.
- Frascara, Jorge (1988). *Diseño y comunicación visual*. Buenos Aires: Infinito.
- Frutiger, Adrian (1981). *Signos, símbolos, marcas, señales*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Gardner, Howard (1995). *Mentas creativas*. Barcelona: Paidós.

- Gatto, Mark (2008). *Listo para imprenta*. Barcelona: Index Books.
- Heller, Eva (2004). *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Yute, A. (1996). *Retículas. La estructura del diseño gráfico*. Barcelona: Index Books.
- March, M. (1989). *Tipografía creativa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Mono (2007). *Identidad corporativa. Del brief a la solución final*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Morison, Stanley (1998). *Principios fundamentales de la tipografía*. Barcelona: Ediciones del Bronce.
- Martín, José Luis; Ortuño, Montse (2004). *Manual de tipografía*. Valencia: Campgràfic.
- Rivers, Charlotte (2008). *Best of Disc Art 1. Innovation in CD, DVD & vinyl packaging design*. Rotovision.
- Samara, Timothy (2008). *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Vilafañe, Justo (1998). *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Pirámide.

Taller de Fotografía I

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordi Ribot Puntí

OBJETIVOS:

Esta asignatura pretende que los estudiantes puedan expresar y comunicar ideas, sensaciones y argumentos narrativos a través de una cámara fotográfica convencional. Que tengan una base sólida para adaptarse a las nuevas tecnologías y fotografiar el mundo que los rodea con las nuevas cámaras de fotografía que ofrece el mercado, teléfono móvil, ordenadores, y otros dispositivos informáticos.

Los objetivos principales son:

- Aprender a hacer funcionar la cámara fotográfica desde el punto de vista técnico.
- Aprender composición visual.
- Saber utilizar la cámara fotográfica para contar una historia.
- Saber editar una fotografía con el programa informático genérico.
- Dominar el instrumental de iluminación del plató de fotografía.
- Capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Capacidad para generar nuevas ideas.
- Aprender a elaborar un reportaje fotográfico propio.
- Reflexionar críticamente sobre el proceso de obtención de una fotografía para ser publicada y conocer las consecuencias que puede tener.
- Adquirir una conciencia crítica del papel del fotógrafo en la sociedad.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad de resolver problemas.
- Tener capacidad de tomar decisiones.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje fotográfico y sus géneros.
- Tener conocimientos de preproducción, producción y postproducción fotográfica.
- Conocer la imagen espacial y las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como en movimiento.

CONTENIDOS:

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

3. Tipo de flash: de cámara, de estudio.
4. Utilización del flash para reportaje: direccionable, rebotado, externo a la cámara.
8. La fotografía digital:
 1. El sensor fotosensible: tipos de sensores.
 2. La pantalla o display: fotografiar comprobando el resultado.
 3. Formatos digitales: resolución, calidad y tamaño de la imagen.
 4. Archivos digitales.
 5. Problemas y soluciones del mundo digital: la suciedad en el sensor.
9. Imagen:
 1. Composición visual: principios de composición. (encuadre, escala de planos, armonía, claridad, luz, etc...).
 2. El recorrido visual, centro de interés, punto de vista.
 3. La ley de tercios.
 4. Anatomía del mensaje visual: Representacional, abstracto, simbólico.
10. La fotografía y la ley:
 1. Ley de la propiedad intelectual.
 2. Derechos de autor y copyright.
 3. Derechos de explotación de las imágenes.
 4. La propiedad de las fotografías.
 5. Permisos y autorizaciones.
 6. Derecho a la propia imagen.
 7. La ética del fotógrafo.
11. La fotografía a los multimedia:
 1. La fotografía en Internet. La web.
 2. Proyección de imágenes: conciertos, espectáculos, teatro.
 3. La fotografía impresa: prensa escrita.
 4. CD, trípticos, catálogos, vallas publicitarias, libros.
 5. Las cámaras objetos: teléfono móvil.
 6. Revistas especializada: motor, moda, entretenimientos.
 7. Publicaciones de prestigio.
12. Disciplinas de la fotografía:
 1. El fotoperiodismo.
 2. La fotografía social.
 3. La fotografía de moda.
 4. La fotografía publicitaria.
 5. La fotografía de arquitectura.
 6. La fotografía de viaje.
 7. La fotografía de autor.
 8. La fotografía submarina.
 9. La fotografía del espacio.
 10. El paparazzi, la fotografía del corazón.
 11. La fotografía de guerra.
 12. La fotografía erótica.
 13. La fotografía médica.
 14. La fotografía científica.
 15. La macrofotografía.
13. El fotógrafo profesional:
 1. Trabajar de autónomo: ventajas e inconvenientes.
 2. Trabajar asalariado: ventajas e inconvenientes.
 3. Formación: académica y autodidacta.
 4. Acreditación: carné de prensa, autorizaciones.
 5. Herramientas de trabajo: equipo fotográfico, vehículos, teléfono móvil, ordenador, etc.
 6. Disponibilidad: horario, festivos y vacaciones.
14. El retrato:

1. Origen e historia.
2. El personaje y el fotógrafo.
3. Tipologías de retratos.
4. El retrato preparado.
5. Los grandes retratos de la historia.

EVALUACIÓN:

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

BIBLIOGRAFÍA:

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

Bandas Sonoras

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: español

PROFESORADO

- Conrado Xalabarder Aulet

OBJETIVOS:

El objetivo de esta asignatura es el de comprender el uso de la música en los medios audiovisuales, pero no sólo como un elemento estético y emocional sino singularmente narrativo. Así, el propósito es que los alumnos comprendan sus funciones principales, entiendan sus recursos y sepan, así, elaborar un guión musical que complementa el guión literario, y que en definitiva sean capaces de trasladar sus intenciones y decisiones al compositor para que las plasme en forma de música.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Tener capacidad de tomar decisiones.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).

CONTENIDOS:

La asignatura tiene una vertiente teórica y otra práctica. En la teórica, se expondrán las singularidades de la música aplicada en el medio audiovisual (que son diferentes a los de la música no aplicada), en la práctica se estudiarán numerosos ejemplos de guiones musicales.

En la parte teórica se desarrollarán estas materias:

- I. Introducción:
 1. La música en el medio audiovisual. Elementos identificativos.
- II. La música en el contexto audiovisual:
 1. Música necesaria y música creativa.
 2. Música original, preexistente y adaptada.
 3. Música diegética y música incidental.
 4. Música empática y música anempática.
 5. Música integrada.
- III. Distribución musical:
 1. Estructura musical.
 2. Tema inicial y tema final.
 3. Tema principal, tema central y tema secundario.

4. Subtema.
 5. Contratema.
 6. Motivos y fragmentos: el leit-motif.
 7. La música repetida, variada y repercutida.
 8. El silencio musical.
- IV. Niveles de música:
1. Nivel sonoro.
 2. Nivel argumental.
 3. Nivel espacial.
 4. Nivel dramático.
- V. Procesos de dinamización:
1. La música y los diálogos.
 2. La conexión secuencial.
 3. Alargamiento e intensificación de la secuencia.
- VI. Creación del guión musical.

EVALUACIÓN:

El estudiante deberá alcanzar hasta un máximo de 100 puntos. Los puntos finales, divididos por 10, darán como resultado la nota final.

- a) El estudiante asumirá como línea de trabajo dos películas a analizar durante la asignatura. Se podrá elegir entre tres propuestas del profesor o las propuestas de los propios estudiantes con la aprobación del profesor. Una será por escrito y la otra podrá hacerse oralmente. Servirán para la evaluación continua (50 puntos).
- b) Una práctica de análisis básico a elegir entre:
 1. la incorporación, a elección del alumno, de su proyecto de TFC;
 2. de un bloque de anuncios publicitarios;
 3. de un capítulo de serie televisiva (de elección propia del alumno siempre que el profesor lo apruebe); o,
 4. de cualquier otro medio audiovisual que resulte de interés y esté vinculado a la asignatura. (20 puntos).
- c) Asistencia a las clases, charlas, participación en debates (30 puntos).

El profesor evaluará la puntuación del alumno y determinará la nota final en base a esta.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Xalabarder, C. *Música de cine. Una ilusión óptica*. Libros en Red, 2006.

Complementaria

- Bazelon, I. *Knowing the Score: Notes on Film Music*. New York: Arco Publishing, 1975.
- Chion, M. *La música en el cine*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Davis, R. *Complete Guide to Film Scoring: The Art and Business of Writing Music for Movies and TV*. Berklee Press, 1999.
- Eisler, H. *El cine y la música*. Madrid: Fundamentos, 2000.
- Karlin, F. *Listening to Movies*. New York: Schirmer Books, 1994.
- Palmer, C. *The Composer in Hollywood*. London: Marion Boyars, 1990.
- Thomas, T. *Music for the Movies*. New York: Barnes and Company, 1973.

Investigación de Audiencias

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Ignasi Coll Parra

OBJETIVOS:

El principal objetivo de la asignatura es presentar al estudiante una visión de la investigación de audiencias, viendo las diferentes bases de datos. Se muestra cómo las audiencias afectan el negocio audiovisual y publicitario.

Se hará un repaso sobre la audiencia en los diferentes medios y, incidiendo más en la televisión, se verán las tendencias por géneros y contenidos.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad de resolver problemas.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.
- Saber diseñar y dirigir proyectos.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el impacto social de las tecnologías informativas y la comunicación.
- Conocer los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación de la comunicación en general y la comunicación audiovisual en particular.
- Saber analizar y representar los datos.
- Saber exponer los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, de forma adecuada de acuerdo con los cánones académicos.
- Saber analizar la selección de soportes y medios audiovisuales en función de la audiencia.

CONTENIDOS:

1. Marketing e investigación de audiencias:
 1. Conceptos generales: marketing, mercado, target, producto, segmentación, etc.
2. Metodologías y técnicas de investigación:

1. Metodologías aplicadas a la investigación.
 1. Investigación cuantitativa.
 2. Investigación cualitativa.
2. El proceso de investigación.
3. Áreas de aplicación de la investigación (producto, precio, comunicación, distribución).
4. Investigación de audiencias de medios.
3. Sistemas, soportes técnicos e instrumentos de medida de la investigación de audiencias:
 1. La encuesta/entrevista.
 2. El panel.
 3. El audímetro.
4. Conceptos relacionados con la investigación de audiencias:
 - Población, universo y muestra.
 - Audiencia, audiencia limpia, audiencia media, audiencia acumulada.
 - Cobertura.
 - Rating.
 - GRP.
 - Impactos OTS.
 - Frecuencia.
 - Número de impactos.
 - Coste por mil.
 - C/GRP.
 - Share.
 - Índice de afinidad.
 - Índice de fidelidad.
 - Share of Spending.
 - Share of Voice.
 - Share of Noise.
5. Investigación de audiencias en España:
 1. Principales proveedores de información en el mercado español: AIMC / EGM, Infoadex, TNS, IOPE, etc.
 2. Principales estudios de audiencia en España.
6. Los medios españoles:
 1. Panorámica general de los medios españoles: estructura y características del medio, evolución de la audiencia, perfil de la audiencia, inversión publicitaria, metodologías y estudios de investigación, tendencias.
 1. TV convencional / digital / cable.
 2. Prensa convencional / gratuita.
 3. Suplementos dominicales.
 4. Revistas.
 5. Radio.
 6. Medio exterior.
 7. Cine.
 8. Internet.

EVALUACIÓN:

- A lo largo del curso habrá diferentes trabajos y ejercicios prácticos que contarán un 60% de la nota final (40% trabajo y el 20% en los ejercicios). El examen contará un 40%, distribuido proporcionalmente en los dos parciales (20% cada uno).
- Hay que tener aprobadas ambas partes para poder aprobar la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA:

- Bigné, E. *Temas de investigación de medios publicitarios*. Barcelona: ESIC.
- Blanch Nieto, Margarita. *Cómo se miden las audiencias en radio*. Barcelona: Cumbres 97, 2000.
- Callejo Gallego, Javier. *Investigar las audiencias: un análisis cualitativo*. Barcelona: Paidós, 2001.
- Huertas, Amparo. *Cómo se miden las audiencias en televisión*. Barcelona: Cumbres 97, 1998.
- Jauset Berrocal, Jordi A. *La investigación de audiencias en televisión, fundamentos estadísticos*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Nugthingale, Virginia. *El estudio de las audiencias: el impacto de lo real*. Barcelona: Paidós Ibérica, 1999.
- Rodríguez Osuna, Jacinto. *Métodos de muestreo*. Centro de Investigaciones Sociológicas, 1998.
- Sánchez Sevilla, Miguel Ángel. *Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2002*. Infoadex.
- Callejo, J. *La audiencia activa*. Madrid: CIS-Siglo XXI, 1995.
- Callejo, J. *Investigar las audiencias*. Barcelona: Paidós, 2001.
- Casetti, F.; Di Chio, F. *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Huertas, A. *La audiencia investigada*. Barcelona: Gedisa, 2002.
- Igartua, J.J.; Badillo, A. *Audiencias y medios de comunicación*. Salamanca: Servicio Editorial de la Universidad de Salamanca, 2002.
- De Pablo, Alberto. *La medición de audiencias ante el reto digital*. Madrid: Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, 2009.

Taller de Infografía

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: español

PROFESORADO

- Efraín Foglia Romero

OBJETIVOS:

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

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos, históricos y prácticos de la comunicación gráfica.
- Conocer la imagen espacial y las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como en movimiento.
- Saber analizar y representar los datos.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la infografía:
 - Historia.
 - Descripción.
 - Función de la infografía en los medios audiovisuales.
 - Nueva disciplina audiovisual.
 - La tecnología al servicio de la infografía.
 - El infografista, el infovisualizador.
2. Diseño de la información y proceso infográfico:
 - El análisis informativo.
 - La documentación.
 - El lugar de los hechos y los testigos.
 - El boceto y el Story Board.
 - El equilibrio entre la función y la forma.
 - El comunicador-infografista.
 - Trabajo en grupo.
3. Elementos infográficos:
 - La figura humana.
 - El infomapa.
 - La representación geográfica.

- La megainfografía.
 - Diagramas e iconos.
 - Herramientas visuales de apoyo.
 - Gráficos en movimiento.
4. Variables gráficas:
- Infografía hardnews y softnews, visualización de datos.
 - Tendencias.
 - La ilustración como recurso infográfico.
 - La fotografía como recurso infográfico.
 - Tipografía, color y coherencia
 - Introducción a la infografía on-line y sus posibilidades, info-visualización.

EVALUACIÓN:

- Trabajos prácticos: durante el curso se realizarán trabajos prácticos (60% de la nota final).
- Proyecto final de curso con un valor total equivalente al 40% de la nota final.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

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

Complementaria

- Aicher, Otl; Kramp, Martín. *Sistemas de signos en la comunicación visual*. Barcelona: GG Diseño.
- Blackwell, L. *Tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.
- Bounford, Trevor. *Diagramas digitales cómo diseño y presentar información gráfica*. Barcelona: GG Diseño.
- Burke, Michel; Wildbur, Peter. *Infográfica. Soluciones innovadoras en el diseño contemporáneo*. Barcelona: GG.
- Costa, Joan. *La esquemática, visualizar la información*. Barcelona: Paidós.
- De Pablos, José M. *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía*. Madrid: Síntesis, 1999.
- Frutiger, Adrian. *Signos, símbolos, marcas, señales*. Barcelona: GG Diseño.
- Holmes, Nigel. *The Best in Diagrammatic Graphics*. Rotovision (March 1, 1994), ISBN: 0823063054
- Lipton, Ronnie. *Information Graphics and Visual Clues*. Paperback.
- Lipton, Ronnie. *Communicating Information through Graphic Design*.
- Mijksenaar, Paul. *Una introducción al diseño de la información*. México: GG.
- Reinhard, Gadea. *Diseño de periódicos. Sistemas y métodos*. Barcelona: GG Diseño.

Taller de Comunicación Interactiva

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Marc Vaillo Daniel
- Raymond Lagonigro Bertran

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Tener capacidad de tomar decisiones.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los formatos de archivos digitales y las técnicas de compresión de documentos.
- Conocer los fundamentos metodológicos del diseño de la interacción (persona-ordenador, diseño de interfaces, usabilidad, accesibilidad, etc.).

CONTENIDOS:

1. Fundamentos básicos de tecnología web:
 - a) Interfaz del software.
 - b) Creación de un sitio local nuevo.
 - c) Creación de una página básica.
 - d) Aprendizaje de HTML básico y etiquetas más usadas.
2. Sitio local y sitio remoto:
 - a) Definición del sitio local en Dreamweaver.
 - b) Vista local y vista remota.
 - c) FTP, poner nuestro sitio web on-line.
3. Diseño HTML:
 - a) Diseño básico de la página.
 - b) Tablas (filas y columnas y celdas).
 - c) Composición general. iPlantillas.
4. Imágenes:
 - a) Imágenes: RGB y resolución web con photoshop.

- b) Mapas de imagen.
- c) Imágenes de sustitución.
- 5. Texto:
 - a) Introducción.
 - b) Hipertexto y enlaces.
 - c) Formateado, tipografía, cuerpo.
 - d) Vinculación (tipo: absoluta, relativa a la llanura, en el lugar).
- 6. Diseño CSS:
 - a) Estilos de cascada.
 - b) Hojas de estilo.
 - c) Clases, IDs, etiquetas.
- 7. Escribir en la Web:
 - a) Producción y enlaces.
- 8. Web 2.0:
 - a) Concepto y propiedades.
 - b) Uso del contenido dinámico.
 - c) Texto e imagen: Del.icio.us, Blogger, Word Press, Wikipedia, Google Reader, Flickr, YouTube, etc.
 - d) Comunidades: MySpace, Facebook.
- 9. Sistemas de gestión de contenidos:
 - a) Panorama y software (teórico).
- 10. Wordpress:
 - a) Interfaz.
 - b) Administración vs contenido.
 - c) Temas, páginas, menús.
 - d) Entradas, etiquetas, categorías.
 - e) *Sidebars, plugins y widgets*.

EVALUACIÓN:

1. Ejercicios prácticos individuales obligatorios sobre la herramienta Adobe Dreamweaver y una breve exposición oral (40%).
2. Proyecto final en grupo (50%).
3. Presentación individual de un tema (10%).

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

Si se suspende el trabajo final habrá que rehacer en forma grupal. En cualquier caso, la suspensión de las evaluaciones 1 y 2 significará la suspensión del curso y la repetición de las pruebas no superadas.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Cobo Romani, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grupo de Investigación de Interacciones Digitales, Universidad de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF. www.planetaweb2.net
- Eccher, Clint (2011). *Diseño Web profesional*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Negrino, Tom (2009). *Styling web pages with CSS visual quickproject guide*. Berkeley, California: Peachpit Press.
- Schultz, David W. (2007). *Beginning HTML with CSS and XHTML: moderno guide and reference*. Berkeley, CA: Apress.
- Sullivan, Stephanie (2008). *Mastering CSS with Dreamweaver CS3*. Berkeley, CA: New Riders; London:

Pearson Education [distribuidor].

- Wallace, Heather R. (2011). *WordPress 3. Desarrollo de proyectos Web*. Madrid: Anaya Multimedia.

Taller de Producción Audiovisual

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 9.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Rosa Maria Pons Cerdà
- Sergi Lluís Solà Saña

OBJETIVOS:

La asignatura permite trabajar con herramientas que facilitan la tarea de la producción audiovisual, desde su planteamiento y diseño de producción hasta su realización.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad para trabajar en entornos de presión.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje audiovisual en sus diferentes géneros (tanto para discursos de ficción como de no ficción) y niveles de complejidad.
- Tener conocimientos de preproducción, producción y postproducción audiovisual.
- Saber exponer los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, de forma adecuada de acuerdo con los cánones académicos.

CONTENIDOS:

Bloque A: La producción radiofónica

1. Introducción conceptual:
 - La radio como medio de expresión.
 - Historia y evolución de la radio en España y Cataluña.
 - Mensaje y lenguaje radiofónico.
 - El montaje sonoro: ritmos, tonos y planos sonoros.
2. Diseño de la producción radiofónica:
 - Preproducción, producción y postproducción.
 - Guionaje radiofónico (técnico y literario).
3. Producción de los géneros radiofónicos:
 - Producción informativa.

- Producción de entretenimiento.
 - Producción publicitaria.
 - Producción de programas musicales.
 - Producción de programas dramáticos.
4. ¿Cómo se gestiona la producción radiofónica?

Bloque B: La producción televisiva

1. 1. Introducción conceptual:
 - La imagen televisiva y cinematográfica.
 - Producción cinematográfica.
 - Producción televisiva.
2. 2. Diseño de la producción:
 - Profesionales de la producción.
 - El proyecto y la dirección.
 - La grabación.
3. 3. La producción ejecutiva:
 - Preproducción, producción y postproducción.
 - La creación del guión. De la idea a la producción.
 - Preparación:
 - Equipo de producción.
 - Guión definitivo.
 - Desglose del guión.
 - Localizaciones y castings.
 - Contratos y derechos.
 - Plan de trabajo.
 - Presupuesto.
 - Acabado: edición y postproducción.

EVALUACIÓN:

La evaluación es continua y presencial. Para superar la asignatura es necesario haber hecho un seguimiento continuado del curso (tanto de las sesiones prácticas como teóricas), con un mínimo del 80% de asistencia. Para superar la asignatura es necesario contar con un mínimo de 5 en las prácticas y la teoría.

- Prácticas televisión: 35%.
- Prácticas radio: 35%.
- Pruebas teóricas: 30%.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Alten, S.R. (1994). *El manual del audio en los medios de comunicación*. Andoain: Escape. Cine y Vídeo.
- Arnheim, Rudolf (1980). *Estética radiofónica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Barroso, Jaime (1988). *Introducción a la realización televisiva*. Madrid: IORTV.
- Barroso, Jaime (1996). *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.
- Cabezón, Luis A. y Gómez, Félix (2004). *La producción cinematográfica, 3a ed.* Madrid: Cátedra.
- Comparato, Doc (1992). *De la creación al guión*. Madrid: IORTV.
- Fernández, Federico; Martínez, José (1999). *La dirección de producción para cine y televisión*. Barcelona: Paidós.
- Martínez-Costa, M. Pilar (2002). *Información radiofónica*. Barcelona: Ariel.

- Marzal, Javier; López Cantos, Francisco (coord.) (2008). *Teoría y técnica de la producción audiovisual*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Sáinz, Miguel (1994). *Manual básico de la producción en televisión*. Madrid: IORTV.

Teoría de la Imagen

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Héctor Iván Navarro Güere

OBJETIVOS:

1. Conocer el procesamiento de la información de la imagen.
2. Conocer las implicaciones teóricas y conceptuales de la imagen.
3. Conocer las posturas, las complejidades y la filosofía de la imagen.
4. Conocer las distintas formas de representación, reproducción y expresión de la imagen.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Dominar el vocabulario específico de la comunicación audiovisual.

CONTENIDOS:

1. Proceso de percepción de la imagen:
 - La percepción.
 - Sensación y percepción. Percepción y cognición.
 - La percepción como procesamiento de información. La visión. Psicofísica visual.
2. Introducción al estudio de la imagen:
 - Teorías de la imagen.
 - Qué es una imagen. Conceptos y fundamentos de las teorías de la imagen.
 - La perspectiva artificial en la imagen bidimensional.
 - El encuadre y el marco.
3. Formas y técnicas de representación de la imagen:
 - Evolución de la técnica de representación.
 - Paradigmas de la imagen: prefotografía, fotografía, posfotografía.
 - Imagen fija: la pintura, el cómic, la fotografía.
 - Imagen fija vs. imagen en movimiento.
 - Imágenes sintéticas.

EVALUACIÓN:

Para alcanzar las competencias marcadas por la asignatura, el profesor utilizará los siguientes elementos con su ponderación porcentual:

- Examen teórico: 30%.
- Práctica 1 (grupo): 30%.
- Práctica 2 (grupo): 40%.

(También se prevé un ensayo opcional.)

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Aparici, García, Valdivia (1992). *La imagen*. Madrid: UNED.
- Aumont, J. (1992). *La imagen*. Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. (1992). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W. (1983). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Barcelona: Ediciones 62.
- Gauthier, G. (1996). *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*. Madrid: Cátedra.
- Gombrich, E.H. (2002). *Arte e ilusión*. Madrid: Debate.
- Gubert, R. (2004). *Patologías de la imagen*. Barcelona: Anagrama
- Joly, M. (2003). *La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción*. Paidós, Barcelona.
- Navarro Güere, H. (1995). *La percepción en el arte cinético. 3 artistas venezolanos*. Caracas: Fundación Carlos Eduardo Frías. Colección Canícula, 7.
- Prendas Espinosa, M. (1998). *El lenguaje de la imagen*, Murcia: DM.
- Puig, A. (1979). *Sociología de las formas*. Barcelona: GG.
- Santaella, L.; Nöth, W. (2003). *Imagen: comunicación, semiótica y medios*, Basilea: Reichenberger.
- Tausk P. (1978). *Historia de la fotografía en el siglo XX*. Barcelona: GG.
- Van Leeuwen, T.; Jewitt, C. (2001). *Handbook of Visual Analysis*. Londres: SAGE Publications.
- Villafañe, J. (2003). *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Pirámide.
- Vitta, M. (2003). *El sistema de las imágenes*. Barcelona: Paidós.
- Zunzunegui, S. (2003). *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra / Universidad del País Vasco.

ASIGNATURAS DE CUARTO CURSO

Dirección y Producción Audiovisual y Multimedia

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Arnau Gifreu Castells
- Rosa Maria Pons Cerdà

OBJETIVOS:

La parte audiovisual prepara al estudiante para la práctica de la dirección/realización, con un enfoque teórico-práctico. Se analizan los diferentes estilos de dirección cinematográfica, y los criterios narrativos y expresivos que necesita un director. Experimentan procedimientos y métodos de trabajo para la adquisición de competencias artísticas y de gestión en el mercado europeo.

La parte multimedia de la asignatura tiene un planteamiento teórico con sesiones de práctica técnica que tienen como finalidad conseguir que el alumno comience a desarrollar competencias de manera efectiva dentro del complejo entramado multilineal que supone la nueva comunicación digital interactiva multimedia. La parte teórica comprende el planteamiento de lograr un buen proyecto interactivo en la fase de preproducción, y la parte práctica incluye conocer los fundamentos de un software vectorial de animación (Flash), y aspectos más avanzados de HTML dinámico (Javascript , DHTML, CSS) para la creación de diferentes aplicaciones: interactivos on y offline de todos los géneros, sitios web para diferentes soportes (ordenador, dispositivos móviles...), etc.

El objetivo es que el alumno haga suyas un conjunto de reflexiones teóricas para aplicarlas después como herramienta de trabajo profesional. En la práctica, cada alumno asumirá un rol profesional determinado.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.
- Saber diseñar y dirigir proyectos.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje audiovisual en sus diferentes géneros (tanto para discursos de ficción como de no ficción) y niveles de complejidad.
- Tener conocimientos de preproducción, producción y postproducción audiovisual.
- Tener capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales o multimedia.
- Saber realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia.
- Conocer cómo tratar la información audiovisual de forma didáctica y divulgativa.

CONTENIDOS:

Parte audiovisual

- La industria audiovisual y los sistemas de producción.
- Tipología de películas: blockbuster, mainstream, de género, de autor o cultural.
- Tipología de programas: de la información al entretenimiento.
- Cómo se desarrolla y se prepara una idea audiovisual.
- Viabilidad en el audiovisual: financiación y distribución.
- Cómo se mide el éxito en el mercado audiovisual.
- El proceso de dirección y la gestión de un equipo.
- Qué es la dirección y cómo se prepara un director. Uso de los referentes y fundamentación teórica.
- Diseño de la dirección: partes del proceso y métodos de trabajo.
- La visualización del guión literario: estrategias narrativas y expresivas. La preparación de la planificación.
- La dirección de actores: del personaje al casting, y del ensayo en la pantalla.
- Dirección de participantes en un programa, un documental o una pieza de no ficción.
- La unidad expresiva: conceptos para la preparación del diseño de arte, el diseño de la fotografía, el diseño musical y del sonido, el montaje y la postproducción.
- El trabajo en equipo. La relación director-productor-guionista. La relación del director con el director de fotografía, el director de arte y el compositor.

Parte multimedia

A. DESARROLLO TEÓRICO DEL PROYECTO MULTIMEDIA

Fases de realización del proyecto.

Perfiles profesionales necesarios.

1. PREPRODUCCIÓN:

- Conceptualización y definición del proyecto:
 - a) Definición y elección del proyecto.
 - b) Elección de la metáfora.
 - c) Exploración de webs.
- Análisis de la competencia y redefinición:
 - a) Benchmarking y estudio del mercado potencial.
 - b) Fase de redefinición.
- Arquitectura de la información:
 - a) Contenidos.
 - b) Estructura.
 - c) Navegación.
 - d) Interacción (guión multimedia).

2. PRODUCCIÓN:

- Fase de diseño:

- a) Imagen corporativa.
- b) Interfaz.
- Elaboración de contenidos:
 - a) Desarrollar contenidos textuales.
 - b) Desarrollar contenidos gráficos.
 - c) Desarrollar contenidos audiovisuales e integración de herramientas web 2.0.
- Ejemplos de briefings creativos y requisitos técnicos.

B. SOFTWARE DE PRODUCCIÓN

1. LENGUAJE HTML:

- Partes de un documento HTML. Función de las diferentes etiquetas y metadatos. Diferentes partes del software Dreamweaver CS5.
- Estilos en cascada (CSS) y su visualización en distintos navegadores.
- Utilización de imágenes y video. Posibilidades de implementación con jQuery.

2. HTML5:

- Nuevos elementos: section, artículo, aside, header, footer, nav, dialog, figure se plantea para asociar un contenido multimedia (una foto, un vídeo, etc) a un título o leyenda, mark, meter, progress, time, command, output, DataGrid, etc.
- Formularios
- Canvas
- Embed
- Video y audio
- Geolocalización con Google Maps
- [Primera práctica]

3. FLASH CS4/CS5:

- Diferentes partes del programa Flash: línea de tiempo, escenario principal, paleta de colores, mostrador de herramientas, biblioteca y zona de acciones. Trabajo con diferentes capas. Uso de símbolos e instancias.
- Interpolación de movimiento y forma. Partición de la película: trabajo con escenarios, en diferentes fotogramas o a partir de la carga externa de películas (loadMovie).
- Creación de elementos interactivos: botones y clips de película. Incorporación de vídeo, música y fotografías.
- [Segunda práctica]

4. INDEXACIÓN, SERVIDORES Y GESTORES DE CONTENIDOS:

- CMS con Wordpress. Introducción al Joomla y Drupal.
- Posicionamiento del website (SEO).
- Aplicaciones 2.0 de última generación.
- [Tercera práctica.]

EVALUACIÓN:

- La evaluación se preparará a partir de los objetivos de la asignatura, que están vinculados a las competencias que debe adquirir el estudiante.
- El 50% de la nota evalúa los contenidos audiovisuales y las competencias que están relacionadas, el otro 50% evalúa los contenidos y las competencias multimedia.

BIBLIOGRAFÍA:

Audiovisual básica

- Català, Josep Maria. *La puesta en imágenes. Conceptos de dirección cinematográfica*. Barcelona: Paidós, 2001.
- Dreyer, Carl T. *Reflexiones sobre mi oficio*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Fieldman, Simon. *El director de cine*. Barcelona: Gedisa, 1974.

- Hunt, Robert. *Bases del cine: Dirección*. Barcelona: Parramón Ediciones, 2010.
- Siety, Emmanuel. *El plano*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2004.
- Stam, Robert. *Teorías del cine*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2000.
- Tarkovski, Andrei. *Esculpir en el tiempo*. Madrid: Rialp, 1991.

Audiovisual complementaria

- Augros, Jöel. *El dinero de Hollywood: financiación, producción, distribución y nuevos mercados*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Caine, Michael. *Actuando para el cine*. Madrid: Plot Ediciones, 2003.
- Chion, Michel. *La música en el cine*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1997.
- Donnellan, Declan. *El actor y la diana*. Madrid: Fundamentos, 2004.
- Etedgui, Peter. *Directoras de fotografía*. Barcelona: Océano, 1999.
- Jullier, Laurent. *El sonido en el cine*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2007.
- Lack, Russell. *La música en el cine*. Madrid: Cátedra, Signo e Imagen. 1999.
- Monaco, James. *How to read a film. Movies, media and beyond*. 2009. New York: Oxford University Press, 1977, 2009.
- Rabiger, Michael. *Dirección de documentales*. Madrid: Instituto Oficial de RTV, 1989.
- Reisz, Karel. *Técnica del montaje cinematográfico*. Madrid: Taurus, 1986.
- Sánchez-Biosca, Vicente. *El montaje cinematográfico*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1999.
- Villa, Santiago. *La escenografía*. Madrid: Cátedra, 1997.
- Xalabarder, Conrado. *Música de cine: una ilusión óptica. Método de análisis y creación de bandas sonoras*. Buenos Aires: Libros en Red, 2006.

Multimedia básica

- Aicher, Otl. *Analógico y digital*, Barcelona: Gustavo Gili, 1978.
- Berenguer, Xavier. *Una década d'interactius*. Temes de Disseny, 2004.
- Bolter, D.J.; Grusin, R. *Remediation. Understanding new Media*. Cambridge: The MIT Press, 1999.
- Bush, Vannevar. *As we may think*. The Atlantic Monthly, 1945.
- Crawford, Chris. *The Art of Interactive Design*. San Francisco: No Starch Press, 2003.
- Darley, Andrew. *Cultura visual digital*. Barcelona: Paidós, 2002.
- Garrand, Timothy. *Writing for Multimedia*, Focal Press, 1997.
- Grado, Oliver. *Virtual Arte. From Illusion to Inmersion*. Cambridge: The MIT Press, 2003.
- King, Lucien. (ed.) *Game On. The History and Culture of Videogames*. New York: Universe, 2002.
- Laurel, Brenda. *Computers as Theatre*. Addison-Wesley, 1993.
- Levinson, Paul. *Digital McLuhan*. Londres: Routledge, 2001.
- Lister, M.; Dovey, J.; Giddings, S.; Grant, I.; Kelly, K. *New Media: A Critical Introduction*. Londres: Routledge, 2003.
- Manovich, Lev. *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press, 2001.
- Mayer, Paul A. (ed.) *Computer Media and Communication. A Reader*. New York: Oxford University Press, 2003
- Meadows, Mark S. *Pause & Effect: The Art of Interactive Narrative*. Indianapolis: New Riders, 2003.
- Murray, Janet H. *Hamlet en la holocubieta: el futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Packer, Randall & Jordan, Ken, ed. *Multimedia: from Wagner to Virtual Reality*. New York: WW Norton, 2002.
- Picht, Rebecca & Stöckmann, Birgit, ed. *Media-Art-History*. New York: ZKM, Prestel, 1997.
- Tufte, Edward R. *Visual Explanations: Images and Quantities, Evidence and Narrative*. Cheshire: Graphic Press, 1997.
- Wardrip-Fruin, Noah & Montfort, Nick, ed. *The New Media Reader*. Cambridge: The MIT Press, 2003.

Multimedia complementaria

- Griffin, Scott. "Internet Pioneers". En *ibiblio*. The Public's library and digital archive.
- Keep, Christopher; McLaughlin, Tim; Parmar, Robin. "Memex". *The Electronic Labyrinth*.
- Keep, Christopher; McLaughlin, Tim; Parmar, Robin. "Ted Nelson and Xanadu". *The Electronic Labyrinth*.
- Lippman, A: "Movie-Maps: an Application of the Optical Videodisc to Computer Graphics". *Computer Graphics*, Vol.. 14, núm. 3
- Landow, George P. *Websites created and managed by George Landow*.
- Nelson, Theodor Holm. "A File Structure for the complex, the changing and the indeterminate". En: ACM 20th National Conference, 1965.
- Nelson, Theodor Holm. *Literary machines*. Swarthmore, Pa., 1981, publicación propia, introducción, p.2
- Nelson, Theodor Holm. *Ted Nelson Homepage*.
- Nielsen, Jakob. *Hypertext and Hypermedia*. Oxford: Oxford Academic Press, 1990.
- Nielsen, Jakob. *Multimedia and Hypertext. The Internet and Beyond*. Boston, Academic Press, 1995.
- Nielsen, Jakob. *Hypertext'87*. Trip Report. I
- Nyce, James M. and Kahn, Paul (ed.). *From Memex to Hypertext: Vannevar Bush and the Mind 's Machine*. San Diego, Academic Press, 1991.

Nuevos Formatos Audiovisuales

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Montserrat Casas Arcarons

OBJETIVOS:

El formato televisivo es el equivalente a la receta de cocina: si está bien escrita, cualquier cocinero con oficio puede llevarla a cabo. Actualmente el mercado televisivo está en busca de ideas originales y del que aún es más importante, el *know-how* para producirlas.

Esta asignatura hace una introducción exhaustiva al mundo de los formatos televisivos: su historia, su conceptualización, distribución, evolución y también toda la problemática legal. El estudio de los formatos televisivos nos llevará a enfrentarnos con el nuevo reto de la producción audiovisual: hacer "Televisión 360", es decir, hacer que el formato sea multiplataforma y que se produzcan sinergias entre canales (tv, web 2.0, móviles...).

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Saber diseñar y dirigir proyectos.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Dominar el vocabulario específico de la comunicación audiovisual.
- Conocer desde el punto de vista teórico y práctico los elementos, las formas y los procesos de los lenguajes de la comunicación.
- Conocer los fundamentos y las prácticas habituales de los procesos de producción, distribución y recepción de la comunicación audiovisual.
- Saber relacionar cualquier información de interés general con la actualidad y el entorno.
- Conocer la imagen espacial y las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como en movimiento.
- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje audiovisual en sus diferentes géneros (tanto para discursos de ficción como de no ficción) y niveles de complejidad.
- Tener capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales o multimedia.
- Conocer cómo tratar la información audiovisual de forma didáctica y divulgativa.
- Saber valorar críticamente las TIC, sus campos de aplicación en la sociedad y su impacto.
- Conocer teórica y prácticamente la aplicación de las tecnologías en los medios de comunicación

audiovisuales (fotografía, radio, sonido, televisión, vídeo, cine y soportes multimedia).

- Tener capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de responsabilidad social.
- Conocer las relaciones entre imágenes y sonidos desde el punto de vista estético y narrativo en los diferentes soportes y tecnologías audiovisuales y multimedia.
- Saber analizar los signos o códigos de la imagen.
- Conocer las aplicaciones del arte digital en la comunicación contemporánea.
- Saber comunicarse por escrito en situaciones profesionales habituales en el área de la comunicación audiovisual.
- Conocer la producción artística contemporánea de la Modernidad a la Postmodernidad.
- Saber analizar la selección de soportes y medios audiovisuales en función de la audiencia.

CONTENIDOS:

1. El mercado televisivo 2.0.
2. Formatos televisivos
3. Aspectos legales: registro, derechos de autor, etc.
4. Autorregulación del sector (FRAP).
5. Modelos de negocio publicitario.
6. Creación de formatos multiplataforma.

EVALUACIÓN:

- Conceptualización y diseño de un nuevo formato audiovisual.
- Ejercicios y participación en clase.

BIBLIOGRAFÍA:

La que proponen los invitados específicos en cada sesión.

Prácticas en Empresas

Prácticas Externas

Primer semestre

Créditos: 12.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- M. Dolors Vinyet Benito
- Miquel Genís Serra

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad de resolver problemas.
- Tener capacidad de tomar decisiones.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Saber diseñar y dirigir proyectos.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

CONTENIDOS:

- Las prácticas se realizan en empresas periodísticas, audiovisuales o de publicidad, así como en gabinetes de comunicación y relaciones públicas con respecto a los estudios de comunicación y en todo tipo de empresas en cuanto al grado de Administración y Dirección de Empresas. La Facultad de Empresa y Comunicación procura garantizar una oferta amplia, suficiente y de calidad de empresas que

quieran acoger a nuestros estudiantes en prácticas.

- Las prácticas curriculares tienen lugar de forma preferente a partir del momento en que el estudiante alcanza el 50% de los créditos de su titulación (normalmente a partir de 3.º o 4.º curso). También pueden hacerse, excepcionalmente, durante el verano.

EVALUACIÓN:

- Cada alumno de prácticas tiene un tutor asignado entre el profesorado de la Facultad de Empresa y Comunicación que hace el seguimiento y la evaluación con respecto a los aspectos más académicos de la práctica, y también un tutor asignado por parte de la empresa donde hace las prácticas que realiza el seguimiento y la evaluación desde el punto de vista empresarial.
- El tutor nombrado por la Facultad de Empresa y Comunicación debe hacer en general un seguimiento periódico de la actividad poniéndose en contacto con el tutor designado por la empresa. Se recomienda que se ponga en contacto al menos dos veces (una durante el desarrollo de la práctica y la otra cuando termine) siempre y cuando las circunstancias lo permitan (y salvo que las prácticas se realicen en verano o haya alguna causa justificada que lo impida).
- Es necesario también que el tutor nombrado por la Facultad de Empresa y Comunicación mantenga un contacto directo con el estudiante para hacer el seguimiento, la resolución de incidencias y la tutorización de la elaboración de la memoria y su evaluación. En concreto y de forma obligatoria debe contactar tres veces con el estudiante asignado (la primera vez en el inicio, la segunda durante el desarrollo de la práctica y la otra cuando finalice) y en general debe estar en contacto con él por correo electrónico para dar solución a las cuestiones que puntualmente plantee.
- Al final de la práctica el profesor tutor debe hacer la evaluación correspondiente y especialmente de la memoria de prácticas que el alumno está obligado a hacer y entregar al final de la práctica. También el tutor de la empresa debe hacer la evaluación de la práctica en cuanto a los aspectos más empresariales. Uno y otro han de rellenar el correspondiente informe según el impreso-modelo que facilita el Departamento de Prácticas de la Facultad de Empresa y Comunicación.
- El Departamento de Prácticas es el receptor de los documentos a entregar tanto por los estudiantes en prácticas (especialmente la memoria) y los informes de los tutores para realizar la evaluación final de acuerdo con estos informes.
- El tutor de la empresa debe evaluar entre 0 y 10 la actitud personal y profesional del estudiante en prácticas (puntualidad, cumplimiento de los horarios, implicación, aptitud para trabajar en equipo, disponibilidad, responsabilidad e integración en la empresa, logro de las tareas encomendadas, etc, y la calidad del trabajo en general llevado a cabo por el estudiante en prácticas. La media de esta evaluación tiene el valor del 40% de la nota final.
- El profesor tutor, de acuerdo con el seguimiento continuado de las prácticas y con la lectura y estudio de la memoria realizada por el estudiante, debe evaluar (también entre 0 y 10) la actitud del estudiante y el trabajo que ha hecho. La media de esta evaluación tiene el valor del 60% de la nota final.
- Por tanto, la calificación final de la asignatura de prácticas se calcula a partir del informe del tutor de la empresa (40%) y el tutor de la Universidad de Vic (60%). Y este último podrá considerar suspendida la práctica aunque para el tutor de la empresa sea favorable.
- La calificación o nota final resultante de estas evaluaciones la da el tutor designado por la Facultad de Empresa y Comunicación y la entrega al Departamento de Prácticas para incluirla en el acta correspondiente.
- Cualquier incidencia que pueda surgir se resolverá según lo previsto en el protocolo de prácticas. En cualquier otro caso será analizada y resuelta por el Consejo de Dirección de la Facultad de Empresa y Comunicación.

Trabajo de Fin de Grado

Trabajo de Fin de Grado

Primer semestre

Créditos: 9.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Arnau Gifreu Castells
- Rosa Maria Pons Cerdà

OBJETIVOS:

El *Trabajo de Fin de Grado* permite poner en práctica los procedimientos y métodos de trabajo de los profesionales del audiovisual con un caso práctico. A partir de este trabajo, el alumno debe adquirir competencias profesionales, artísticas y de gestión en el mercado audiovisual europeo.

Los perfiles profesionales para hacer el TFG son todos los que diseñan una producción audiovisual: desde el guionista, el productor, el director-realizador, el director de arte, el director de fotografía, el director musical y el montador.

Los trabajos se llevan a cabo en grupo. Cada integrante del grupo asume unas responsabilidades vinculadas a las competencias de ese perfil en el ámbito profesional.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad de tomar decisiones.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Saber diseñar y dirigir proyectos.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer las teorías del cine y la televisión.
- Conocer los fundamentos y las prácticas habituales de los procesos de producción, distribución y recepción de la comunicación audiovisual.
- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje audiovisual en sus diferentes géneros (tanto para discursos de ficción como de no ficción) y niveles de complejidad.
- Tener capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales o multimedia.

- Conocer los principios éticos de la comunicación, así como los códigos que los contienen.
- Tener capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de responsabilidad social.
- Conocer las relaciones entre imágenes y sonidos desde el punto de vista estético y narrativo en los diferentes soportes y tecnologías audiovisuales y multimedia.
- Tener conocimiento de la historia y evolución del cine, la televisión, comunicación multimedia y su influencia en el arte.
- Saber diseñar, producir y evaluar estructuras hipertextuales y los nuevos formatos de comunicación participativa (blogs, software social de trabajo colaborativo, comunidades virtuales, etc.).
- Saber escribir con fluidez textos o guiones de ficción y no ficción.

CONTENIDOS:

- La industria audiovisual y el mercado europeo.
- Viabilidad y financiación de un proyecto.
- La medida del éxito audiovisual.
- El proceso de desarrollo de una idea y un guión.
- El diseño de producción y la gestión de un equipo.
- El diseño de dirección y la gestión de un equipo.
- El diseño de arte.
- El diseño de la fotografía.
- El diseño musical y sonoro.
- La narrativa y la expresividad en el montaje.
- El proyecto académico: uso de los referentes y fundamentación en la teoría.

EVALUACIÓN:

- La evaluación del TFG se hace al final del curso académico con la presentación oral en un tribunal.
- La evaluación es individual, cada estudiante tendrá una nota, que puede ser igual, o no, al resto de miembros del grupo.
- Se evaluarán tanto la presentación del trabajo formal (parte textual y parte audiovisual) como la defensa.
- El tribunal estará formado por 2 profesores y/o profesionales reconocidos del sector, uno de los cuales será el tutor del trabajo.

El TFG se calificará de la siguiente manera:

- Defensa pública: 25%.
- Memoria: 35%.
- Obra audiovisual presentada: 40%.

BIBLIOGRAFÍA:

Bibliografía de guión (ficción)

- Balló, Jordi; Pérez, Xavier. *La llavor immortal*. Barcelona: Empúries, 1995.
- Carrière, Jean-Claude; Bonitzer, Pascal. *Práctica del guión cinematográfico*. Barcelona: Paidós, 2004.
- Cooper, Pat; Dancyger, Ken. *El guión de cortometraje*. Madrid: Ed.. IORTV. 2002.
- McKnee, Robert. *El guión*. Barcelona: Alba, 2002.
- Seger, Linda. *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. Madrid: Libros de cine Rialp, 1991.

Bibliografía de producción

- Augros, Jöel. *El dinero de Hollywood: financiación, producción, distribución y nuevos Mercados*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Fernández Díez, F.; Martínez Abadía, J. *La dirección de producción para cine y televisión*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1994.
- Marzalla Felici, Javier; López Cantos, Francisco. *Teoría y técnica de la producción audiovisual*. Valencia: Tirant lo Blanc, 2008.
- Sáinz Sánchez, Miguel. *El productor audiovisual*. Madrid: Síntesis, 1999.

Bibliografía de dirección

- Catalán, Josep M. *La puesta en imágenes. Conceptos de dirección cinematográfica*. Barcelona: Paidós, 2001.
- Dreyer, Carl T. *Reflexiones sobre mi oficio*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Fieldman, Simon. *El director de cine*. Barcelona: Gedisa, 1974.
- Siety, Emmanuel. *El plano*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2004.
- Stam, Robert. *Teorías del cine*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2000.
- Tarkovski, Andrei. *Esculpir en el tiempo*. Madrid: Rialp, 1991.

Bibliografía de dirección de fotografía

- Ballinger, Alexander. *Nuevos directores de fotografía*. Madrid: Ocho y Medio, Libros de Cine, 2004.
- Ettegui, Peter. *Directoras de fotografía*. Barcelona: Océano, 1999.
- Loiseleux, Jacques. *La luz en el cine*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2005.
- Shaefer Dennis; Salvato, Larry. *Maestros de la luz*. Madrid: Plot Ediciones, 1990.
- Siety, Emmanuel. *El plano*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2004.

Bibliografía de dirección de arte

- Ettegui, Peter. *Diseño de producción y dirección artística*. Barcelona: Océano, 2001.
- Gorostiza, Jorge. *La profundidad de la pantalla*. Arquitectura + Cine. Santa Cruz de Tenerife: Colegio Oficial de Arquitectos de Canarias, 2007.
- Olson, R. *Art direction for film and video*. Londres: Focal Press. 1993.
- Ortiz, Áurea; Piqueras, María Jesús. *La pintura en el cine. Cuestiones de representación visual*. Barcelona: Paidós, 2003.
- Präkel, David. *Composición*. Barcelona: Blume, 2007.
- Villa, Santiago. *La escenografía*. Madrid: Cátedra, 1997.
- Villafañe, Justo; Mínguez, Norberto. *Principios de Teoría General de la Imagen*. Madrid: Ediciones Pirámide, 1996.

Bibliografía de sonido y música

- Chion, Michel. *La música en el cine*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1997.
- Jullier, Laurent. *El sonido en el cine*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2007.
- Lack, Russell. *La música en el cine*. Madrid: Cátedra, Signo e Imagen, 1999.
- Radigales, Jaime. *La música en el cine*. Barcelona: Editorial UOC, 2007.
- Stam, Robert. *Teorías del cine*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2000. P. 247-257.
- Xalabarder, Conrado. *Música de cine: una ilusión óptica. Método de análisis y creación de bandas sonoras*. Buenos Aires: Libros en Red, 2006.

Bibliografía de documental

- Barnouw, E. *El documental. Historia y estilo*. Barcelona: Gedisa, 1996.
- Breschand, Jean. *El documental, la otra cara de la realidad*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2004.
- Feldman, Simón. *Guión argumental. Guión documental*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1986.
- Nichols, Bill. *La representación de la realidad*. Barcelona: Paidós, 1997.
- Rabinger, Michael. *Dirección de documentales*. Madrid: Instituto Oficial de RTV, 1989.

Arte Digital y Nuevos Medios

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: español

PROFESORADO

- Efraín Foglia Romero

OBJETIVOS:

Este curso tiene por objetivo principal la capacitación del estudiante en el conocimiento de Arte Digital y los Nuevos Medios de creación en relación a los territorios del arte y la comunicación audiovisual. Se revisarán las principales líneas teóricas e influencias y la obra de los creadores contemporáneos, con un enfoque en la realización de proyectos mediante la utilización de las nuevas posibilidades tecnológicas como soporte.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia.
- Conocer las aplicaciones del arte digital en la comunicación contemporánea.

CONTENIDOS:

1. El arte digital y los nuevos medios de creación:
 - La relación entre arte y técnica.
 - Historia del arte electrónico.
 - Nuevos soportes tecnológicos, nuevas formas artísticas.
 - La numeralización de los lenguajes artísticos.
 - El solapamiento de las disciplinas.
2. Ciencia ficción y su influencia en la creación digital:
 - Ciencia ficción en el cine.
 - Ciencia ficción en la literatura.
3. La transformación de la imagen y el movimiento en la era digital:
 - Postfotografía.
 - Postcine.
 - Postmedia.
4. Herramientas y tipologías del arte digital y los nuevos medios:
 - La imagen digital.
 - La interfase a la interacción humano-máquina.
 - Videocreación.
 - Net-Art y colaboración en red.
 - Software-art.
 - Telepresencia y robótica.
 - Hackers y activismo político.

- Videojuegos como apoyo para la creación.
 - Creación participativa.
5. Aplicaciones del arte digital en la comunicación actual:
- Instalaciones interactivas y participativas.
 - Publicidad.
 - Promoción cultural, eventos, ferias, exposiciones.
6. Desarrollo de proyectos:
- Proyecto de imagen digital.
 - Proyecto de new media.

EVALUACIÓN:

Durante el curso se realizarán dos proyectos (60% de la nota).

También se considerará el desarrollo de informes y exposiciones referentes a seminarios y al análisis de las líneas teóricas (40% de la nota).

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

Foglia, E. (2010). *Art en l'era digital*. Dentro: *Disseny grafic i disseny web*. Vic: Eumo Editorial, p. 47-71.

Filmografía

- *Ghost in the Shell*, 1996, Mamoru Oshii
- *Ghost in the Shell: 2 Innocence*, 2004, Mamoru Oshii
- *Mad Max 2: El guerrero de la carretera*, 1981, George Miller
- *Tiempos Modernos*, 1936, Charles Chaplin
- *Metropolis*, 1927, Fritz Lang
- *Terminator II*, 1991, James Cameron
- *Final Fantasy: The Spirits Within*, 2001, Hironobu Sakaguchi
- *Matrix*, 1999, Andy Wachowski, Larry Wachowski
- *The Matrix Reloaded*, 2003, Andy Wachowski, Larry Wachowski
- *The Matrix Revolutions*, 2003, Andy Wachowski, Larry Wachowski
- *2001: una odisea del espacio*, 1968, Stanley Kubrick
- *Crash*, 1996, David Cronenberg
- *eXistensZ*, 1999, David Cronenberg
- *Videodrome*, 1983, David Cronenberg
- *Star Wars* (toda la serie), George Lucas
- *Yo Robot*, 2004, Alex Proyas
- *RoboCop*, 1987, Paul Verhoeven
- *WestWorld*, 1973, Michael Crichton
- *Blade Runner*, 1982, Ridley Scott
- *Minority Report*, 2002, Steven Spielberg
- *Brasil*, 1985, Terry Gulliam
- *Tetsuo*, 1988, Shinya Tsukamoto
- *Tetsuo II: Body Hammer*, 1992, Shinya Tsukamoto
- *Gattaca*, 1997, Andrew Niccol

Complementaria

- Ascott, R. *Connectivity: Art and Interactive Telecommunications*. Leonardo vol. 24, núm. 2, 1991.
- Manovich L. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación la imagen en la era digital*. Paidós, 2005.
- Negroponte N. *El mundo digital un futuro que ya ha llegado*. Barcelona, 1999.
- Zysek, S. *Lacrimae Rerum, Ensayos sobre cine moderno y ciberespacio*. Debate, 2006.
- Gibson, W. *Neuromante*. Minotauro, 1989.
- Haraway D. *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Cátedra, 1995.
- De Kerckhove, D. *La piel de la cultura: investigando la nueva realidad electrónica*. Gedisa, 1999.
- Campanella. T. *The Robot in the Garden*. MIT press, 2000.
- Wiener, N. *Cybernetics: or, Control and Communication in the Animal and the Machine*. The MIT Press, 1965.
- Virilio, P. *Lo que viene*. Arena. Deauville, 2005 ISBN: 84-95897-31-8.
- Virilio, P. *El ciber mundo, la política de lo peor*. Ediciones Cátedra. Madrid, 1999. ISBN: 84-376-1574-7.
- Virilio, P. *La bomba informática*. Ediciones Cátedra. Madrid, 1999. ISBN 84-376-1744-8.
- Virilio, P. *El arte del motor*. Editorial Manantial, 1996: ISBN 987-500-000-0.
- Virilio, P. *La máquina de visión*. Ediciones Cátedra. Madrid, 1989. ISBN 84-376-0884-8.
- Kac, E. *Telepresence and Bio Art, Networking Humanos, Rabbits and Robots*. University of Michigan Press, 2005. ISBN: 0472068105.
- Sterling B. *Mirrorshades: una antología ciberpunk*. Ediciones Siruela, 1998. ISBN 84-7844-418-1.
- Sterling, B. *El chico artificial*. EDAF. Madrid, 1991. ISBN 84-7640-470-0.
- Sterling, B. *Islas en la red*. Destino. Barcelona, ??1990. ISBN 84-233-1898-2.
- Baigorri, Laura. *Net.Art*. Brumaria, 2006.
- Baigorri Laura. *Video, primera etapa*. Brumaria, 2004.

Ética Profesional

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Maria Francisca Forga Martel

OBJETIVOS:

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

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

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Respetar los derechos humanos.
- Tener sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los principios éticos de la comunicación, así como los códigos que los contienen.
- Identificar en la propia práctica la responsabilidad sobre las decisiones e informaciones en materia de diversidad cultural, igualdad de género y acceso universal.

CONTENIDOS:

Introducción

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

Deontología y Comunicación

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

Praxis

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

EVALUACIÓN:

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

- Examen teórico (30 puntos).
- Examen teórico (30 puntos).
- Participación en el aula con presentaciones (20 puntos).
- Prácticas (20 puntos).

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

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

Valoración:

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

personas.

BIBLIOGRAFÍA:

- Asius, Salvador. *Ética y periodismo*. Barcelona: Pórtico, 1998.
- Aznar, Hugo. *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel, 1999.
- Aznar, Hugo. *Ética y periodismo: códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Bonete, Enrique; Aubach Guiu, M. Teresa. *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid: Tecnos, 1995.
- Lambeth, Edmund B. *Periodismo comprometido. Un código de ética para la profesión*. México: Limusa, 1992.
- Vázquez Fernández, Francisco. *Periodismo valorativo: casos ético-deontológicos de actualidad*. Madrid: Carperi, 1996.
- Prados, Enrique; Buxarrais, M. Rosa; Tey, Amélia. *Ética de la información*. Barcelona: UOC, 2004.

Códigos deontológicos:

- Código Deontológico de los Periodistas de Cataluña, 1992.
- Código Deontológico de la FAPE (Fed. Asoc.. Prensa España), 1993.
- Código Deontológico Europeo, 1993.
- Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO, 1983.

Revistas on line:

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

Taller de Postproducción Audiovisual

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Marc Vaillo Daniel
- Ricardo Parra González

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es dar al estudiante las herramientas necesarias para poder postproducir un proyecto desde el punto de vista sonoro y visual.

Se dará una visión general e introductoria del software y del hardware que actualmente permiten postproducir un proyecto desde las vertientes visual (Adobe After Effects) y sonora (Adobe Soundbooth, Sony Vegas).

El estudiante podrá conocer las herramientas básicas para crear gráficos en movimiento (motion graphics), para el retoque visual de la pieza (efectos, tracking, 3D), para crear una banda sonora completa (que incluya diálogos, ambientes, música y efectos de sonido) y para, finalmente, masterizar todo ello en un proyecto audiovisual.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia.
- Conocer la relación entre los sonidos y las imágenes desde el punto de vista estético y narrativo en diferentes soportes y tecnologías audiovisuales y multimedia.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la postproducción audiovisual:
 - Procesos y fases. Postproducción visual. Postproducción sonora.
2. Gráficos en movimiento (Motion Graphics):
 - Introducción. Software básico, workflow, after effects, import/export.
 - Capas y máscaras (creación, transformaciones, estilos, alpha y luminancia).
 - Animación (fotogramas clave, vincular animación, gráfica de animación, pinos de animación, motion blur).

3. Retoque visual:
 - Efectos (capa de ajuste, color, croma, mapa de desplazamiento, partículas).
 - Tracking (estabilizar, null object, match move, cámara tracker).
 - 3D (capas 3d, cámaras, luces, profundidad y proyección de cámara).
4. Diseño musical y sonoro:
 - Introducción. Software específico. Formatos.
 - Diseño de sonido. Elementos sonoros: diálogos, ambientes, efectos sonoros y música.
 - Organización. Edición. Sincronización audio-video.
 - Procesado habitual. Ecualización (EQ). Filtros. Mezcla (estéreo, multicanal).
 - Consideraciones sobre el sonido multicanal. Sonido envolvente.
5. Mastering:
 - Exportación. Formatos definitivos.

EVALUACIÓN:

En los bloques 1 y 2 se propondrá una práctica individual consistente en elaborar una careta (opener) audiovisual. En el bloque 3, los estudiantes deben proponer un proyecto grupal para postproducir. La recomendación del profesorado es que se escoja el Proyecto Final de Grado (documental, cortometraje, interactivo multimedia...).

- Práctica personal: 30%.
- Exposición oral del proyecto: 10%.
- Proyecto final: 60%.

Para aprobar será necesario superar el proyecto (60%) y las parte individual (30%). La exposición también es obligatoria. Sólo se hará media si todo está aprobado.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Fries, Bruce; Fries, Marty. *Audio digital práctico*. Alianza Multimedia. Medios Digitales y Creatividad. 464 págs., 18,50 x 24,00 cm. Agosto 2005.
- Katz, Bob. *La masterización de audio. El arte y la ciencia*. Escuela de Cine y Video (Focal Press en inglés). 320 págs., 24 x 22cm. 2004.
- Wyatt, Hilary; Amyes, Tim. *Postproducción de audio para TV y cine*. Escuela de Cine y Vídeo (Focal Press en inglés). 286 págs., 17 x 23cm. 2005 (3.ª edición).

Complementaria

- Collins, Mike. *Herramientas de Audio y Música digital*. Alianza Multimedia. Medios Digitales y Creatividad. 480 págs., 18,50 x 24,00 cm. Noviembre 2004.
- FX Guide. <http://www.fxguide.com> [en línea] Artículos, breakdowns y entrevistas, en inglés.
- Holman, Tomlinson. *Surround Sound.Up and running*. Elsevier / Focal Press. 240 págs., 15 x 23cm. 2007 (2.ª edición).
- Sonnenschein, David. *Sound Design: The Expressive Power of Music, Voice, and Sound Effects in Cine*. Michael Wiese Productions. 245 pág. 2001.
- Video Copiloto. <http://www.videocopilot.net> [en línea] Tutoriales y foros, en inglés (2012).
- Woodhall, Woody. *Audio Production and Postproduction*. Jones & Bartlett Learning. 318 págs. 2010.

OPTATIVAS

Arquitectura de la Información

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

Introducir al estudiante en los campos de aplicación de la arquitectura de la información, definida como la ciencia de organizar espacios de información con el fin de ayudar a los usuarios a encontrar sus necesidades de información. Esta actividad de organizar espacios conllevará para el estudiante la estructuración, clasificación y rotulado de los contenidos de un espacio interactivo.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Tener capacidad de tomar decisiones.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer las principales cuestiones relacionadas con la sociedad de la información, su funcionamiento y el potencial de las comunidades virtuales.
- Saber valorar críticamente las TIC, sus campos de aplicación en la sociedad y su impacto.
- Conocer los fundamentos metodológicos del diseño de la interacción (persona-ordenador, diseño de interfaces, usabilidad, accesibilidad, etc.).
- Saber analizar y representar los datos.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la arquitectura de la información.
2. Usabilidad, accesibilidad y diseño centrado en el usuario.
3. Planificación y diseño de un proyecto interactivo: diseño conceptual, diseño visual y definición del estilo y contenidos.
4. El prototipo y su evaluación: el método heurístico y el test con usuarios.
5. Implementación del proyecto interactivo y mantenimiento: Opiniones de los usuarios, comportamiento del usuario y uso del espacio.

EVALUACIÓN:

1. Trabajos: Durante el curso se realizarán trabajos prácticos y exposiciones (60%).
2. Examen teórico sobre contenidos en torno a conceptos y programas digitales (10%).
3. Proyecto final del curso (30%).

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

BIBLIOGRAFÍA:

- Kelly Braun (2003). *Usabilidad*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Jakob, Nielsen (2010). *Técnicas de eye tracking para usabilidad web*. Madrid: Anaya.
- Héctor, Navarro [et al.] (2010). *Disseny gràfic i disseny web. Breus lliçons sobre història, teoria i pràctica*. Vic: Eumo Editorial.
- Floría Cortés, A. (2000). *Recopilación de Métodos de Usabilidad*. SIDAR. Disponible en: <http://www.sidar.org/recur/desdi/traduc/es/visitable/Herramientas.htm>
- Garret, J.J. (2002). *Un vocabulario visual para describir arquitectura de información y diseño de interacción*. Disponible a: <http://www.jjg.net/ia/visvocab/spanish.html>
- Hassan Montero, Y.; Martín Fernández, F.J. (2003a). *Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web*. Disponible en: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/heuristica.htm>
- Hassan Montero, Y.; Martín Fernández, F.J. (2003b). *Qué es la Accesibilidad Web*. Disponible en: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/accesibilidad.htm>
- Hassan Montero, Y.; Martín Fernández, F.J. (2003c). *Método de test con usuarios*. Disponible en: http://www.nosolousabilidad.com/articulos/test_usuarios.htm

Conflictos y Relaciones Internacionales

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de resolver problemas.

CONTENIDOS:

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

EVALUACIÓN:

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

BIBLIOGRAFÍA:

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

Convergencia Mediática

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad de resolver problemas.
- Tener capacidad de tomar decisiones.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener habilidades interpersonales.
- Respetar los derechos humanos.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber identificar los principales actores, instituciones y estructuras sociales.
- Comprender las potencialidades y usos de los lenguajes de programación y de las diferentes plataformas tecnológicas (web, móvil, TV digital, etc.) En un contexto de convergencia mediática.
- Formular y poner en práctica estrategias de segmentación de mercados y de posicionamiento de productos y marcas.
- Tener respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos.

CONTENIDOS:

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

EVALUACIÓN:

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

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

BIBLIOGRAFÍA:

- Jenkins, Henry (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 2008.
- Bringué, Xavier; Sádaba, Charo (2011). *Menores y redes sociales*. Foro Generaciones Interactivas. Madrid: Fundación Telefónica. Disponible en: <http://www.generacionesinteractivas.org/?p=2892>
- IAB (2010). *II Estudio sobre Redes Sociales en Internet*. Interactive Advertising Bureau. Disponible en: http://www.slideshare.net/IAB_Spain/informe-redes-sociales-iab-2010-noviembre-2010
- Dwyer, Tim (2009). *Media Convergence, Issues in Cultural and Media Studies*. Nueva York: McGraw Hill
- European Interactive Advertising Association (2009). *Las personas que usan varios medios simultáneamente participan y utilizan más internet*. Disponible a: <http://www.eiaa.net/news/eiaa-articles-details.asp?id=210?=5>.
- European Interactive Advertising Association (2010). *Casi la mitad de los españoles no pueden vivir sin internet*. Disponible en: <http://www.eiaa.net/news/eiaa-articlesdetails>.

Estrategias de Comunicación Global

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

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

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

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

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

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

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

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

CONTENIDOS:

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

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

BIBLIOGRAFÍA:

Suggested Supplemental Texts and Information

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

- *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications*, 5/E. Clow & Baack, 2012 | Prentice Hall | On-line Supplement | Live. (ISBN-10: 0132539098 | ISBN-13: 9780132539098)
- *Advertising Worldwide: Concepts, Theories and Practice of International, Multinational and Global Advertising* (1994), Second Edition, by Marieke de Mooij, Prentice Hall, NY.
- *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes* (1998), by Marieke de Mooij, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- *Advertising and Societies: Global Issues* (2003), by Katherine Toland Frith and Barbara Mueller, Peter Lang Publishing, New York. (ISBN 0-8204-6207-1)
- *Marketing and Consumer Identity in Multicultural America* (2001), by Marye C. Tharp, Sage Publications, Thousand Oaks, CA. (ISBN 0-7619-1103).
- *Understanding Global Culturas* (2001), Second. Edition, by Martin Gannon, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- *International Advertising: Realities and Myths* (2000): edited by John Philip Jones, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- *Global Marketing for the Digital Age* (1999), by Bill Bishop, NTC Business Books, Chicago.
- *Advertising in Asia: Communication, Culture and Consumption* (1996), edited by Katherine Toland Frith, Iowa State University Press, Ames.
- *Kiss Bow or Shake Hands: How to Do Business in 60 Countries* (1994), by Wayne A. Conaway, Adams Media Corporation.
- *Dynamics of International Advertising: Theoretical and Practical Perspectives* (2004), by Barbara Mueller, New York: Peter Lang Publishing Inc. (ISBN 0-8204-6360-4).

Fundamentos de Programación

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

La asignatura presenta los diversos protocolos, formatos y lenguajes en uso dentro del dominio de la Web, profundizando en la creación de contenido multimedial para Internet y, sobre todo, en la creación de contenido dinámico e interactivo.

- Conocer los lenguajes para la construcción de páginas web.
- Ser capaz de analizar y entender una página web existente.
- Conocer plataformas de desarrollo para web.
- Conocer las posibilidades en programación en diferentes niveles.
- Conocer librerías y marcos de trabajo de apoyo para el desarrollo de aplicaciones web.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad de resolver problemas.
- Tener capacidad de tomar decisiones.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Dominar el vocabulario específico de la comunicación audiovisual.
- Saber operar en diferentes entornos informáticos (Mac, Win, etc.).
- Conocer los formatos de archivos digitales y las técnicas de compresión de documentos.
- Conocer las principales cuestiones relacionadas con la sociedad de la información, su funcionamiento y el potencial de las comunidades virtuales.
- Conocer los fundamentos y las prácticas habituales de los procesos de producción, distribución y recepción de la comunicación audiovisual.
- Conocer cómo tratar la información audiovisual de forma didáctica y divulgativa.
- Saber valorar críticamente las TIC, sus campos de aplicación en la sociedad y su impacto.
- Conocer teórica y prácticamente la aplicación de las tecnologías en los medios de comunicación audiovisuales (fotografía, radio, sonido, televisión, vídeo, cine y soportes multimedia).
- Conocer los fundamentos metodológicos del diseño de la interacción (persona-ordenador, diseño de interfaces, usabilidad, accesibilidad, etc.).
- Saber buscar, seleccionar, evaluar y sistematizar cualquier tipo de documento audiovisual en una base de datos, así como su utilización en diferentes soportes audiovisuales utilizando métodos digitales.
- Comprender las potencialidades y usos de los lenguajes de programación y de las diferentes plataformas tecnológicas (web, móvil, TV digital, etc.) En un contexto de convergencia mediática.
- Saber diseñar, producir y evaluar estructuras hipertextuales y los nuevos formatos de comunicación participativa (blogs, software social de trabajo colaborativo, comunidades virtuales, etc.).
- Identificar los puntos fuertes y débiles de un producto interactivo o multimedia.
- Saber analizar y representar los datos.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la tecnología Web:
 - Redes de ordenadores: Internet.
 - Qué es el WEB: del CERN al W3C.
 - Mecanismos de la Web: tecnología servidor-cliente, páginas estáticas/dinámicas.
 - Protocolo HTTP.
 - Ejemplos con FireFox: análisis de tráfico, cookies, GET's.
2. Lenguaje HTML:
 - Introducción.
 - Historia: del HTML 1.0 al HTML5.
 - Estructura de un documento HTML.
 - Crear código net.
 - Elementos de texto.
 - Elementos de bloque.
 - Imágenes.
 - Listas, tablas y marcos.
 - Audio y vídeo.
 - Etiquetado semántico.
3. Hojas de estilo CSS:
 - Introducción.
 - Reglas.
 - Tipos de hojas de estilo.
 - Selectores.
 - Colores y fondos.
 - Tipo de letra, decoración.
 - Cajas, márgenes y bordes.
 - Situar elementos en la página.
4. Programación cliente: Javascript:
 - Introducción al programación cliente.
 - Posibilidades y limitaciones.
 - Sintaxis del lenguaje Javascript.
 - Ejemplos.
 - Uso de librerías javascript.
 - Librería jQuery.
 - Potenciar el User Interface.
 - Programación orientada a dispositivos móviles.
 - Reutilización de código.

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 en el que se sinteticen los conocimientos adquiridos en la asignatura.
- Examen: para superar el examen hay dos alternativas:
- Evaluación continua: consta de varios ejercicios individuales (uno de cada uno de los 4 temas). En caso de que no se supere alguna evaluación, se puede recuperar en el examen final.
- Final: consta de 4 bloques (equivalentes a las 4 Evaluaciones).

La nota final del examen es una media ponderada de los 4 bloques.

BIBLIOGRAFÍA:

Todo el material necesario será proporcionado a través del Campus Virtual, tanto para el seguimiento de la asignatura como material extra para los estudiantes que quieran profundizar más en los temas tratados.

Historia del Cine

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

Esta es una asignatura teórica y práctica que propone una aproximación a la historia del cine poniendo el énfasis en la evolución cronológica, en la evolución estética y en el vocabulario básico del lenguaje cinematográfico.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de crítica y autocrítica.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos y las prácticas habituales de los procesos de producción, distribución y recepción de la comunicación audiovisual.
- Conocer la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos.
- Conocer el impacto social de las tecnologías informativas y la comunicación.

CONTENIDOS:

1. Inicios del cine:
 1. Pioneros.
 2. Industria norteamericana hasta 1930. Hollywood Clásico. Star System.
 3. Cinematografías europeas hasta 1930.
2. Edad de Oro de Hollywood: del sonoro a la Segunda Guerra Mundial:
 1. Cine sonoro.
 2. Grandes estudios.
 3. Géneros.
3. Cinematografías nacionales: del sonoro a la Segunda Guerra Mundial:
 1. Los casos de Gran Bretaña, Francia, Italia, Alemania y URSS.
 2. Cinematografías orientales.
4. Cine durante la Segunda Guerra Mundial. Cine de propaganda:
 1. Los países implicados en la Segunda Guerra Mundial.
5. Cine de la posguerra:
 1. Neorrealismo italiano.
 2. Hollywood (autores autóctonos y exiliados).
 3. Otras cinematografías: Japón, India, Suecia, España, Gran Bretaña y Francia.
6. Nouvelle Vague y sus influencias:
 1. Francia: Nouvelle Vague.
 2. Gran Bretaña: Free Cinema.
 3. Japón: Nuberu Bagu.
 4. Italia.

5. Latinoamérica.
6. Europa del Este.
7. Hollywood y la era de la televisión: renovación para un público nuevo:
 1. Hollywood y la renovación.
8. Cine a partir de 1970:
 1. Alemania: das Neue Kino.
 2. El resto de cinematografías (excepto la estadounidense).
 3. Industria norteamericana.
9. Hacia el cine del siglo XXI. La revolución digital:
 1. Irán.
 2. Australia y Nueva Zelanda.
 3. Industria norteamericana.
 4. La revolución digital.
 5. Dogma y cine europeo.
 6. Nuevo cine asiático.
 7. Consolidación del cine africano.
 8. Resurgimiento del cine latinoamericano.
10. Reflexiones sobre el cine actual

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura consta de tres partes:

- La asistencia y la participación en clase tendrán un valor del 10% de la nota final.
- Se evaluarán los contenidos parciales a través de búsquedas bibliográficas, comentarios de textos, análisis y críticas de películas... Estos ejercicios tendrán un valor del 50% de la nota final.
- Al final del cuatrimestre se realizará una prueba teórica y práctica para evaluar el grado de conocimiento general del programa. Esta prueba tendrá un valor del 40% de la nota final.

Aclaración

Para considerar las evaluaciones de los contenidos parciales, es una **condición indispensable aprobar la prueba final**.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Agee, J. *Escritos sobre cine*. Paidós, Barcelona, ??2001
- Alonso Barahona, F. *Antropología del cine*. Barcelona: Centro de Investigaciones Literarias Españolas e Hispanoamericanas, ??1992
- Artaud, A. *El cine*. Madrid: Alianza, 1973.
- Bazin, A. *¿Qué es el cine?*. Madrid: Rialp, 1990.
- Biskind, P. *Sexo, mentiras y Hollywood*. Barcelona: Anagrama, 2006.
- Bordwell, D.; Staiger, J.; Thomson, K. *El cine clásico de Hollywood*. Barcelona: Paidós, 1996.
- Carmona, R. *Cómo se comenta un texto fílmico*. Madrid: Cátedra, 1991.
- Caparrós, J.M. *El cine de los años 70*. Pamplona: Eunsa, 1976.
- Coma, J.; Guarner, J.L. *Historia del cine americano*. Barcelona: Laertes, 1993 (3 vols.).
- Cousins, M. *Historia del cine*. Barcelona: Blume, 2005.
- Varios autores. *Historia general del cine*. Madrid: Cátedra (12 vols.).
- Elena, A. *Los cines periféricos*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Gubern, R. (1989) *Historia del cine*. Barcelona: Lumen, 2003.
- Gomery, D. *Hollywood, el sistema de los estudios*. Madrid: Verdoux, 1999.

- Juncosa, X.; Romaguera, J. *El cinema. Art i tècnica del segle XX*. Barcelona: Pòrtico, 1997.
- Monterde, J.E.; Rimbau, E.; Torreiro, C. *Los nuevos cines europeos, 1955-1970*. Barcelona: Lerna, 1987.
- Quintana, A. *El cine italiano, 1942 a 1961*. Barcelona: Paidós, 1997.
- Pasolini, P.P.; Rohmer, E. *Cine de poesia contra cine de prosa*. Barcelona: Anagrama, 1976.
- Peña-Ardid, C. *Literatura y cine*. Madrid: Cátedra, 1992
- Pérez, M. *Diccionari dels mitjans audiovisuals*. Vic: Eumo Editorial, 1995.
- Porter, M.; González, P. *Las claves de la historia del cine*. Barcelona, ??1986.
- Sadoul, G. *Historia del cine mundial*. Madrid: Siglo XXI, 1994.
- Sklovsky, V. *Cine y lenguaje*. Barcelona: Anagrama, 1971.
- Stam, R. *Teorías del cine*. Barcelona: Paidós, 2001.
- Tavernier, B.; Courdsodon, J-P. *50 años de cine norteamericano*. Madrid: Akal, 1997.

Filmografía básica

- El nacimiento de una nación (Griffith, 1915)
- El chico (Chaplin, 1921)
- El maquinista de la general (Keaton, 1927)
- El gabinete del Dr. Caligari (Wiene, 1919)
- Metropolis (Lang, 1926)
- El acorazado Potemkin (Eisenstein, 1925)
- Un perro andaluz (Buñuel, 1928)
- Una noche en la ópera (Wood, 1935)
- La fiera de mi niña (Hawks, 1938)
- Blancanieves y los 7 enanitos (Hand, 1937)
- La diligencia (Ford, 1939)
- Juan Nadie (Capra, 1941)
- Ciudadano Kane (Welles, 1941)
- 39 escalones (Hitchcock, 1935)
- L'Atalante (Vigo, 1934)
- La gran ilusión (Renoir, 1937)
- Olympia film (Riefenstahl, 1935)
- Roma, ciudad abierta (Rosellini, 1945)
- El ladrón de bicicletas (De Sica, 1948)
- El halcón maltés (Huston, 1941)
- Perdición (Wilder, 1944)
- Sólo ante el peligro (Zinnemann, 1962)
- Sólo el cielo lo sabe (Sirk, 1956)
- Anatomía de un asesinato (Preminger, 1959)
- Rashomon (Kurosawa, 1950)
- Persona (Bergman, 1966)
- Viridiana (Buñuel, 1961)
- Breve encuentro (Lean, 1945)
- Pickpocket (Bresson, 1959)
- Día de fiesta (Tati, 1948)
- Al final de la escapada (Godard, 1964)
- El año Pasado en Marienbad (Resnais, 1961)
- Sábado noche, domingo mañana (Reisz, 1960)
- 2001: Una odisea en el espacio (Kubrick, 1968)
- Amarcord (Fellini, 1973)
- Bonnie y Clyde (Penn, 1967)
- Grupo salvaje (Peckinpah, 1969)
- Apocalypse Now (Coppola, 1979)
- Taxi Driver (Scorsese, 1976)

- El espíritu de la colmena (Erice, 1973)
- El último tango en París (Bertolucci, 1972)
- Blade Runner (Scott, 1982)
- París, Texas (Wenders, 1984)
- Mi hermosa lavandería (Frears, 1985)
- Sacrificio (Tarkovski, 1986)
- ¿Dónde está la casa de mi amigo? (Kiarostami, 1987)
- Vidas cruzadas (Altman, 1993)
- Pulp Fiction (Tarantino, 1994)
- La mirada de Ulises (Angelopoulos, 1995)
- Rompiendo las olas (Von Trier, 1996)
- El verano de Kikujiro (Kitano, 1999)
- Deseando amar (Kar-Wai, 2000)
- Million Dollar Baby (Eastwood, 2004)

Introducción a la Animación Digital

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

- Dotar al estudiante de los conocimientos básicos de un programa 3D como herramienta de trabajo para modelar objetos-imágenes 3D, inventar materiales y texturas, crear e iluminar escenas, animar los objetos de estas escenas, y renderizar las películas o imágenes.
- Enseñar los conceptos básicos de la animación tradicional y los procesos de producción actuales en los dibujos animados.

CONTENIDOS:

- 1. Presentación del curso. ¿Qué es un programa 3D? (miércoles 06 de febrero 2013)**

Ver el programa del curso y explicar su funcionamiento y objetivos, así como las evaluaciones y contestar dudas de los alumnos.

Introducción al mundo de la animación: qué partes y metodologías de trabajo comparten todos los programas 3d: modelado de polígonos, cámaras, escenas, iluminación, materiales y texturas, animación (time_line, IPO curvas, huesos-esqueletos), renderizaciones.

 - **Introducción a Blender:**
Introducción al entorno del programa 3D Blender: aprenderemos a movernos en el espacio y cómo personalizar ventanas, ver los tipos de ventanas, modos: objeto-edición-material-escena.
Componer una imagen con polígonos, renderización de imagen fija. (Ejercicio 1 - robot); (ejercicio 2 - ciudad).
- 2. Orígenes del cine de animación I - Evolución de los estilos y técnicas de animación (miércoles 13 de febrero 2013)**

Breve recorrido por la historia del cine de animación I: sus inicios hasta los años 40 en EEUU.
Evolución de los estilos de animación: el *cartoon* y el estilo europeo - Historia de las técnicas de animación tradicionales y digitales.

 - **Modelado 3D I:**
Trabajar con mallas: edición de objetos, trabajar con los modificadores y diferentes herramientas para modificar las partes de un polígono: vértices-caras-aristas - trabajar con vistas. (Ejercicio 3: mesa y pala ping-pong).
- 3. Orígenes del cine de animación II (miércoles 20 de febrero 2013)**

Breve recorrido por la historia del cine de animación II: Europa en los años 20, animación vanguardista y experimental, animación europea tras la Segunda Guerra Mundial

 - **Modelado 3D II:**
Entrega de películas a los alumnos para el trabajo de análisis teórico.
Técnicas avanzadas de modelado partiendo de polígonos primitivos: trabajar con diferentes mallas, trabajar con rotoscopia (imágenes de referencia), trabajar con multires-mirror y modo escultura, loops-subdivisiones acompañará vértices-herramienta knife. (Ejercicio 4: modificador mirror y herramienta sculpture).
Utilización de curvas Bézier a Blender - modelar partiendo de curvas Bézier: diferentes posibilidades. (Ejercicio 5: jarras).
- 4. Principios técnicos de la animación tradicional I (miércoles 27 de febrero 2013)**

Leyes de Newton, la línea de acción, los arcos, el timing. Dibujos claves e intercalación.

 - **Animación de objetos:**
Animación de objetos con Blender, contexto escena, línea de tiempo, animar objetos con las IPO curvas, la cámara, animar la cámara y trabajar y renderizar desde diferentes cámaras una misma escena.
Componer una escena con diferentes objetos moldeados. (Ejercicio 6: coche, movimiento de cámara). (Ejercicio 7: ejercicio pelota).
- 5. Principios técnicos de la animación tradicional II (miércoles 04 de marzo 2013)**

El movimiento del objeto en el espacio, acciones solapadas: overlap, secundarias, follow through - el movimiento cíclico en dibujos animados.

- **Editor de vídeo:**

Hablamos del editor de vídeo y de la creación de un storyboard partiendo de una historia, animamos escenas y editamos las películas... (Ejercicio 8: acciones con seguimiento).

6. **Creación de un proyecto de animación (impartido por Oscar Sarramia) (miércoles 13 de marzo 2013)**

- **Blender: Iluminación y materiales:**

Tipo de luces, definir y crear materiales según cómo afectan las luces y texturas, importar y crear materiales, importar imágenes para texturizar objetos: trabajar con estos maps y ver cómo afectan la malla animada, descubrir una malla para añadir una imagen desde un editor de imágenes. (Ejercicio 9: bola mundo opaca-con reflejo-brillante). (Ejercicio 10: lámpara-mesa-bola).

7. **Procesos de producción (miércoles 20 de marzo de 2013)**

Procesos desde el guión hasta la postproducción, los equipos de trabajo: en las producciones de series televisivas de dibujos animados.

- **Huesos y Skining con Blender:**

Creación de esqueletos partiendo de huesos, jerarquización de los huesos, Constrains: IK solvers, floor; Skining: vincular la malla a los huesos y cómo puede modificarla. (Ejercicio 11: rigging lámpara). (Ejercicio 12: animación lámpara saltando).

8. **Hook up - Storyboard (miércoles 03 de abril 2013)**

Los storyboards en animación - la carta de rodaje, el animática, estilos de montaje en animación.

- **Animación de personajes con esqueleto I (Blender):**

Mode pose, la línea de tiempo, el mode pose, crear poses del personaje respecto a la cámara, crear una escena. (Ejercicio 13: película animada de la bola-mesa-y-lámpara).

9. **Acting y personaje (miércoles 10 de abril 2013)**

El animador como actor, psicología del personaje, el personaje en la escena, el poder de la silueta y la línea de acción.

- **Animación de personajes con esqueleto II (Blender):**

Trabajaremos con un personaje y explicaremos el funcionamiento de los huesos controladores, controlar por IPO curvas, nla editor, action editor, crear una acción y controlar desde un hueso. (Ejercicio 14: ejercicio de rigging de un personaje humanizado).

10. **Animación de personajes con esqueleto III (Blender) (miércoles 17 de abril 2013)**

Seguimos trabajando las posibilidades, características y metodología de un personaje 3D haciendo varios ejercicios. (Ejercicio 15: animación de un personaje humanizado).

Empezamos a trabajar en el proyecto final: También a lo largo del mes de mayo los alumnos harán la presentación en clase del trabajo teórico de análisis de una obra de animación.

Los últimos días serán para trabajar en clase el proyecto final y hacer la exposición del trabajo teórico.

Proyecto final

Realización de un corto de vídeo animado con alguna técnica que permita al alumno la manipulación y creación del movimiento a la vez que crear una narración.

La técnica, tema y duración será libre pero priorizaremos las técnicas de *stopmotion* (animación de objetos fotografiados) o creación de un Flip Book con dibujos, collage, fotografía, etc.

Será obligatorio poder hacer en clase un seguimiento del proceso de trabajo de la obra de cada alumno: de guión y *storyboard* y/o *layouts*.

Los trabajos podrán ser en grupo y estos grupos deberán quedar definidos desde el inicio del trabajo.

Trabajo teórico

Cada alumno realizará un trabajo teórico de investigación de una obra o época de la historia de la animación, propuesta por el profesor (máximo tres hojas).

El alumno hará una exposición teórica ante los compañeros en clase de su trabajo de investigación.

Las exposiciones las haremos a lo largo del mes de mayo.

EVALUACIÓN:

- 45% Ejercicios en clase. Se valorará la creatividad, los conocimientos técnicos y la motivación.
- 40% Animación de escenas del cortometraje final.
- 15% Análisis teóricos de una obra-película de animación que propondrá el profesor a cada alumno.

Cada alumno hará una breve exposición oral y visionaremos la obra en clase.

Para poder evaluar la nota de esta asignatura los alumnos deberán hacer obligatoriamente la película final de animación así como la presentación del análisis teórico de la obra propuesta. También será obligatoria una entrega mínima de 8 de los ejercicios totales planteados en clase.

Para la convocatoria de junio. Los ejercicios se podrán entregar hasta el día 24 de mayo como fecha límite. Y el trabajo de investigación y la película final se entregarán según el calendario que haremos en clase y será dentro de los meses de abril mayo.

Para la repesca se podrá entregar la película de animación propia-trabajo final.

BIBLIOGRAFÍA:

- Giannalberto Bendazzi. *Cartoons. 110 años de Cine de Animación*. Madrid: Ocho y Medio, 2003.
- Preston Blair. *How to animate film cartoons*. California: Walter T.Foster, 1990.
- Noël Burch. *El tragaluz del infinito*. Madrid: Cátedra / Signo e imagen, 1995.
- Cátedra. *Historia general del cine. Volumen I: Orígenes del cine*. Madrid: Cátedra, 1988/2008.
- Donald Crafton. *Before Mickey. The Animated Film 1898-1928*. Chicago: The University of Chicago Press, 1982.
- Shamus Culhane. *Animation. From the script to screen*. New York: St. Martins Griffin, 1988.
- Sergei Eisenstein. *La forma del cine*. Siglo Veintiuno Editores, 1986/1998.
- John Halas, Roger Manvell. *La técnica de los dibujos animados*. Barcelona: Omega, 1980.
- Roland Hess. *Blender*. Madrid: Anaya Multimedia, 2011.
- Norman McLaren. *On The Creative Process*. National Library of Canada. Compiled and edited by Donald McWilliams. National Film Board of Canada, 1991.
- Tony Mullen. *Animación de personajes con Blender*. Madrid: Anaya Multimedia, 2008.
- William Reynish. *Learn Character Animation Using Blender*. Blender Foundation.
- Frank Thomas; Ollie Johnston. *The Illusion of life. Disney Animation*. New York, 1981.
- Virgilio Vasconcelos. *Blender 2.5 Character Animation Cookbook*. Packt Publishing Ltd.. 2011.
- Richard Williams. *The animator's survival kit*. London: Faber and Faber Limited, 2001.
- Tony White. *The animator's workbook*. London: Phaidon Press, 1986, 1995.
- Harold Whitaker; John Halas. *Timing for animation*. London: Focal Press, 1981.
- Santos Zunzunegui. *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra / Universidad Del País Vasco, 1989/2003.

Introducción a los Videojuegos

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

Los videojuegos son el resultado de la coexistencia de tecnologías como las pantallas, los microchips y el espíritu *hacker* de los pioneros de la computación. La asignatura pretende presentar la evolución de este medio de expresión desde el punto de vista tecnológico, cultural e industrial, mostrando la fuerte relación que se da entre tecnología y contenidos.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber resumir o adaptar textos especializados mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.
- Saber operar en diferentes entornos informáticos (Mac, Win, etc.).
- Conocer el software básico de ofimática.
- Conocer las principales cuestiones relacionadas con la sociedad de la información, su funcionamiento y el potencial de las comunidades virtuales.
- Tener conocimiento de la historia y evolución del cine, la televisión, comunicación multimedia y su influencia en el arte.
- Comprender las potencialidades y usos de los lenguajes de programación y de las diferentes plataformas tecnológicas (web, móvil, TV digital, etc.) En un contexto de convergencia mediática.
- Saber diseñar, producir y evaluar estructuras hipertextuales y los nuevos formatos de comunicación participativa (blogs, software social de trabajo colaborativo, comunidades virtuales, etc.).
- Identificar los puntos fuertes y débiles de un producto interactivo o multimedia.

CONTENIDOS:

1. Historia de los videojuegos:
 - Orígenes tecnológicos.
 - Primeros videojuegos.
 - Conocimiento de la industria.
2. Tipología de los videojuegos:
 - Géneros del videojuego.
 - Plataformas tecnológicas.
 - Tecnología y contenidos.
3. Industria:
 - Desarrollo, diseño y tecnología.
 - Los videojuegos y los otros medios audiovisuales.

- Los nuevos modelos de negocio.

EVALUACIÓN:

- Los temas se evaluarán mediante presentaciones y pequeños ensayos, que en su total representarán el 70% de la nota.
- El 30% restante se obtendrá de una práctica final (ensayo, crítica de videojuego, informe).
- La práctica final se podrá sustituir por una tarea de desarrollo periódico en formato de blog en Internet.

BIBLIOGRAFÍA:

- Huizinga, Johan. *Homo Ludens*. Madrid: Alianza Editorial, 1998.
- Levis, Diego. *Videojuegos, un fenómeno de masas*. Barcelona: Paidós, 1997.
- Murray, Janet. *Hamlet en la holocubierta*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Scolari, Carlos (ed.). *L'homo videoludens*. Vic: Eumo Editorial, 2008.

Liderazgo y habilidades directivas

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

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

CONTENIDOS:

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

EVALUACIÓN:

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

BIBLIOGRAFÍA:

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

Marketing Internacional

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber expresar opiniones y argumentaciones complejas sobre temas de comunicación audiovisual en inglés.

CONTENIDOS:

The course is divided into three main blocks:

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

EVALUACIÓN:

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

BIBLIOGRAFÍA:

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

Programación Web Avanzada

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

- Diseñar una aplicación con una arquitectura cliente-servidor para producción Web.
- Conocer el modelo de programación de 3 capas (MVC).
- Conocer los lenguajes de programación y técnicas más ampliamente utilizados en la programación de Servidor Web.
- Ser capaz de programar una aplicación en algún lenguaje de programación de servidor.
- Conocer Frameworks de desarrollo Web.
- Saber utilizar una base de datos como herramienta de apoyo en el desarrollo Web.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad de resolver problemas.
- Tener capacidad de tomar decisiones.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos metodológicos del diseño de la interacción (persona-ordenador, diseño de interfaces, usabilidad, accesibilidad, etc.).
- Saber buscar, seleccionar, evaluar y sistematizar cualquier tipo de documento audiovisual en una base de datos, así como su utilización en diferentes soportes audiovisuales utilizando métodos digitales.
- Comprender las potencialidades y usos de los lenguajes de programación y de las diferentes plataformas tecnológicas (web, móvil, TV digital, etc.) En un contexto de convergencia mediática.
- Saber diseñar, producir y evaluar estructuras hipertextuales y los nuevos formatos de comunicación participativa (blogs, software social de trabajo colaborativo, comunidades virtuales, etc.).
- Saber diseñar, realizar y evaluar una base de datos multimedia.

CONTENIDOS:

1. Arquitectura cliente-servidor.
2. Lenguajes de programación servidor.
3. Frameworks de desarrollo Web.
4. Modelo MVC.
5. Bases de datos: SQL.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Obligatorio aprobar (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Ejercicios sesiones presenciales	Todo el curso	40	no	1, 2, 3, 4, 5, 6
Trabajo en grupo.	-	40	sí	1, 2, 3, 4, 5, 6
Examen	-	20	sí	4, 5, 6

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Descripción de las acciones de evaluación:

- Ejercicio sesiones presenciales: se trata de realizar individualmente y en grupo un conjunto de ejercicios en clase, pudiendo 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, pudiendo hacer uso de cualquier material de apoyo, y exponerlo en clase.
- Examen: consistirá en la realización de un conjunto de ejercicios del estilo de los realizados en clase, en el que el estudiante demostrará que ha alcanzado los resultados de aprendizaje.

BIBLIOGRAFÍA:

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

Taller de Audio Digital

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es dar al estudiante las herramientas necesarias para poder editar, manipular, construir y experimentar con el sonido, ya sea para crear un producto profesional desde el punto de vista estético y técnico o potenciar la creación experimental-sonoromusical.

Dentro del corpus teórico es básico que el estudiante conozca los fundamentos del sonido como parte integrante de los productos audiovisuales, y especialmente del audio digital, enfocado a web, interactivos multimedia *on-line* y/o *off-line*. Saber qué formatos son más adecuados para cada canal de distribución.

Se dará una visión del software y del hardware que actualmente permite generar sonido y música, y los elementos que configuran un estudio de sonido y música semiprofesional basado en un sistema informático medio.

Asimismo, se pretende que el estudiante alcance la capacidad de crear una banda sonora para cualquier tipo de producción audiovisual y/o digital, combinando correctamente ambientes, efectos, música y locuciones.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber grabar y mezclar señales sonoras desde cualquier fuente sonora: acústica o electrónica, digital o analógica.
- Conocer las relaciones entre imágenes y sonidos desde el punto de vista estético y narrativo en los diferentes soportes y tecnologías audiovisuales y multimedia.

CONTENIDOS:

1. Introducción:

- Presentación de la asignatura. Programa: evaluación y prácticas.
- Fundamentos del sonido. El audio digital.

2. Edición de sonido:

- El mundo analógico-digital. Visualización del sonido en el dominio temporal. La información temporal. Regla y Unidades. La información de amplitud dB, % y el medidor de niveles. Cortar, copiar y pegar. Software de edición de sonido: Sony Sound Forge Audio Studio.
- Procesamiento digital de la señal.
- La amplitud. Volumen, distorsión. Normalización, mute, fades, puerta de ruido. Modulación de la amplitud.
- Rango Dinámico. Compresores, limitadores, expansores. Bandas de frecuencia. Armonicidad, ruido, contenido y balance espectral.
- Efectos sobre la frecuencia. Ecuilibradores: gráficos, paramétricos, paragráficos. Transposición,

- Pitch Bend, glissando.
 - Efectos sobre el sonido basados ??en el retraso. Percepción, realimentación, líneas de multiretard, Reverberación.
 - Efectos de Sonido basados ??en retrasos que varían en el tiempo. Flanger, phaser, wah-wah, chorus.
 - Técnicas avanzadas de procesado. Pitch shift y time shift. Plugins y efectos Direct-X, VST. Noise reduction.
3. Formatos de audio digital:
 - Codificación Compresión. Formatos. Tipos de archivos.
 - Audio MPEG (MP3).
 - Formatos de alta resolución.
 4. El protocolo MIDI
 - El lenguaje MIDI. Mensajes de nota, control, programa, sistema.
 - Puertos y canales. Puertos virtuales. MIDI Yoke. Instrumentos MIDI.
 5. Hardware del audio digital:
 - El ordenador como instrumento. Interfaces internas y externas. Conexiones analógicas y digitales.
 - Tarjetas de sonido. Altavoces y escucha.
 6. Software del audio digital:
 - La música digital. Editores de audio, software audio y MIDI, notación musical.
 - Instrumentos electrónicos: secuenciadores, sintetizadores, samplers, etc.
 - Instrumentos digitales. Versiones de los instrumentos analógicos.
 - Instrumentos virtuales. Plugins VST y Direct-X.
 - Software alternativo o libre.

EVALUACIÓN:

- Examen teórico: 40%.
- Prácticas personales: 10%.
- Proyecto final: 50%.

Para aprobar, habrá que superar el proyecto (50%) y las partes individuales (examen y prácticas), que en total suma el otro 50%. Sólo se hará media si todo está aprobado, a excepción de una de las prácticas. El proyecto y el examen se deben superar.

BIBLIOGRAFÍA:

- Collins, Mike. *Herramientas de audio y música digital*. Alianza Multimedia. Medios Digitales y Creatividad. 480 págs. 18,50 x 24,00 cm. Noviembre 2004
- Fries, Bruce; Fries, Marty. *Audio digital práctico*. Alianza Multimedia. Medios Digitales y Creatividad. 464 págs. 18,50 x 24,00 cm. Agosto 2005
- Vergara Luján, Víctor. *Música digital* (edición especial: incluye CD-Rom). Alianza Multimedia. Guías Prácticas. 336 págs. 12 x 20,50 cm. Septiembre 2003
- Ruiz Antón, V.J.; Rajadell Segundo, S.; Capilla Martínez, R. *El ordenador como instrumento musical MIDI* (incluye CD-Rom). Alianza Multimedia. Guías Prácticas. 368 págs., 12,00 x 20,50 cm. Diciembre 2001

Webgrafía

- <http://www.kvraudio.com> (Software y foros, en inglés)
- <http://www.laorejadigital.com> (Cursos y foros, en castellano)
- <http://www.northernsounds.com> (Foro general)

Taller de Infografía Interactiva

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

- Capacitar al estudiante para entender y crear infografías interactivas para publicaciones online utilizando todos los recursos gráficos del diseño.
- El programa proporciona los conocimientos teóricos y prácticos inherentes al desarrollo del diseño multimedia destacando el tratamiento de los gráficos informativos dinámicos como nuevas formas expresivas de los medios audiovisuales.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer las teorías de la comunicación digital y los nuevos modelos interactivos y dialógicos (colaborativos, cooperativos, etc.).

CONTENIDOS:

1. Nuevas formas narrativas a la infografía multimedia:
 - Diferencias de las formas narrativas.
 - Ventajas de las nuevas posibilidades.
 - Función de la infografía en internet.
 - Amplificación de la información.
 - La tecnología al servicio de la infografía interactiva.
2. Diseño de la información al proceso infográfico:
 - Límites de la infografía multimedia.
 - Cualidades del infografista interactivo.
 - Diferencias respecto de la infografía impresa.
 - El uso de la imagen y sus nuevas posibilidades.
 - Las nuevas maneras de plantear la información.
3. Elementos y estructura de los infográficos multimedia:
 - Sonido.
 - Vídeo.
 - Movimiento vectorial.
 - Animación.
 - Interfaz.
 - Navegación.
4. Variables gráficas:
 - Infografía online fotográfica.
 - Infografía online ilustrada.
 - El collage en la infografía online.
 - La "timeline" interactiva.
 - Tipografía y color.

EVALUACIÓN:

- Trabajos prácticos: durante el curso se realizarán trabajos prácticos (60% de la nota final).
- Proyecto final de curso con un valor toda equivalente al 40% de la nota final.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

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

Complementaria

- Aicher, Oti; Kramper, Martin. *Sistemas de signos en la comunicación visual*. Barcelona: GG Diseño.
- Blackwell, L. *Tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.
- Bounford, Trevor. *Diafragmas digitales. Cómo diseñar y presentar información gráfica*. Barcelona: GG Diseño.
- Burke, Michael; Wildbur, Peter. *Infográfica. Soluciones innovadoras en el diseño contemporáneo*. Barcelona: GG.
- Casasús, JM; Nuñez Ladevéze, L. *Evolución y análisis de los generoso periodísticos*. Barcelona: Ariel, 1991.
- De Pablos, José M. *Infoperiodismo. El periodista como creador de inforgrafía*. Madrid: Síntesis, 1999.
- Esta, Juan. *La esquemática, visualizar la información*. Barcelona: Paidós.
- Frutiger, Adrian. *Signos, símbolos, marcas, señal*. Barcelona: GG Diseño.
- Holmes, Nigel. *The Best in Diagrammatic Graphics*. Rotovision (March 1, 1994), ISBN: 0823063054.
- Lipton, Ronnie. *Information Graphics and Visual Clues*. New in paperback.
- Lipton, Ronnie. *Communicating Information through Graphic Design*.
- Mijksenaar, Paul. *Una introducción al diseño de la información*. México: GG.
- Reinhard, Gäde. *Diseño de periódicos. Sistemas y métodos*. Barcelona: GG Diseño.

Taller de Documentales

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

La asignatura tiene un planteamiento teórico con sesiones de práctica técnica que tienen como finalidad conseguir que el alumno comience a desarrollar competencias de manera efectiva dentro del género de la no ficción documental. La parte teórica comprende el planteamiento de alcanzar unos sólidos conocimientos respecto a las diferentes épocas y movimientos que han influenciado el cine documental, y la parte práctica conlleva la elaboración de un proyecto relacionado con uno de los géneros asociados a la temática documental (ensayo, reportaje y/o documental).

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Tener motivación y preocupación por la calidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje audiovisual en sus diferentes géneros (tanto para discursos de ficción como de no ficción) y niveles de complejidad.
- Tener conocimientos de preproducción, producción y postproducción audiovisual.
- Saber realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia.
- Conocer cómo tratar la información audiovisual de forma didáctica y divulgativa.

CONTENIDOS:

Programa teórico de *Historia del Género Documental*:

1. Fundación de las películas de no ficción e inicios del género documental (1820/1933). Finales del siglo XIX y principios del siglo XX:
 - El nacimiento del género en Francia y en los Estados Unidos. Louis Lumiere y el cinematógrafo. (Profeta).
 - La época de las expediciones socioetnográficas. La finalidad antropológica en el cine documental. Robert Flaherty y el primer documental de la historia. (Explorador).
 - Las noticias documentadas durante los primeros años del siglo XX en Rusia. La finalidad ideológica en el cine documental. Dziga Vertov se adelanta a su tiempo a partir de la innovación estilística. (Reporter).
 - Las vanguardias de los años 20 y 30 plasmadas en el documental. La finalidad estética en el cine documental. Ruttman, Vigo, Ivens y las sinfonías de las grandes ciudades. (Pintor).
2. Películas documentales que cambian el mundo y el género durante la Segunda Guerra Mundial. Primera mitad del siglo XX.
 - El movimiento documental británico y la figura de John Grierson. La finalidad social en el cine documental. Riefenstahl y el documental de propaganda nazi. El género en otros países. (Abogado).
 - El documental durante la Segunda Guerra Mundial. La finalidad patriótica y exaltadora en el cine

- documental. Humphrey Jennings, director de guerra. (Toque de clarinete).
 - La época de posguerra para el documental. La finalidad probatoria y acusatoria del cine documental. (Fiscal acusador).
 - Películas cercanas al arte y al neorrealismo. La finalidad artística y poética del lenguaje documental. Las aportaciones de Arne Sucksdorf y Bert Haanstra. (Poeta).
3. El mundo después de la Segunda Guerra Mundial. Segunda mitad del siglo XX.
- El acceso a los archivos históricos y la reconstrucción de la memoria: la crónica histórica posterior a la Segunda Guerra Mundial. La finalidad histórica en el cine documental. Jean Rouch. (Cronista)
 - El patrocinio de las empresas industriales y comerciales privadas. La finalidad promotora en el cine documental. La compañía Shell y el maccartisme. (Promotor)
 - El movimiento del free cinema en Gran Bretaña y el cine directo norteamericano. La finalidad observadora del cine documental. Robert Drew, Richard Leacock y Fred Wiseman. (Observador)
 - El movimiento del cine vérité en Francia. La finalidad sociológica en el cine documental. Jean Rouch, Edgar Morin y Mario Ruspoli. (Agente catalizador).
4. El documental contemporáneo hasta la actualidad. Segunda mitad del siglo XX y principios del siglo XXI.
- Documentales politicomilitants de resistencia. La finalidad reivindicatoria en el cine documental. John Alpert y la producción videográfica. (Guerrillero)
 - Tradicionalismo y experimentación: el documental contemporáneo y las nuevas tendencias. (Movimiento)
 - El caso de España y de Cataluña: desde los inicios hasta la actualidad.

Programa práctico del taller:

Procesos de producción / Fases

1. La preproducción / Antes:
 - Idea.
 - Guión (literario, final y *storyboard*).
 - El productor: presupuesto.
 - El realizador: dirección artística del proyecto.
2. La producción o rodaje / Durante:
 - Fundamentos del discurso visual: unidades narrativas (plano, escena y secuencia), las transiciones visuales (corte, encadenado, fundido...), la continuidad o el *raccord* y el eje de acción
 - Fundamentos del discurso sonoro: funciones del sonido, la visualización del sonido, los efectos sonoros, la música, el silencio. etc.
3. La postproducción / Después:
 - La edición: el montaje y el ritmo de la narración.
 - La interacción multimedia. Nuevas formas de presentación de los productos audiovisuales.
 - La comercialización: dossiers de prensa, dossiers técnicos y festivales internacionales de cine.
 - El caso del documental interactivo y formas de no ficción interactivas para la red.

EVALUACIÓN:

Los estudiantes podrán tener dos tipos de evaluación. Podrán puntuar para evaluación continuada los y las estudiantes que sigan el curso, es decir, que no falten injustificadamente a más de un 20% de las clases. Estos estudiantes deberán presentar a final de curso y en grupos de 2 personas (o más si procede a la naturaleza del proyecto) un proyecto entero de documental, formado por los siguientes documentos:

- Proyecto del programa: introducción, idea, sinopsis, argumento, guión, características técnicas, oportunidades de comercialización, plan de promoción y presupuesto.
- Pieza grabada del documental / reportaje / ensayo (duración variable).

Los que no hagan evaluación continuada tendrán un examen teórico el día que marque la coordinación de la licenciatura donde entrarán los diversos temas del programa y preguntas sobre la bibliografía básica.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Barnouw, Erik. *El documental. Historia y estilos*. Barcelona: Gedisa, 1998.
- Nichols, Bill. *La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental*. Barcelona: Paidós, 1997.
- Sánchez, Inmaculada; Díaz, Marta (coords.). *Doc 21*. Girona: Luces de Gálibo, 2009.

Complementaria

- Cerdan, Josetxo; Torreiro, Casimiro. *Documental y vanguardia*. Madrid: Cátedra, 2005.
- Kuhn, Annette. *La cámara y yo: observaciones sobre el documental*. Filmoteca Nacional, 1977.
- Nichols, Bill. *Introduction to Documentary*. Indiana, Indiana University Press, 2001.
- Rabiger, Michael. *El documental*. Madrid: Instituto de la Radio Televisión Española, 2000.
- Rebollo, M. Paz; Montero, Julio. *Creando la realidad. El cine informativo 1895-45*. Barcelona: Ariel, 2002.
- Soler, Lorenzo. *El reportaje y el documental televisivo*. Barcelona: Ediciones 1992.
- Weinrichter, Antonio. *Desvíos de lo real*. Madrid: I & B Editores, 2004.

Taller de Fotografía II

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es obtener los conocimientos necesarios para desarrollar un trabajo fotográfico en profundidad: preproducción, iluminación y postproducción final de la imagen.

Con esta finalidad el alumno deberá alcanzar los siguientes objetivos:

- Dominio de la cámara reflex fotográfica para lograr un control absoluto sobre el resultado final.
- Dominio de las técnicas de postproducción fotográfica digital.
- Dominio del instrumental de iluminación del plató de fotografía.
- Dominio fotométrico de la cámara fotográfica.
- Conocimiento de los elementos que intervienen en la iluminación.
- Capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Capacidad para generar nuevas ideas.
- Adquirir una conciencia crítica sobre el imaginario fotográfico contemporáneo.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje fotográfico y sus géneros.
- Tener conocimientos de preproducción, producción y postproducción fotográfica.
- Conocer la imagen espacial y las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como en movimiento.

CONTENIDOS:

1. Diferencias entre fotografía analógica y digital, píxel vs. película:
 - Software y cámaras del mercado: Nikon, Canon, PhaseOne, Leaf...
 - Explicación práctica y manejo de la cámara en exteriores y al estudio.
2. Iluminación natural y artificial, Fflash, tipo de foco y complementos: spots, flash electrónico, fresnel, paraguas, viseras, ventanas de luz, paneles reflectantes, paneles de abeja, autopole...
 - Iluminación básica.
 - Funciones de las luces, iluminación en triángulo, retrato y grupos.
 - Modulación de la luz / modulación de la sombra.
 - Control del contraste para iluminación.

- Efectos especiales de iluminación.
 - Explicación práctica y manejo de los focos en el estudio.
 - Combinación de luz natural y luz artificial.
3. Fotometría:
 - Aparatos de medida.
 - Medida de los diferentes tipos de luz: incidente, reflectante, flash.
 - El sistema de zonas y la evaluación de la escena, cálculo del contraste...
 - Ejercicios prácticos a resolver en clase y en el estudio.
 4. Luminómetro:
 - Color y temperatura de la luz.
 - Grados Kelvin, colorímetros y filtros.
 - Cálculo y corrección de dominantes con Photoshop y con filtros.
 5. Resolución, calidad y tamaño de la imagen. Métodos de impresión y calibración del monitor.
 6. Géneros fotográficos:
 - La fotografía de retrato.
 - La fotografía de desnudo.
 - La fotografía de moda.
 - La fotografía publicitaria: alimentación, bodegón (*packaging*), fotografía de objetos...
 - La puesta en escena.
 7. Retoque y montaje de la imagen digital con Photoshop: herramientas, capas, máscaras de capa, modos de fusión, efectos, correcciones tonales, optimización y reparación de fotografías.
 8. Análisis en el aula de fotógrafos relacionados con los diferentes géneros fotográficos.

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura consta de:

- Diversos ejercicios que se realizarán en el aula: 35%.
- Cuatro prácticas que el alumno realizará siguiendo las indicaciones del profesor: 25%.
- Dos trabajos finales: 40%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Ang, Tom. *La fotografía digital*. Barcelona: Blume, 2001.
- Cotton, Charlotte. *The photograph as contemporary art*. London: Thames & Hudson, 2004.
- Eismann, Katrin; Duggan, Seán; Grey, Tim. *Fotografía digital*. Madrid: Anaya, 2005.
- Eguizábal, Raúl. *Fotografía publicitaria*. Madrid: Cátedra, 2001.
- Evening, Martin. *Photoshop CS para fotógrafos*. Madrid: Anaya, 2004.
- Hedgecoe, John. *Técnica fotográfica*. Barcelona: Ceac, 1995.
- Hunter, Hilo; Biver, Steven; Fuqua, Paul. *Light-Science & Magic. An introduction to Photographic Lighting*. Focal Press, 2007.
- Langford, Michael. *La fotografía paso a paso*. Madrid: Hermann Blume, 1984.
- Langford, Michael. *Manual del laboratorio fotográfico*. Madrid: Hermann Blume, 1994.
- Manna, Lou; Moss, Bill. *Digital Food Photography*. Boston: Thomson Course Technology, 2005.
- Mellado, José María. *Fotografía digital de alta calidad*. Barcelona: Artual, 2006.
- Sougez, Marie-Loup. *Historia de la fotografía*. Madrid: Cátedra, 1994.
- Tausk, Petr. *Historia de la fotografía en el siglo XX de la fotografía artística en periodismo gráfico*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.
- Zuzunaga, Mariano. *El territorio fotográfico*. Barcelona: Actar, 1993.

Taller de Guión Cinematográfico

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

Este taller ha sido diseñado para preparar al estudiante con la práctica constante del análisis y la escritura de guiones. A partir de la tradición literaria narrativa y de herramientas de la técnica de escritura de guiones, se trabajan las habilidades profesionales en la ideación y preparación de guiones de ficción.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber escribir con fluidez textos o guiones de ficción y no ficción.

CONTENIDOS:

- El oficio de guionista. La formación, la práctica individual, el trabajo en equipo. La relación con el productor y el realizador. El guionista en el mercado audiovisual catalán. Modelos de contrato. Los derechos de autor.
- Cómo se generan y valoran las ideas. Guión original y adaptación. Tipos de adaptaciones y técnicas para la adaptación de obras literarias.
- Principios básicos de la narración con imágenes. La dramatización audiovisual.
- Métodos de escritura: Idea inicial, tratamiento/argumento, escaleta de escenas, guión literario. Recursos para el storytelling y para la experimentación narrativa.
- La construcción del personaje como recurso narrativo. Temas, conflictos y arquetipos.
- La construcción del espacio como recurso narrativo. Las situaciones y la relación espacio-temporal.
- El género como recurso narrativo. Recursos y discurso del género. Hibridación. Estrategias de marketing.
- Tratamiento de la lengua oral para la escritura de diálogos.

EVALUACIÓN:

La evaluación es continua y acumulativa, y no hay recuperaciones sino re-escritura y re-elaboración. La nota se obtiene de la realización de las seis actividades que se llevarán a cabo:

- Actividad Espejo roto: 10%.
- Actividad The descendants: 10%.
- Actividad Sherlock: 15%.
- Actividad Twilight: 20%.
- Actividad cortometraje: 30%.
- Presentación argumentada de una propuesta de adaptación de largometraje: 15%.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Aranda, Daniel; De Felipe, Fernando. *Guión audiovisual*. Barcelona: UOC, 2006.
- Carrière, Jean-Claude; Bonitzer, Pascal. *Práctica del guión cinematográfico*. Barcelona: Paidós, 2004.
- Comparato, Doc. *El guión. Art i tècnica d'escriure per al cinema i la televisió*. Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1989.
- Seger, Linda. *El arte de la adaptación. Cómo convertir hechos y ficciones en películas*. Madrid: Rialp, 2000.

Complementaria

- Altman, R. *Los géneros cinematográficos*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Amis, Martin. *La guerra contra el cliché. Escritos sobre literatura*. Barcelona: Anagrama, 2003 (2001).
- Aparicio, Javier. *El desguace de la tradición. En el taller de la narrativa del siglo XX*. Madrid: Cátedra, 2011.
- Balló, Jordi; Pérez, Xavier. *La semilla inmortal*. Barcelona: Empúries, 1995.
- Cooper, Pat; Danciger, Ken. *El guión de cortometraje*. Madrid: IORTV, 2002.
- Crowe, Cameron. "Consejos de Wilder a los guionistas". *Conversaciones con Billy Wilder*. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- De Felipe, Fernando; Gómez, Iván. *Adaptación*. Barcelona: Trípodos, 2008.
- Feldman, Simón. *Guión argumental. Guión documental*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1986.
- Field, Syd. *El manual del guionista. Ejercicios e instrucciones para escribir un buen guión paso a paso*. Madrid: Ediciones Plot, 1995.
- Guerin, Marie Anne. *El relato cinematográfico. Sin relato no hay cine*. Barcelona: Paidós, Los pequeños Cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2004.
- Lodge, David. *El arte de la ficción*. Barcelona: Península, 1998.
- McKnee, Robert. *El Guión*. Barcelona: Alba, 2002.
- Romaguera y Ramió, J.; Alsina Thevenet, H. (eds). *Textos y manifiestos del cine*. Madrid: Cátedra, 1989.
- Salmon, Christian (2007). *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Península, 2008.
- Seger, Linda. *Como convertir un buen guión en un guión excelente*. Madrid: Rialp, 1991.

Taller de Tráiler

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

- Proporcionar al estudiante los fundamentos del tráiler tradicional, en la doble vertiente visual y sonora, y darle herramientas para la creación de piezas audiovisuales, partiendo del modelo cinematográfico clásico.
- Ampliar los conocimientos en nuevas estructuras creativas y narrativas a partir de las manifestaciones mediáticas actuales.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje audiovisual en sus diferentes géneros (tanto para discursos de ficción como de no ficción) y niveles de complejidad.
- Tener conocimientos de preproducción, producción y postproducción audiovisual.
- Saber realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia.
- Conocer cómo tratar la información audiovisual de forma didáctica y divulgativa.

CONTENIDOS:

1. Introducción: el tráiler:
 - El tráiler como epítome de la película.
 - La función promocional del tráiler.
 - Tipo de tráileres. Los teasers. Formas narrativas. La narración fílmica. Historia y narración.
 - Manifestaciones mediáticas del consumidor contemporáneo.
 - *Handmade trailers*.
2. Estructura:
 - Estructuras narrativas. El guión.
 - Escena. Secuencia. Acto. Clímax.
 - Códigos narrativos de los géneros.
 - Cómico. Dramático. Épico. Fantástico. Policial.
3. Elementos del tráiler: imagen y sonido:
 - El apartado visual. Teoría del montaje. Guión de montaje.
 - Preparación de los imágenes y su adecuación.
 - El apartado sonoro. Estructura sonora. Guión musical.
 - Música. Narrador (voz en *off*). Ambientes. Efectos sala (*Foley*).
4. Nuevos lenguajes:
 - Narrativas crossmedia y transmedia.
 - *Handmade trailers: Fake, Mashup y Recut*.

EVALUACIÓN:

- Ejercicios propuestos: 30%.
- Presentación oral: 10%.
- Elaboración de proyecto final (Handmade trailer): 60%.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Alberich, J; Roig, A. *Creación y producción audiovisual colaborativa. Implicaciones sociales y culturales del uso de software libre y recursos audiovisuales de código abierto*. UOC Papers [Artículo en línea]. Núm. 7. UOC 2.003 [01/02/2011]. http://www.uoc.edu/uocpapers/7/dt7esp/roig_alberich.pdf ISSN 1885-1541.
- Aumont, J.; Marie, M. *Análisis del film*. Barcelona: Paidós, 2002.
- Bordwell, D.; Thompson, K. *El arte cinematográfico*. Barcelona: Paidós, 1996.
- Casacuberta, D. *Creación colectiva. En internet el creador es el público*. Barcelona: Gedisa. 2003.
- Casetti, F. *Teorías del cine*. Madrid: Cátedra, 2000.
- Dornaletche, J. *Definición y naturaleza del trailer cinematográfico. Pensar la publicidad* [En línea], Vol. 1, núm. 2, págs. 99-116. 2007. [01/02/2011]. Disponible en <http://revistas.ucm.es/inf/18878598/articulos/PEPU0707220099.pdf>
- Fries, Bruce; Fries, Marty. *Audio digital práctico*. Anaya Multimedia. Medios Digitales y Creatividad. 464 págs. 18,50 x 24,00 cm. 2005.
- Woodhall, Woody. *Audio Production and Postproduction*. Jones & Bartlett Learning. 318 págs. 2010.

Complementaria

- Aumont, J. *Las teorías de los cineastas*. Barcelona: Paidós, 2004.
- Nichols, B.: *La representación de la realidad*. Barcelona: Paidós, 1997.
- Sonnenschein, David. *Sound Design: The Expressive Power of Music, Voice, and Sound Effects in Cine*. Michael Wiese Productions. 245 págs. 2001.
- Wyatt, Hilary; Amyes, Tim. *Postproducción de audio para TV y cine*. Escuela de Cine y Vídeo (Focal Press en inglés). 286 págs., 17x23cm. 2005 (3.ª edición)

Taller de Videoclips

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

La asignatura introduce al alumnado en el género de los videoclips y los montajes en los que la pieza sonora se convierte en capital para la creación artística.

El objetivo principal es combinar de manera eficaz la teoría y la técnica para que el alumnado construya una sólida base en relación a este tipo de proyectos audiovisuales.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener habilidad de búsqueda.
- Tener capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Saber diseñar y dirigir proyectos.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos del lenguaje audiovisual en sus diferentes géneros (tanto para discursos de ficción como de no ficción) y niveles de complejidad.
- Tener conocimientos de preproducción, producción y postproducción audiovisual.
- Tener capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales o multimedia.
- Saber realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia.
- Conocer cómo tratar la información audiovisual de forma didáctica y divulgativa.

CONTENIDOS:

Sesiones presenciales y trabajo dirigido:

1. Definición de videoclip. Precedentes y antecedentes:
visionado de trabajos realizados en cursos anteriores en referencia a la asignatura.
2. Historia del videoclip: visionado de la obra de Michel Gondry 1.
3. Géneros y tipologías: visionado de la obra de Michel Gondry 2.
4. Influencias y relaciones con otros formatos: visionado de la obra de Chris Cunningham 1.
5. Esquema del proceso completo de un clip: visionado de la obra de Chris Cunningham 2.
6. Idea inicial: visionado de la obra de Spike Jonze 1.
7. Desarrollo del guión literario: visionado de la obra de Spike Jonze 2.
8. Análisis de la canción: visionado de la obra de Anton Corbijn 1.
9. Diseño de la producción: visionado de la obra de Anton Corbijn 2.
10. Presupuesto. Partidas básicas: visionado de la obra de Jonathan Glazer 1.
11. Fotografía y técnicas de rodaje. Videoarte, cine: visionado de la obra de Jonathan Glazer 2.
12. La dirección artística: visionado de la obra de Mark Romanek 1.

13. Realizadores top. Ejemplos concretos: visionado de la obra de Mark Romanek 2.
14. Artista: imágenes y evolución de sus obras: visionado de la obra de Stéphane Sednaoui 1.
15. Producción, realización y rodaje: visionado de la obra de Stéphane Sednaoui 2.
16. Captura y montaje: visionado de la obra de otros directores importantes / MySpace.
17. Postproducción: visionado de la obra de otros directores importantes / YouTube.

EVALUACIÓN:

- Se formarán grupos de trabajo de entre tres y cuatro alumnos y deberán crear un proyecto teórico y realizar un videoclip de temática libre.
- La asistencia a clase contará como un 15% de la nota final.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- *Lenguaje del videoclip, textos mínimos*; Ana María Sedeño Valdellós, Universidad de Málaga.
- *Il videoclip*; Paolo Peverini, Meltemi, Roma.
- *Trailer, spot, clip, sito, banner*, Isabella Pezzini, Meltemi, Roma.
- *Video musical: precedentes, orígenes y características*, R. Llevará, Universidad Politécnica de Valencia, 1988, Valencia.
- *El videoclip como formato o género h*; YA Leguizamón, 2001, Tesis doctoral.
- *El discurso televisivo: el espectacular de la posmodernidad*; J. Gonzalez Requena, Madrid: Cátedra, 1992.

Complementaria

- *La Audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*; M. Chion, Barcelona: Paidós, 1993.
- *Music for Pleasure. Essays in the sociology of Pop*, S. Frith, Cambridge, Cambridge University Press, 1988.
- *Definiciones de videoclip, Apartado inicial del estudio: Inentio Video-clip: lecturas en la búsqueda del lector modelo de la videomúsica*; Mario Villagrán Fernández, México DF, 2003.
- *Breve historia del videoclip, Apartado introductorio del estudio: Inentio Video-clip: lecturas en la búsqueda del lector modelo de la videomúsica*; Mario Villagrán Fernández, México DF, 2003.
- *Visualizando la música: la imagen en la canción, Apartado introductorio del estudio: Inentio Video-clip: lecturas en la búsqueda del lector modelo de la videomúsica*; Mario Villagrán Fernández, México DF, 2003.
- *Videoclip musical: desarrollo industrial y últimas tendencias internacionales*; Ana María Sedeño Valdellós, Universidad de Málaga, revista electrónica Ciencias Sociales Online.
- *Estética del videoclip musical: el formato neobarroco*; Ana María Sedeño Valdellós, 2004.
- *El papel del videoclip musical en la creación de la identidad juvenil*; Ana María Sedeño Valdellós, en el marco del XII Encuentro de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá 2006.
- *El videoclip como mercanarrativa*; Ana María Sedeño Valdellós, UNED, *Revista Signa* 16, 2007, pp 493-504.
- *El video-clip musical*; Manuel Fandós IGAD, *Comunicar*, octubre, número 1, Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación, 1993, PP 94-97.
- *Videosfera: Fragmentación, Simultaneidad, Choque o Contraste y Modularidad en la Videosfera*; Ricardo Duque, 2002.