

**UVIC**

UNIVERSITAT DE VIC  
UNIVERSITAT CENTRAL  
DE CATALUNYA

# GUIA DE L'ESTUDIANT 2015-2016

FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

**GRAU EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES**



## ÍNDEX

PRESENTACIÓ . . . . .	1
FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ . . . . .	2
CALENDARI ACADÈMIC . . . . .	6
ORGANITZACIÓ DE L'ENSENYAMENT . . . . .	7
PLA D'ESTUDIS . . . . .	9
ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE PRIMER CURS . . . . .	13
Història de la Publicitat i les Relacions Públiques . . . . .	14
Tècniques de Redacció Informativa . . . . .	17
Bases of Creative Thinking and Innovation . . . . .	20
ASSIGNATURES OPTATIVES . . . . .	23

## PRESENTACIÓ

Aquesta Guia et proporciona la informació imprescindible de cara a planificar el curs amb encert, a més de donar-te referència de tots els serveis i possibilitats que t'ofereix la Facultat.

Els titulats i titulades de la nostra facultat estan notablement satisfets tant dels resultats com de la bona inserció professional que obtenen curs rere curs, gràcies sobretot a la relació de la Facultat amb el seu entorn (teixit empresarial i associatiu). Això ens estimula encara més a millorar tant com sigui possible la nostra oferta educativa, els nostres serveis i la nostra organització.

A nivell acadèmic, els plans d'estudi ofereixen optativitat per tal que puguis configurar l'itinerari curricular que més encaixi amb les teves característiques i interessos. Un itinerari que, fins i tot, pots cursar en anglès per potenciar el màxim el teu perfil internacional, en un entorn cada dia més globalitzat. Cal, però, que coneguis els perfils dels diversos tipus d'assignatures abans de prendre decisions que afectin la teva matriculació.

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

Esperem, en definitiva, que aprofitaràs al màxim el teu pas per la Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya perquè, al final, el teu període d'estudis hagi estat el més agradable i satisfactori possible.

Amb aquest objectiu treballem i restem a la teva disposició.

# FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

## Estructura

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

- Grau en Administració i Direcció d'Empreses
- Grau en Comunicació Audiovisual
- Grau en Periodisme
- Grau en Publicitat i Relacions Públiques
- Grau en Màrqueting i Comunicació Empresarial
- Doble Grau en Administració i Direcció d'Empreses ? Publicitat i Relacions Públiques (en sis anys)

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

La Facultat s'estructura en Deganat ?format pel degà, un vicedegà i el cap d'estudis?, Prefectura d'Estudis, Coordinació d'ensenyaments, departaments, àrees funcionals i secretaria. El Deganat és el màxim òrgan de govern de la Facultat; la Prefectura d'Estudis vetlla per l'organització acadèmica dels ensenyaments; els coordinadors d'ensenyament vetllen per l'organització i la continuïtat curricular de cada titulació; els departaments són les agrupacions de professors d'una mateixa àrea disciplinària; les àrees funcionals, amb els coordinadors corresponents, són àmbits de desenvolupament de nous projectes, de suport a la docència i de vinculació amb l'entorn i la secretaria dóna el suport administratiu.

El Deganat, la Prefectura d'Estudis, els coordinadors d'ensenyaments i la Secretaria de la Facultat són situats a la quarta planta de l'edifici F.

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

- Relacions Internacionals
- Formació Continuada
- Pràctiques

## Departaments

- Departament de Comunicació
- Departament d'Economia i Empresa

### Departament d'Economia i Empresa

- Patricia Amaral
- Nuria Arimany Serrat
- Anna Astals Seres
- Francesc Baque Puig
- Daniel Batlle
- Teresa Calzada
- Xavier Capelles Lopez
- Jordi Casas Vilaro
- Enric Casulleras Ambros
- Boyd Cohen
- Jose Antonio Corral Marfil
- Marc Fernández Buch
- Josep Lluís Garcia Domingo
- Joan-Albert Garcia Moga

- Ferran Gustau Jaen Coll
- Felix Jurado Escobar
- Raymond Lagonigro Bertran
- Rafael De Madariaga Sánchez
- Joan C. Martori Cañas
- Rafael Oliver Cuello
- Ramon Oller Pique
- M.Dolores Palomo Chinarro
- Anna M. Perez Quintana
- M.Antonia Pujol Famadas
- Anna M. Sabata Aliberch
- Carme Sáez Nieto
- Elisenda Tarrats Pons
- Josep Terradellas Cirera
- Manuel Úbeda Sierra
- Francesc X. Vicente Soriano
- Carme Viladecans Riera

### **Departament de Comunicació**

- Jordi Alavedra
- Celia Andreu Sánchez
- Oreste Attardi Colina
- Ivette Ballesteros Murlà
- Sílvia Barrios
- Mar Binimelis Adell
- Nuria Bover Jimenez
- Josep Burgaya Riera
- Gonzalo Calle Rosingana
- Núria Camps Casals
- Mireia Canals
- Montse Caralt
- Javier Carmona Sanchez
- Montserrat Casas Arcarons
- Jordi Català
- Ignasi Coll Parra
- Gerard Coll Planas
- Irene Colom Valls
- Carme Colomina Salo
- Marc Compte Pujol
- Ruth S. Contreras Espinosa
- Jordina Coromina Subirats
- Montserrat Corrius Gimbert
- Lucrezia Crescenzi Lanna
- Jordi Cusidó
- Xavier Docampo Sellarès
- Oscar Fernandez Ferrer
- Cristina Fernández
- Efrain Foglia Romero
- Elisabet Fonts Gonzalez
- Maria Forga Martel
- Gerard Franquesa Capdevila
- Joan Frigola Reig
- Xavier Ginesta Portet

- Santi Giraldo
- Zahaira F. Gonzalez Romo
- Carles Grau Bartrina
- Josefina Guix Soldevila
- Emma Louise Hitchen
- Santiago Jordan Avila
- M.Teresa Julio Gimenez
- Irene Llop Jordana
- Núria Mañé
- Guillem Marca Frances
- Raul Martinez Corcuera
- Anna M. Masferrer Giralt
- Joan Masnou Suriñach
- Eulalia Massana Molera
- Santos Miguel Mateos Rusillo
- Kathy Matilla Serrano
- Jessica Menéndez
- Ramon Miravitllas Pous
- Henry Naranjo Pérez
- Hector Ivan Navarro Guere
- Marc Oller
- Arnau Oriol Sanchez
- Ana M. Palomo Chinarro
- Julio Manuel Panizo Alonso
- Ricardo Parra González
- Cristina Perales Garcia
- M. Angels Pinyana Garriga
- Santiago Ponce Vivet
- Rosa Maria Pons Cerdà
- Jordi Ribot Punti
- Jordi De San Eugenio Vela
- Toni Sellas
- Albert Serra Girbau
- Jordi Serrat Manen
- Sergi Lluís Sola Saña
- Llorenç Soldevila Balart
- Ferran Terradellas
- Marta Tramullas Sandoval
- Clara E. de Uribe Gil
- Marc Vaillo Daniel
- Conrado Xalabarder Aulet
- Cristina Ylla

## **Òrgans de govern**

La gestió ordinària en el govern i administració de la Facultat correspon al Consell de Direcció, constituït pels següents càrrecs:

Degà

- Xavier Ferràs i Hernández

#### Vicedegà de Promoció i Relacions Externes

- Xavier Ginesta i Portet

#### Cap d'Estudis

- Eulàlia Massana i Molera

#### Coordinadora d'Administració i Direcció d'Empreses

- Carme Viladecans i Riera

#### Coordinador de Periodisme

- Sergi Sola i Saña

#### Coordinador de Publicitat i Relacions Públiques

- Guillem Marca Francés

#### Coordinadora de Comunicació Adiovisual

- Anna Palomo Chinarro

#### Coordinador de Màrqueting i Comunicació Empresarial

- Santiago Jordán Ávila

#### Directors de Departament

- Joan Frigola i Reig. Director del Departament de Comunicació
- Josep Lluís Garcia i Domingo. Director del Departament d'Empresa i Economia

#### Coordinador de Formació Continuada

- Xavier Ginesta i Portet

#### Coordinador acadèmic de Relacions Internacionals

- Pere Morera i Pérez

# CALENDARI ACADÈMIC

## Calendari acadèmic 2015-2016

Docència:

- Les 37 setmanes del curs acadèmic es distribuïran entre el 2 de setembre i el 27 de juny
- Les 30 setmanes de docència es distribuïran entre el 6 de setembre i el 4 de juny

Docència 1rQ:

- Del 14 de setembre a 22 de gener

Docència 2nQ:

- De l'1 de febrer a 3 de juny

Els ensenyaments de Màster i de Formació Continuada podran allargar aquests períodes

Vacances de Nadal:

- 24 de desembre de 2015 al 10 de gener de 2016, ambdós inclosos

Vacances de Setmana Santa:

- Del 19 de març al 28 de març de 2016, ambdós inclosos

Dies festius:

- Dilluns, 12 d'octubre de 2015 - el Pilar
- Dilluns, 7 de desembre de 2015 - pont de la Immaculada
- Dimarts, 8 de desembre de 2015 - la Immaculada
- Dissabte, 23 d'abril de 2016 - Festa Major UVic
- Dilluns, 16 de maig de 2016 - Segona Pasqua
- Divendres, 24 de juny de 2016 - Sant Joan
- Dimarts, 5 de juliol de 2016 - Festa Major de Vic

Observació: Aquest calendari està supeditat a la publicació de les festes locals, autonòmiques i estatals



# ORGANITZACIÓ DE L'ENSENYAMENT

## Metodologia

### Els crèdits ECTS

El crèdit ECTS (o crèdit europeu) és la unitat de mesura del treball de l'estudiant en una assignatura. Cada crèdit europeu equival a 25 hores que inclouen totes les activitats que realitza l'estudiant dins d'una determinada assignatura: assistència a classes, consulta a la biblioteca, pràctiques, treball de recerca, realització d'activitats, estudi i preparació d'exàmens, etc. Si una assignatura té 6 crèdits vol dir que es preveu que el treball de l'estudiant haurà de ser equivalent a 150 hores de dedicació a l'assignatura.

### Les competències

Quan parlem de competències ens referim a un conjunt de coneixements, capacitats, habilitats i actituds aplicades al desenvolupament d'una professió. Així doncs, la introducció de competències en el currículum universitari ha de possibilitar que l'estudiant adquireixi un conjunt d'atributs personals, habilitats socials, de treball en equip, de motivació, de relacions personals, de coneixements, etc., que li permetin desenvolupar funcions socials i professionals en el propi context social i laboral.

Algunes d'aquestes competències són comunes a totes les professions d'un determinat nivell de qualificació. Per exemple, tenir la capacitat de resoldre problemes de forma creativa, o de treballar en equip, són competències generals o transversals de pràcticament totes les professions. És de suposar que un estudiant universitari les adquirirà, incrementarà i consolidarà al llarg dels seus estudis, primer, i, després, en la seva vida professional.

Altres competències, en canvi són específiques de cada professió.

### L'organització del treball acadèmic

Les competències professionals plantegen l'ensenyament universitari més enllà de la consolidació dels continguts bàsics de referència per a la professió. Per tant, demana unes formes de treball complementàries a la transmissió de continguts i és per això que en els ensenyaments en modalitat presencial parlem de tres tipus de treball a l'aula o en els espais de la Universitat de Vic, que en el seu conjunt constitueixen les hores de contacte dels estudiants amb el professorat:

- Les sessions de **classe** s'entenen com a hores de classe que imparteix el professorat a tot el grup. Aquestes sessions inclouen les explicacions del professorat, les hores de realització d'exàmens, les conferències, les projeccions, etc. Es tracta de sessions centrades en algun o alguns continguts del programa.
- Les sessions de **treball dirigit** s'entenen com a hores d'activitat dels estudiants amb la presència del professorat (treball a l'aula d'ordinadors, correcció d'exercicis, activitats en grup a l'aula, col·loquis o debats, pràctiques a plató i a l'estudi de ràdio, seminaris en petit grup, etc.) Aquestes sessions podran estar dirigides a tot el grup, a un subgrup o a un equip de treball.
- Les sessions de **tutoria** són aquelles hores en què el professorat atén de forma individual o en petit grup els estudiants per conèixer el progrés que van realitzant en el treball personal de l'assignatura, orientar o dirigir els treballs individuals o grupals o per comentar els resultats de l'avaluació de les diferents activitats. La iniciativa de l'atenció tutorial pot partir del professorat o dels mateixos estudiants per plantejar dubtes sobre els treballs de l'assignatura, demanar orientacions sobre bibliografia o fonts de consulta, conèixer l'opinió del professorat sobre el propi rendiment acadèmic o aclarir dubtes sobre els continguts de l'assignatura. La tutoria és un element fonamental del procés d'aprenentatge de l'estudiant.

Dins el pla de treball d'una assignatura també s'hi preveuran les sessions dedicades al treball personal dels estudiants que són les hores destinades a l'estudi, a la realització d'exercicis, a la recerca d'informació, a la consulta a la biblioteca, a la lectura, a la redacció i realització de treballs individuals o en grup, a la preparació d'exàmens, etc.

### El Pla de treball

Aquesta nova forma de treballar demana planificació per tal que l'estudiant pugui organitzar i preveure la feina que ha de realitzar a les diferents assignatures. És per això que el Pla de treball esdevé un recurs important que possibilita la planificació i gestió del treball que ha de fer l'estudiant en un període de temps limitat.

El Pla de treball reflecteix la concreció dels objectius, continguts, metodologia i avaluació de l'assignatura dins l'espai temporal del semestre o del curs. Es tracta d'un document que guia per planificar temporalment les activitats concretes de l'assignatura de forma coherent amb els elements indicats anteriorment.

El Pla de treball és l'instrument que dona indicacions sobre els continguts i les activitats de les sessions de classe, les sessions de treball dirigit i les sessions de tutoria i consulta. En el Pla de treball s'hi concreten i planifiquen els treballs individuals i de grup i les activitats de treball personal de consulta, recerca i estudi que caldrà realitzar en el marc de l'assignatura.

El Pla de treball es centra bàsicament en el treball de l'estudiant i l'orienta perquè planifiqui la seva activitat d'estudi encaminada a l'assoliment dels objectius de l'assignatura i a l'adquisició de les competències establertes.

L'organització del pla de treball pot obeir a criteris de distribució temporal (quinzenal, mensual, semestral, etc.) o bé pot estar organitzat seguint els blocs temàtics del programa de l'assignatura (o sigui, establint un pla de treball per a cada tema o bloc de temes del programa).

### **Procés d'avaluació**

Segons la normativa vigent de la Universitat de Vic, "els ensenyaments oficials de grau s'avaluaran de manera continuada i hi haurà una única convocatòria oficial per matrícula". Aquesta convocatòria contempla dos períodes diferenciats d'avaluació.

El primer període es realitzarà al llarg de les setmanes de docència i durant la setmana de tancament de les assignatures al final de semestre. El segon període d'avaluació és de recuperació per als estudiants que no hagin superat l'avaluació continuada. Aquest període de recuperació acabarà al juny per a les assignatures del primer semestre i al setembre per a les del segon semestre. Aquells estudiants que no superin la fase de recuperació hauran de matricular i repetir l'assignatura el proper curs.

L'avaluació de les competències que l'estudiant ha d'assolir en cada assignatura requereix que el procés d'avaluació no es redueixi a un únic examen final. Per tant, s'utilitzaran diferents instruments per poder garantir una avaluació continuada i més global que tingui en compte el treball que s'ha realitzat per assolir els diferents tipus de competències. És per aquesta raó que parlem de dos tipus d'avaluació amb el mateix nivell d'importància:

- **Avaluació de procés:** Seguiment del treball individualitzat per avaluar el procés d'aprenentatge realitzat durant el curs. Aquest seguiment es pot fer amb les tutories individuals o grupals, el lliurament de treballs de cada tema i la seva posterior correcció, amb el procés d'organització i assoliment que segueixen els membres d'un equip de forma individual i col·lectiva per realitzar els treballs de grup, etc. L'avaluació del procés es farà a partir d'activitats que es realitzaran de forma dirigida o s'orientaran a la classe i tindran relació amb la part del programa que s'estigui treballant. Alguns exemples serien: comentari d'articles, textos i altres documents escrits o audiovisuals (pel·lícules, documentals, etc.); participació en debats col·lectius, visites, assistència a conferències, etc. Aquestes activitats s'avaluaran de forma continuada al llarg del quadrimestre.
- **Avaluació de resultats:** Correcció dels resultats de l'aprenentatge de l'estudiant. Aquests resultats poden ser de diferents tipus: treballs en grup de forma oral i escrita, exercicis de classe realitzats individualment o en petit grup, reflexions i anàlisis individuals en les quals s'estableixen relacions de diferents fonts d'informació més enllà dels continguts explicats pel professorat a les sessions de classe, redacció de treball individuals, exposicions orals, realització d'exàmens parcials o finals, etc.

## PLA D'ESTUDIS

Tipus de matèria	Crèdits
Formació Bàsica (FB)	60
Obligatòria (OB)	129
Optativa (OP)	30
Treball de Fi de Grau (TFG)	9
Pràctiques Externes (PE)	12
Total	240

PRIMER CURS	Crèdits	Tipus
Advertising and Public Relations Copywriting Basics	6,0	FB
Empresa	6,0	FB
Història de la Publicitat i les Relacions Públiques	6,0	FB
Sociologia General del Consumidor	6,0	FB
Tècniques de Redacció Informativa	3,0	OB
Tècniques de Redacció Persuasiva	3,0	OB
Bases of Creative Thinking and Innovation	6,0	OB
Comunicació Corporativa	6,0	FB
Coolhunting: New Social, Cultural and Consumer Trends	3,0	OB
Disseny Gràfic	6,0	FB
Introducció al Màrqueting	6,0	OB
Psicologia del Consumidor	3,0	OB

## SEGON CURS

	<b>Crèdits</b>	<b>Tipus</b>
Advertising and Public Relations International Campaings Management	6,0	OB
Comunicació Interna	3,0	OB
Creativitat Aplicada	6,0	OB
Estadística de Mercats	6,0	FB
Producció Audiovisual Publicitària	6,0	OB
Producció Radiofònica Publicitària	3,0	OB
Corporate Social Responsibility	3,0	OB
Creativitat en Relacions Públiques	6,0	OB
Fotografia Publicitària	6,0	FB
Investigació de Mercats	6,0	FB
Personal Branding	3,0	OB
Projectes de Disseny Gràfic	6,0	FB

## TERCER CURS

	<b>Crèdits</b>	<b>Tipus</b>
Audiovisual Media Post-production	3,0	OB
Creativitat a Internet	3,0	OB
Direcció de Comptes	6,0	OB
Gestió de l'Agència de Publicitat i Relacions Públiques	3,0	OB
Legislació Publicitària i Protecció del Consumidor	3,0	OB
Relació amb els Mitjans	6,0	OB
Construcció de Marca i Planificació de la Comunicació	6,0	OB
Estratègies Digitals	3,0	OB
Gestió de l'Anunciant	3,0	OB
Network, 2.0 & Content Curator	3,0	OB
Planificació de Mitjans	6,0	OB
Protocol Empresarial	3,0	OB
Optatives	12,0	OP

## QUART CURS

	Crèdits	Tipus
Campanyes 360°	6,0	OB
Engagement & One to One Communication	6,0	OB
Brand Content	3,0	OB
Noves Tendències en Comunicació	3,0	OB
Planificació i Avaluació de Mitjans en Línia	3,0	OB
Pràctica de la Comunicació	12,0	PE
Treball de Fi de Grau	9,0	TFG
Optatives	18,0	OP

## OPTATIVES - SENSE ITINERARI

	Crèdits
Brand Building	6,0
Comunicació de Salut	3,0
Direcció Comercial i Gestió de Xarxes Comercials	3,0
Cerimonial i Protocol	3,0
Comunicació de Crisi	3,0
Creació d'Empreses de Comunicació	3,0
Construcció de Marca Territorial	3,0
Cross-Cultural Studies	6,0
Campanyes Polítiques i Institucionals	3,0
Anàlisi de Campanyes	6,0
Art i Publicitat	3,0
Creativitat Publicitària	3,0
Brand Design	6,0
Embalatge	3,0
Direcció d'Art	6,0
Investigació d'Audiències	6,0
Màrqueting Estratègic	6,0
Entrepreneurship	6,0
Publicitat i Relacions Públiques a Internet	3,0
Organització d'Esdeveniments i Congressos	3,0
Expressió Oral i Comunicació No Verbal	3,0

**OPTATIVES - SENSE ITINERARI**

	<b>Crèdits</b>
Lobbisme Europeu i Internacional	3,0
Leadership, Business and Society	6,0
Global Communication Strategies	6,0
Social Media	3,0
Projectes de Comunicació en Relacions Públiques	6,0
Redacció Publicitària	3,0
Media Convergence	3,0
Retoc Fotogràfic i Disseny en 3D	6,0
Projectes de Comunicació en Publicitat	6,0

## **ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE PRIMER CURS**

## Història de la Publicitat i les Relacions Públiques

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Ana M. Palomo Chinarro

### OBJECTIUS:

---

L'objectiu bàsic d'aquesta assignatura teòrica és elaborar, amb la col·laboració dels alumnes, una aproximació a la història de la Publicitat i de les Relacions Públiques a partir dels materials bibliogràfics adients i de la reflexió conjunta. Es posarà l'èmfasi en els esdeveniments i les singularitats de la història de la publicitat partint de l'anàlisi dels factors polítics, ideològics, econòmics, tecnològics, entre d'altres.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Adquireix els coneixements teòrics bàsics de la matèria
- Analitza les diferents etapes històriques, corrents i manifestacions de la història de la Publicitat i de les RRPP
- Utilitza amb rigor el vocabulari bàsic
- Ubica un producte en el seu context històric

### CONTINGUTS:

---

#### 1. Reflexions inicials

- 1.1. A propòsit de les teories i els models de la comunicació
- 1.2. Definició i punt de partida de la publicitat

#### 2. Antecedents orals i escrits de la publicitat

- 2.1. Món clàssic
- 2.2. Edat mitjana
- 2.3. Importància de l'aparició de l'impremta

#### 3. Orígens de la publicitat

- 3.1. Revolució industrial a Anglaterra
- 3.2. Propaganda política a França
- 3.3. Aparició d'una professió. Pioners
- 3.4. Marca i Exposicions Universals
- 3.5. Diaris, revistes i cartells



#### **4. Propaganda i guerres**

- 4.1. Propaganda durant la 1<sup>a</sup> GM
- 4.2. Propaganda durant la 2<sup>a</sup> GM
- 4.3. Cinema i ràdio

#### **5. Desenvolupament de l'activitat publicitària a l'època del consum**

- 5.1. Del cinema a la televisió
- 5.2. Ascens del màrqueting
- 5.3. Publicitat electrònica

#### **6. Breu esquema històric de la publicitat a Espanya**

- 6.1. Pioners
- 6.2. Cartells comercials del segle XIX
- 6.3. Modernisme
- 6.4. Desenvolupament: anys de ràdio i televisió
- 6.5. Publicitat i democràcia

#### **7. Història de les relacions públiques**

- 7.1. Breu cronologia de les RRPP als EUA
- 7.2. Breu cronologia de les RRPP a Europa
- 7.3. Breu cronologia de les RRPP a Espanya

#### **AVALUACIÓ:**

---

L'avaluació de l'assignatura consta de tres parts:

? L'assistència i la participació a classe tindrà un valor del 10% de la nota final.

? S'avaluaran els continguts parcials a través d'exercicis individuals i d'un treball de grup. Aquestes tasques tindran un valor del 60% de la nota final.

? Al final del quadrimestre es farà una prova escrita per avaluar el grau de coneixement general del programa. Aquesta prova escrita tindrà un valor del 30% de la nota final. Si no es supera es podrà recuperar en l'avaluació complementària.

**Per considerar les avaluacions dels continguts parcials, és una condició indispensable aprovar la prova escrita final**

#### **BIBLIOGRAFIA:**

---

? ANAUT, N. (1990). Breve historia de la publicidad. Buenos Aires: Claridad

? BARQUERO, J.D. (2000). El libro de oro de las relaciones públicas. Barcelona: Gestión

? CLARK, E. (1989). La publicidad y su poder. Barcelona: Planeta

? CROWLEY, D. ? HEYER, P. (1997). La comunicación en la historia. Barcelona: Bosch

? DOUGLAS, T. (1987). Guía completa de la publicidad. Madrid: Hermann Blume

? EGUIZÁBAL MAZA, R. (1998). Historia de la publicidad. Madrid: Eresma & Celeste

? FAURA, F. (1976). Historia de la publicidad. Barcelona: Producciones Editoriales

? FAUS BELAU, A. (1995). La era audiovisual. Historia de los primeros cien años de radio y televisión. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias

? FLICHY, P. (1998). Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada. Barcelona: Gustavo Gili

? GALLIOT, M. (1955). La publicité a travers les âges. París: Hommes et Techniques

? GARCÍA HUESCAS, F. (1971). Historia de la publicidad en España. Madrid: Editora Nacional

- ? HERREROS, M. (1995). La publicitat. Fonaments de la comunicació publicitària. Barcelona: Pòrtic Media
- ? LUCAS, G. ? DORRIAN, M. (2006). Publicidad de Guerrilla. Barcelona: Gustavo Gili
- ? MATTELART, A. (1991). La publicidad. Barcelona: Paidós
- ? MEDINA, A. (2004). Apuntes para un cambio de siglo publicitario. Madrid: Cinca
- ? NOGUERO, A. (1995). La función de las relaciones públicas: historia, teoría y marco legal. Barcelona: ESERP-EIB
- ? PACHECO RUEDA, M. (2000). Cuatro décadas de publicidad exterior en España. Madrid: Ediciones Ciencias Sociales
- ? PÉREZ RUIZ, M.A. (2002). La publicidad en España. Anunciantes, agencias y medios. Madrid: Fragua
- ? PUIG, J.J. (1996). Cinco mil años de historia del comercio y la publicidad. Barcelona: Rosal Jai
- ? QUALTER, T.H. (1994). Publicidad y democracia en la sociedad de masas. Barcelona: Paidós
- ? SÁNCHEZ GUZMÁN, J. (1989). Breve historia de la publicidad. Madrid: Ciencia
- ? SATUÉ, E. (1988). El diseño gráfico (desde los orígenes hasta nuestros días). Madrid: Alianza Forma
- ? TUNGATE, M. (2008). El universo publicitario. Una historia global de la publicidad. Barcelona: Gustavo Gili
- ? VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (1985). Historia y comunicación social. Madrid: Alianza
- ? WILLIAMS, R. (1992). Historia de la comunicación. Vol. 1: Del lenguaje a la escritura. Barcelona: Bosch
- ? WILLIAMS, R. (1992). Historia de la comunicación. Vol. 2: De la imprenta a nuestros días. Barcelona: Bosch

## Tècniques de Redacció Informativa

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Jordina Coromina Subirats
- Llorenç Soldevila Balart

### OBJECTIUS:

---

A **Tècniques de Redacció Informativa** es reforcen i consoliden els coneixements lingüístics bàsics i generals que l'alumnat ha estat treballant durant les fases educatives prèvies als estudis universitaris; tot plegat amb l'objectiu de fonamentar una bona base per als aprenentatges superiors en llenguatge acadèmic del grau universitari. S'introdueixen, així mateix, els primers conceptes i la pràctica dels gèneres específics de l'àmbit de les relacions públiques i la seva escriptura especialitzada.

Els objectius d'aprenentatge són:

- a) Consolidar els coneixements lingüístics de morfologia, sintaxi i lèxic de nivell superior del català (CB1, T6).
- b) Saber utilitzar els aspectes lingüístics i els recursos variats que la llengua emprava en les diverses situacions comunicatives, orals i escrites (CB1, CB4, T6).
- c) Saber distingir i redactar els textos acadèmics expositiu i argumentatiu, necessaris per poder accedir als gèneres especialitzats (T6, E12).
- d) Conèixer els gèneres específics de les relacions públiques (G3, T7, E3).

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

Els **resultats d'aprenentatge**, associats directament als objectius previstos, són que l'alumnat, en acabar la docència de l'assignatura:

- 1 Sap expressar-se correctament en català (CB1, CB4, T6).
- 2 Sap identificar errors gramaticals i resoldre'ls (CB1).
- 3 Sap elaborar un text que sigui coherent i adequat a la situació comunicativa, oral i escrit (T6, T7, E3).
- 4 Coneix les característiques i la funció dels gèneres discursius de l'àmbit acadèmic: exposició i argumentació, i dels gèneres especialitzats de les relacions públiques (T7, E3, E12).
- 5 Sap elaborar textos especialitzats de les relacions públiques (T7, E3, E12).

### CONTINGUTS:

---

#### Temari

## 1. CONEIXEMENT DE LA LLENGUA

1.1 Gramàtica del mot i la frase. Revisió d'aspectes de morfosintaxi.

1.2 Gramàtica del text:

a) coherència textual: organització de la informació i progressió temàtica,

b) cohesió textual: mecanismes de referència, connectors, puntuació.

1.3 Consulta i manipulació del material bibliogràfic de suport (en paper i electrònicament).

## 2. TÈCNIQUES DE REDACCIÓ

2.1 Redacció informativa a les relacions públiques. Definició, funcions i caracterització.

2.2 Tècniques de redacció i procés de composició de textos: planificació, textualització i revisió.

2.3 Gèneres especialitzats de les relacions públiques: periodisme informatiu i textos de les relacions públiques segons la intenció, el públic objectiu i els contextos. Pràctica.

2.4 Comunicació oral de les relacions públiques. Pràctica.

## AVALUACIÓ:

---

L'avaluació de l'assignatura és continuada, i preveu una avaluació del procés d'aprenentatge i una avaluació dels resultats, segons els càlculs següents:

**Avaluació del procés d'aprenentatge:** Inclou les activitats o tasques de classe i el treball personal fora de l'aula, **60 %**. Resultats d'aprenentatge: CB1, CB4, T6, T7, E3.

**Avaluació dels resultats d'aprenentatge:** Inclou dues pràctiques textuais o projectes en tot el seu procés d'execució (preparació, redacció i revisió), **40 %**. Resultats d'aprenentatge: T7, E3, E12.

**-Totes les produccions orals i escrites de l'assignatura es faran en català.**

**-Cal aprovar com a mínim amb un 5 totes dues avaluacions, la de procés i la de resultats, per poder fer els càlculs de la nota final de l'assignatura.**

### Nivell de normativa de la llengua

Per aprovar l'assignatura cal tenir un nivell superior de la normativa de la llengua; no s'admeten més de deu faltes de normativa als textos, tinguin la llargada que tinguin.

### Recuperació de part de la matèria

Es podrà recuperar durant el període establert per la Facultat una de les dues pràctiques textuais de l'avaluació de resultats, que correspon a un 20 % del valor de la matèria.

## BIBLIOGRAFIA:

---

### Bibliografia bàsica

Baró, T. (2011). *Parlar i convèncer. Receptes per a fer bones presentacions en públic*. Barcelona: Serbal.

Cassany, D. (2007). *Esmolar l'eina. Guia de redacció per a professionals*. Barcelona: Empúries.

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

Coromina, E. (2008). Signes de puntuació. Dins *El 9 Nou / El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Premsa d'Osona, p. 173-188.

Fernández Cavia, J.; Huertas Roig, A. (2009). *Redacción en relaciones públicas*. Madrid: Pearson.

### Bibliografia complementària

Tipologia textual i composició de textos

*Argumenta*. Recurs per treballar les competències lingüístiques i comunicatives en l'àmbit acadèmic i professional [en línia]:

[http://wuster.uab.es/web\\_argumenta\\_obert](http://wuster.uab.es/web_argumenta_obert)

Arroyo, C.; Garrido, F. J. (1998). *Libro de estilo universitario*. Madrid: Acento Editorial.

Bibiloni, G. (2000). *Llengua estàndard i variació lingüística*. València: Eliseu Climent.

Cassany, D. (1995). Què és el codi escrit?. Dins *Descriure escriure. Com s'aprèn a escriure*. Barcelona, Empúries.

Castellà, J. M. (1996). *De la frase al text. Teories de l'ús lingüístic*. Barcelona: Empúries.

Toutain, F. (2000). *Sobre l'escriptura*. Barcelona: Blanquerna Tecnologia i Serveis, S. L., Facultat de Comunicació Blanquerna.

## Diccionaris

Abril, J. (1997). *Diccionari pràctic de qüestions gramaticals*. Barcelona, Edicions 62.

*Diccionari castellà-català* (1997, 3a edició). Barcelona: Enciclopèdia Catalana.

Institut d'Estudis Catalans (2007, 2a edició). *Diccionari de la llengua catalana*. Barcelona: Edicions 62, Enciclopèdia Catalana. (Versió en línia, <http://www.iec.cat>.)

Ginebra, J.; Montserrat, A. (1999). *Diccionari d'ús dels verbs catalans*. Barcelona: Edicions 62.

Paloma, D.; Rico, A. (1998). *Diccionari de dubtes del català*. Barcelona, Edicions 62.

Paloma, D.; Rico, A. (2000). *Diccionari de pronunciació en català*. Barcelona: Edicions 62.

Pey, S. (1997). *Diccionari de sinònims i antònims*. Barcelona: Teide.

## Gramàtiques i manuals de referència

Badia, J.; Brugarolas, N.; Torné, R.; Fargas, X. (1997). *El llibre de la llengua catalana*. Barcelona: Castellnou.

Castellanos i Vila, J. A. (2007). *Manual de pronunciació: criteris i exercicis d'elocució*. Vic: Eumo, 2004. Barcelona: Empúries.

Coromina, E.; Casacuberta, X.; Quintana, D. (2000). *El treball de recerca. Procés d'elaboració, memòria escrita, exposició oral i recursos*. Vic: Eumo Editorial.

Direcció General de Política Lingüística, Generalitat de Catalunya. *Aprendre català a Internet* [en línia]: <http://www.parla.cat>.

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

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

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

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

Ruaix, J. (1998). *Exercicis del català complet/2*. Moià: J. Ruaix.

Ruaix, J. (1998). *Clau dels exercicis del català complet/2*. Moià: J. Ruaix.

Serveis Lingüístics de la Universitat de Vic [en línia]: <http://sl.uvic.cat>.

Termcat, Centre de Terminologia Catalana (2001). *Nou diccionari de neologismes*. Barcelona: Edicions 62.

Termcat, Centre de Terminologia Catalana [en línia]: <http://www.termcat.cat>.

Xuriguera, J. B. (2005). *Els verbs conjugats*. Barcelona: Claret.

## Bases of Creative Thinking and Innovation

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- M. àngels Pinyana Garriga

### OBJECTIUS:

---

This course aims at providing an insight into creative thinking and innovation. It sheds light on the difference between creative thinking as opposed to critical thinking, as well as increasing the students understanding on the strategies and techniques used for creativity and, subsequently, to innovate. At the same time, this course aims at reinforcing language accuracy, widening students' range of vocabulary, and refining their use of speaking, reading and writing skills.

### COMPETÈNCIES

---

#### Bàsiques

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.
- Saber aplicar els coneixements a la feina i en la vocació d'una manera professional i posseir les competències que se solen demostrar mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes en l'àrea d'estudi pròpia.

#### Transversals

- Emprar diferents formes de comunicació, tant orals com escrites o audiovisuals, en la llengua pròpia i en llengües estrangeres, amb un alt grau de correcció en l'ús, la forma i el contingut.
- Esdevenir l'actor principal del propi procés formatiu amb l'objectiu d'aconseguir una millora personal i professional i d'adquirir una formació integral que permeti aprendre i conviure en un context de diversitat lingüística, amb realitats socials, culturals i econòmiques molt diverses.

### CONTINGUTS:

---

#### PART 1 CREATIVITY AND INNOVATION

##### The creative mind-set

- Creativity, innovation, imagination and talent
- The importance of creativity
- Critical thinking vs creative thinking

- The creative process
- Creativity blocking attitudes
- Positive attitudes for creativity
- Spontaneous and deliberate paths to creativity
- Cognitive disinhibition and creativity

### **Innovation**

- What an innovation is
- Describing innovations
- Vocabulary on Innovation

### **Tools for creativity**

- Awareness, sensory input and experience
- Ideation
- Imagination
- Pictures, patterns and abstractions
- Visualization
- Reflection

### **Creativity Techniques**

#### **PART 2 USE OF ENGLISH**

### **Grammar**

- Future
- Conditionals
- Articles
- Modals
- Gerunds and infinitives
- Reported Speech

### **Functional language**

- Agreeing
- Disagreeing
- Asking for Opinions
- Giving Advice and Suggestions
- Giving opinion

### **Skills work**

- Presenting
- Reading (skimming and scanning)
- Essay writing

### **AVALUACIÓ:**

---

Presentation: 10%  
 Use of English (includes essays)  
 test 1: 15%  
 test 2: 15%  
 Reading test: 5%

Creativity toolbox: 10%  
Speaking:  
test 1: 10%  
test 2: 10%  
Class participation: 25%

In the event the student fails the course, he/she will have the possibility to resit ONLY the *Use of English* part (30%) and the *Reading test* (5%)

Attendance and active participation is compulsory. If a student does not attend a minimum of 80% of classes, he/she will not be assessed. Therefore, the course will be failed.

Pass mark is 5 out of 10.

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

Al, Ries, and Ries Laura. (2002) *The 22 immutable laws of branding*. NY: HarperBusiness.

Tim Levy (2013) *Creativity and Innovation. Accessing and optimizing your inner visionary, entrepreneur, artist and muse*. Tim Levy and Associates LLC

Mann, Malcolm, and Steve Taylore-Knowles. (2008) *Destination B1: Grammar & Vocabulary*. Macmillan Education.

Mann, Malcolm and Taylore-Knowles, Steve. (2006) *Destination B2: Student's book*. Macmillan Education.



## **ASSIGNATURES OPTATIVES**