



UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL
DE CATALUNYA

GUIA DE L'ESTUDIANT 2017-2018

FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ
GRAU EN PERIODISME



ÍNDEX

PRESENTACIÓ	1
FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ	2
CALENDARI ACADÈMIC	6
ORGANITZACIÓ DE L'ENSENYAMENT	7
PLA D'ESTUDIS	10
ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE PRIMER CURS	13
Economia i Empresa	14
Història Contemporània	18
Història de la Comunicació	21
Llengua Catalana	23
Llengua Espanyola	27
Sociologia General i de la Comunicació	30
Estructura del Sistema de Comunicació	34
Fonts d'Informació	37
Introduction to English for Journalism	40
Taller d'Informàtica	43
Taller de Redacció de Premsa I	46
Taller de Redacció i Locució en Mitjans Audiovisuals	50
ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE SEGON CURS	52
Estadística Aplicada a la Comunicació	53
Taller de Ràdio	56
Taller de Televisió	59
Teories de la Comunicació	62
Written English for Journalism	65
Edició de Premsa	69
Introducció a la Comunicació de les Organitzacions	71
Llenguatges de la Comunicació	75
Spoken English for Journalism	78
Taller de Comunicació Gràfica	81
Taller de Redacció de Premsa II	84
ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE TERCER CURS	88
Comunicació Digital Interactiva	89
Disseny de Premsa	92
Dret a la Informació	96
Taller de Fotografia	100
Taller de Producció Audiovisual	104
Història del Periodisme	107
Mètodes d'Investigació en Comunicació	110
Periodisme en Línia	113
Taller d'Infografia	117
Taller de Comunicació Interactiva	120
Taller de Redacció de Premsa III	123
ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE QUART CURS	126
Ètica Professional	127
Periodisme d'Investigació	131
Periodisme Institucional i d'Empresa	136
Comunicació de Proximitat	139
Sistema Polític i Constitucional Espanyol	142
Pràctiques en Empreses	146
Treball de Fi de Grau	149
ASSIGNATURES OPTATIVES	153
Brand Building	154
Cross-Cultural Studies	159
Documentary Workshop	162

Global Communication Strategies	165
Global Marketing	169
Internal Communication	171
International Affairs	174
International Journalism	176
Leadership, Business and Society	179
Periodisme Cultural	181
Periodisme Esportiu	184
Periodisme Polític	188
Social Journalism	193
Social Media	196
Sports Marketing	198
Taller Avançat de Ràdio	201
Taller de Fotoperiodisme	203
Taller de Producció de Comunicació	207

PRESENTACIÓ

Aquesta guia et proporciona la informació imprescindible per a planificar el curs amb encert, a més de donar-te referència de tots els serveis i possibilitats que t'ofereix la Facultat d'Empresa i Comunicació d'aquesta Universitat.

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) canalitzat a través d'uns professors amb àmplia experiència professional i d'un Servei de Carreres Professionals (SCP) a través del qual podràs gestionar les teves estades de pràctiques en empreses. 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 nostres plans d'estudi combinen una troncalitat adaptada a les necessitats dels diversos sectors (empresa i comunicació) i una optativitat que et permetrà configurar l'itinerari curricular que més encaixi amb les teves característiques i interessos personals. Són un conjunt d'assignatures optatives que, fins i tot, pots cursar en anglès per potenciar al 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. Si tens previst fer una estada internacional durant els teus anys a la Universitat, també convé que et dirigeixis a la nostra Unitat de Relacions Internacionals des de bon començament.

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 fer pràctiques en empreses, l'oportunitat de fer estades d'estudis a l'estranger en el marc dels programes d'intercanvi internacional, de recórrer als tutors 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 aprofitis 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 sigui al 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 titulacions següents:

- 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)
- Doble grau en Administració i Direcció d'Empreses - Màrqueting i Comunicació Empresarial (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 estan situats a la quarta planta de l'edifici F.

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

- Relacions Internacionals
- Formació Continua
- Pràctiques

Departaments

- Departament de Comunicació
- Departament d'Economia i Empresa

Departament d'Economia i Empresa

- Núria Arimany Serrat
- Francesc Baqué Puig
- Maria Teresa Calzada Balcells
- Javier Capelles López
- Jordi Casas Vilaró
- Enric Casulleras Ambrós
- Boyd Derek Cohen
- José Antonio Corral Marfil
- Patricia Cristina Dos Santos Amaral
- Cèsar Duch Martorell
- Xavier Ferràs Hernández
- Josep Lluís Garcia Domingo

- Joan Albert Garcia Moga
- Ferran Gustau Jaén Coll
- Fèlix Jurado Escobar
- Raymond Lagonigro Bertran
- Rafael de Madariaga Sánchez
- Joan C. Martori Cañas
- Petra Alexandra Nylund
- Rafael Oliver Cuello
- Ramon Oller Piqué
- M. Dolores Palomo Chinarro
- Anna M. Pérez Quintana
- M. Antònia 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 Comas
- Anna Astals Seres
- Oreste Attardi Colina
- Ivette Ballesteros Murlà
- Sílvia Barrios Baena
- Daniel Batlle Garcia
- M. del Mar Francina Binimelis Adell
- Núria Bover Jiménez
- Josep Burgaya Riera
- Gonzalo Calle Rosingana
- Javier Carmona Sánchez
- Montserrat Casas Arcarons
- Jordi Català Domínguez
- Ignasi Coll Parra
- Gerard Coll Planas
- Irene Colom Valls
- Carme Colomina Salo
- Marc Compte Pujol
- Ruth Sofía Contreras Espinosa
- Jordina Coromina Subirats
- Montserrat Corrius Gimbert
- Lucrezia Crescenzi Lanna
- Jordi Cusidó Roura
- Xavier Docampo Sellarès
- Marc Fernández Buch
- Òscar Fernández Ferrer
- Cristina Fernández Rovira
- Efraín Foglia Romero
- Elisabet Fonts Gonzalez
- María Francisca Forga Martel
- Gerard Franquesa Capdevila
- Joan Frigola Reig

- Xavier Ginesta Portet
- Santiago Giraldo Luque
- Zahaira F. González Romo
- Carles Grau Bartrina
- Josefina Guix Soldevila
- Emma Louise Hitchen
- Santiago Jordán Ávila
- M. Teresa Julio Gimenez
- Irene Llop Jordana
- Núria Mañé Montane
- Guillem Marca Francès
- Raúl Martínez Corcuera
- Anna M. Masferrer Giralt
- Joan Masnou Suriñach
- Eulàlia Massana Molera
- Santos Miguel Mateos Rusillo
- Kathy Matilla Serrano
- Jéssica Ana Menéndez Signorini
- Ramon Miravitllas Pous
- Henry Naranjo Pérez
- Héctor Ivan Navarro Guere
- Marc Oller Sánchez
- Arnau Oriol Sánchez
- Ana M. Palomo Chinarro
- Julio Manuel Panizo Alonso
- Ricardo Parra González
- Cristina Perales García
- M. Àngels Pinyana Garriga
- Santiago Ponce Vivet
- Rosa Maria Pons Cerdà
- Jordi Ribot Puntí
- Jordi de San Eugenio Vela
- Antoni Sellas Güell
- Albert Serra Girbau
- Jordi Serrat Manén
- Sergi Lluís Solà Saña
- Llorenç Soldevila Balart
- Ferran Tarradellas Espuny
- Marta Tramullas Sandoval
- Clara E. de Uribe Gil
- Marc Vaíllo Daniel
- Jose Manuel Viñolo Locubiche
- Conrado Xalabarder Aulet
- Cristina Ylla Parareda

Òrgans de govern

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

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 Solà 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
- Elisenda Tarrats i Pons, directora 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 2016-2017

Docència

- El curs acadèmic es distribuirà entre el 12 de setembre i el 30 de juny.
- Els ensenyaments de Màster i de Formació Continuada podran allargar aquest període.

Docència del 1r quadrimestre

- 12 de setembre a 20 de gener (del 9 a 20 de gener: darreres proves).
- Període de repesques de primer semestre: 23 a 27 de gener.

Docència del 2n quadrimestre

- 30 de gener a 2 de juny (del 29 de maig a 9 de juny: darreres proves).
- Període de repesques de segon semestre: 22 de maig a 2 de juny.
- Defensa del TFG: 6 a 16 de juny.

Vacances de Nadal

- Del 23 de desembre de 2016 al 8 de gener de 2017, ambdós inclosos.

Vacances de Setmana Santa

- Del 10 d'abril al 17 d'abril de 2017, ambdós inclosos.

Dies festius

- 12 d'octubre, el Pilar
- 31 d'octubre, pont
- 1 de novembre, Tots Sants
- 5 de desembre, pont
- 6 de desembre, dia de la Constitució
- 8 de desembre, la Immaculada
- 1 de maig, Festa del Treball
- 5 de juny, Dilluns de Pasqua Florida
- 24 de juny, Sant Joan
- 5 de juliol, Sant Miquel
- 11 de setembre, la Diada

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

ORGANITZACIÓ DE L'ENSENYAMENT

Objectius generals

Els estudis del Grau de Periodisme de la Universitat de Vic proporcionen una formació professional i acadèmica àmplia adaptada a la societat actual en la qual els periodistes tenen cada vegada perfils més polivalents per gestionar la informació. Així, quan l'estudiant acabi els estudis ha de tenir coneixements teòrics, metodològics i instrumentals que li permetin, entre d'altres competències, ser capaç de:

- Tenir curiositat i interès per l'actualitat, els esdeveniments locals, nacionals o mundials a més d'estar sempre àvid per saber el que passa arreu.
- Saber buscar, contrastar, jerarquitzar, analitzar, sintetitzar i comunicar amb criteri la informació periodística.
- Saber obtenir informació exclusiva a partir de fonts d'informació pròpies.
- Tenir habilitat per comunicar en el llenguatge propi de cadascun dels mitjans (premsa, fotografia, ràdio, televisió), així com en les formes combinades multimèdia i en suports digitals a la xarxa.
- Tenir capacitat de fer exposicions raonades i coherents, a més de saber formular preguntes intel·ligents i fer bones entrevistes.
- Tenir habilitat per expressar-se amb fluïdesa i eficàcia comunicativa en les llengües pròpies de manera oral i escrita, sabent aprofitar els recursos més adequats dels diferents mitjans de comunicació.
- Saber realitzar les tasques periodístiques principals desenvolupades a partir d'àrees temàtiques aplicant gèneres i procediments periodístics.
- Conèixer els processos informatius i comunicatius, així com els principals corrents i teories que els formalitzen i critiquen des d'un punt de vista conceptual metodològic i investigatiu.
- Conèixer l'estat del món i la seva evolució històrica recent per comprendre els seus paràmetres bàsics (polítics, econòmics, sociològics i culturals).
- Conèixer l'impacte social de les tecnologies informatives i saber utilitzar els sistemes i recursos informàtics amb finalitats periodístiques i aplicacions interactives.
- Tenir habilitats per al disseny en els mitjans de comunicació.

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 dóna 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
Optatives	-	OP

PRIMER CURS	Crèdits	Tipus
Economia i Empresa	6,0	FB
Història Contemporània	6,0	FB
Història de la Comunicació	6,0	FB
Llengua Catalana	3,0	OB
Llengua Espanyola	3,0	OB
Sociologia General i de la Comunicació	6,0	FB
Estructura del Sistema de Comunicació	6,0	FB
Fonts d'Informació	3,0	OB
Introduction to English for Journalism	6,0	FB
Taller d'Informàtica	3,0	OB
Taller de Redacció de Premsa I	6,0	FB
Taller de Redacció i Locució en Mitjans Audiovisuals	6,0	OB

SEGON CURS

	Crèdits	Tipus
Estadística Aplicada a la Comunicació	6,0	FB
Taller de Ràdio	6,0	OB
Taller de Televisió	6,0	OB
Teories de la Comunicació	6,0	FB
Written English for Journalism	6,0	FB
Edició de Premsa	3,0	OB
Introducció a la Comunicació de les Organitzacions	6,0	OB
Llenguatges de la Comunicació	6,0	OB
Spoken English for Journalism	3,0	OB
Taller de Comunicació Gràfica	6,0	OB
Taller de Redacció de Premsa II	6,0	OB

TERCER CURS

	Crèdits	Tipus
Comunicació Digital Interactiva	3,0	OB
Disseny de Premsa	6,0	OB
Dret a la Informació	3,0	OB
Taller de Fotografia	3,0	OB
Taller de Producció Audiovisual	9,0	OB
Història del Periodisme	3,0	OB
Mètodes d'Investigació en Comunicació	6,0	OB
Periodisme en Línia	3,0	OB
Taller d'Infografia	3,0	OB
Taller de Comunicació Interactiva	3,0	OB
Taller de Redacció de Premsa III	6,0	OB

QUART CURS

	Crèdits	Tipus
Ètica Professional	3,0	OB
Periodisme d'Investigació	6,0	OB
Periodisme Institucional i d'Empresa	3,0	OB
Comunicació de Proximitat	6,0	OB
Sistema Polític i Constitucional Espanyol	3,0	OB
Pràctiques en Empreses	12,0	PE
Treball de Fi de Grau	9,0	TFG

OPTATIVES - SENSE ITINERARI

	Crèdits
Taller Avançat de Ràdio	6,0
Internal Communication	3,0
Taller de Fotoperiodisme	3,0
Periodisme Esportiu	6,0
International Journalism	6,0
Periodisme Polític	6,0
Social Journalism	6,0
International Affairs	6,0
Periodisme Cultural	6,0
Sports Marketing	3,0
Documentary Workshop	6,0
Cross-Cultural Studies	6,0
Global Communication Strategies	6,0
Leadership, Business and Society	6,0
Brand Building	6,0
Global Marketing	6,0
Social Media	3,0
Taller de Producció de Comunicació	6,0

ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE PRIMER CURS

Economia i Empresa

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Josep Terradellas Cirera
- José Antonio Corral Marfil

OBJECTIUS:

Els objectius de l'assignatura són que l'estudiant conegui i entengui el funcionament del sistema econòmic i la lògica del funcionament de les empreses, es familiaritzi amb el llenguatge i els conceptes utilitzats en el món de l'economia i l'empresa, i tingui eines per comprendre els debats sobre qüestions econòmiques i arguments per formar-se opinions pròpies i fonamentades sobre les diverses alternatives.

El 60% del contingut correspon a la part d'Economia i el 40% restant, a la d'Empresa.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Donar a l'alumnat un marc d'anàlisi global per entendre les interrelacions en l'àmbit de l'economia i de l'empresa.
- Facilitar el coneixement del llenguatge utilitzat en economia.
- Facilitar les referències necessàries per poder interpretar els fenòmens des de la perspectiva econòmica.
- Conèixer les diferents àrees de l'empresa i de l'economia.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de lideratge.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat per prendre decisions.

- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir disposició per a l'èxit i també per aprendre a acceptar el fracàs.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.

Específiques

- Conèixer els principals debats i esdeveniments mediàtics derivats de la conjuntura actual i de com es gesten i difonen segons les estratègies comunicatives i els interessos de tot tipus.
- Conèixer l'estat del món i la seva evolució històrica recent, així com comprendre els seus paràmetres bàsics (polítics, econòmics i culturals).
- Conèixer l'estructura, el funcionament i la gestió de l'empresa de comunicació.

Bàsiques

- 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

- Actuar amb esperit i reflexió crítics davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.
- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.
- Projectar els valors de l'emprenedoria i la innovació en l'exercici de la trajectòria personal acadèmica i professional, a través del contacte amb diferents realitats de la pràctica i amb motivació envers el desenvolupament professional.

CONTINGUTS:

Economia

1. L'Economia: Ciència econòmica i sistema econòmic.
 - a) La Ciència Econòmica. Definició i perspectiva històrica.
 - b) El problema econòmic fonamental i l'activitat econòmica.
 - c) El flux circular de la renda.
2. El mercat com a mecanisme d'assignació de recursos.
 - a) Mercats competitiu: l'oferta, la demanda i l'equilibri.
 - b) Mercats reals: la competència imperfecta.
 - c) El monopoli, poder de mercat i regulació pública.
 - d) Els límits del mercat i el paper del sector públic.
3. El funcionament global de l'economia:
 - a) La visió macroeconòmica. Oferta i demanda agregades.
 - b) El paper del diner i les institucions financeres.
 - c) La dinàmica econòmica: creixement i crisi, inflació i atur.
 - d) La política econòmica; Objectius i instruments.
4. Les relacions econòmiques internacionals:
 - a) Importacions, exportacions i balança de pagaments.
 - b) Els sistemes de tipus de canvi.
 - c) La globalització: definició, causes i conseqüències.
 - d) Les organitzacions econòmiques internacionals: FMI, Banc Mundial, OMC.
 - e) La post-crisi econòmica i financera. Panorama actual.

Empresa

5. Empresari empresa i funció directiva:
 - a) L'empresa com a realitat socioeconòmica, visió actual i tendències.
 - b) El paper de l'empresari com a generador de riquesa. Emprendoria i creació d'empreses.
 - c) Capacitat emprenedora i funció directiva.
 - d) Formes i classes d'empreses.
 - e) Dimensió empresarial i estructura de propietat.
6. L'entorn de l'empresa:
 - a) El mercat i la competència entre empreses.
 - b) Informació econòmica i empresarial.
 - c) El procés de direcció estratègica (El pla d'empresa).
 - d) Anàlisi de l'entorn general (anàlisi PEST) i anàlisi de l'entorn específic i sectorial.
 - e) Anàlisi de debilitats, amenaces, fortaleses i oportunitats (DAFO).
 - f) Estratègies empresarials (estratègies genèriques, de creixement i específiques).
 - g) Situació actual, noves estratègies i tendències de negoci en l'entorn de l'empresa.
7. Estructura i organització:
 - a) La divisió, organització i coordinació de l'empresa.
 - b) El sistema de direcció estratègica i les decisions empresarials.
 - c) Els recursos humans.
 - d) Estructura de suport a l'estratègia: poder i cultura empresarial. Ètica i RSE.
 - e) Noves formes d'organització i de negoci, la reenginyeria d'empresa (BRP).
8. Àrees funcionals:
 - a) La cadena de valor de l'empresa: un model d'anàlisi per valorar les interrelacions.
 - b) La funció de producció i operacions.
 - c) La funció d'inversió i finançament.
 - d) La funció comercial i de màrqueting.
 - e) La funció de comunicació corporativa.
 - f) Tendències actuals.

AVALUACIÓ:

La nota de l'assignatura serà una mitjana ponderada del 60% d'Economia i el 40% d'Empresa.

Cal aprovar cada part per separat.

Economia: hi haurà un control al final de la primera part del curs (80% de la nota d'Economia) i es valorarà l'assistència, implicació, realització dels exercicis pràctics i participació a les classes (20%). El control es pot recuperar en una repesca en finalitzar el quadrimestre. Els estudiants que de bon principi no puguin assistir a les classes seran avaluats en el control (100% de la nota). Per accedir a aquest sistema cal informar al professor la primera setmana d'activitats i argumentar adequadament la situació.

Empresa: es farà un control teòric ?tipus test- i pràctic (data assenyalada al pla de treball). El control s'ha d'aprovar i la nota suposa el 60% de la qualificació total d'aquesta part de la matèria. El 40% restant s'avaluarà a partir de la resolució de casos pràctics, la realització de diverses activitats didàctiques, i l'assistència i la participació. En cas de no superar aquesta segona part de l'assignatura, hi haurà una repesca del control durant el període d'avaluació del mes de gener.

BIBLIOGRAFIA:

Economia

-Krugman, P.; Wells, R.; Graddy, K. (2013). *Fonaments d'economia*. Barcelona: Reverté.

-Torres López, Juan. *Economía Política*. Madrid: Pirámide 2013

-Rodrik, Dani. *La paradoja de la globalización. La democracia y el futuro de la economía mundial*. Barcelona: Antoni Bosch, 2011

A llarg del curs es proporcionaran un seguit de lectures i articles.

Empresa

- Navas, José E. y Guerras, Luis Á. 2016. *Fundamentos de dirección estratégica de la empresa*. Segunda edición. Cizur Menor (Navarra): Civitas. ISBN: 978-84-9135-800-8.
- Cuervo García, Álvaro (2004). *Introducción a la administración de empresas*. Madrid: Civitas, 5a ed.
- Correa González, Jorge Pablo (2012). *Estructura de la organización de la empresa periodística*. Red Tercer Milenio.

Història Contemporània

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Santiago Ponce Vivet

OBJECTIUS:

L'assignatura *Història contemporània* analitza la formació del món actual des d'una perspectiva històrica. Amb ella, els alumnes assoleixen uns coneixements fonamentals i imprescindibles en el desplegament de l'itinerari curricular del grau. Els quatre objectius bàsics que es persegueixen són:

1. Conèixer els principals esdeveniments de la història contemporània.
2. Entendre la societat actual i conèixer-ne els orígens.
3. Analitzar les relacions econòmiques, polítiques, socials, culturals, artístiques i ideològiques de les distintes comunitats internacionals i conjuntures històriques.
4. Reflexionar sobre el present i el futur des de la història.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Comprèn els principals esdeveniments de la història contemporània per tal d'entendre el món actual.
2. Sap discernir els trets principals de la societat actual.
3. Sap reconèixer les relacions econòmiques, polítiques, socials, culturals, artístiques i ideològiques en les distintes comunitats internacionals de forma sincrònica i diacrònica.
4. Sap expressar correctament els coneixements adquirits sobre la història contemporània.
5. Sap comprendre la naturalesa dels canvis històrics i les seves conseqüències econòmiques, culturals i socials.
6. Sap reconèixer l'objectivitat en la història.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber apreciar la diversitat i multiculturalitat.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en equip.

- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

Específiques

- Conèixer l'estat del món i la seva evolució històrica recent, així com comprendre els seus paràmetres bàsics (polítics, econòmics i culturals).
- Conèixer l'impacte social de les tecnologies informatives i de la comunicació contemporània, així com de les mediacions del sistema comunicatiu i del sistema social.

Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.
- Tenir la capacitat de recollir i interpretar dades rellevants (normalment dins de l'àrea d'estudi pròpia) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes importants de caràcter social, científic o ètic.

Transversals

- Actuar amb esperit i reflexió crítics davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.
- Exercir la ciutadania activa i la responsabilitat individual amb compromís amb els valors democràtics, de sostenibilitat i de disseny universal, a partir de pràctiques basades en l'aprenentatge i servei i en la inclusió social.

CONTINGUTS:

Bloc 1. Els fonaments del món contemporani

1. L'Europa de l'Antic Règim
2. Les transformacions de l'edat moderna
3. L'herència de la Revolució francesa

Bloc 2. Els eixos del món contemporani (segle XIX)

1. Les revolucions industrials
2. La internacionalització dels factors
3. El liberalisme i el nacionalisme
4. El socialisme i l'anarquisme
5. La nova cultura urbana

Bloc 3. El món entre les dues guerres (1914-1945)

1. La I Guerra Mundial i les seves conseqüències
2. Els EUA i el nou model capitalista
3. La revolució russa i el model soviètic
4. El crac de 1929 i la recuperació econòmica
5. Els totalitarismes
6. La II Guerra Mundial

Bloc 4. El món actual (1945-2011)

1. La reconstrucció postbèlica i el creixement econòmic
2. La bipolarització est-oest
3. La cohesió política europea
4. Els reptes del tercer mil·lenni

AVALUACIÓ:

L'avaluació final de l'assignatura és el resultat de la mitjana aritmètica de 4 activitats, integrades per exercicis, treballs, tests i proves, i de l'actitud de l'estudiant al llarg del curs:

- 10 % T1 ? Notícies per a la història (treball en equip)
- ? 10 % T2 ? Discursos del segle XX (treball en equip)
- ? 15 % P1 (prova parcial eliminatòria de matèria)
- ? 15 % P2 (prova parcial eliminatòria de matèria)
- ? 30 % Pràctiques
- ? 20 % Lectures

A més, cal tenir present:

- a) que hi ha una sola convocatòria;
- b) que l'avaluació és continuada;
- c) que la recuperació dels continguts no superats de l'assignatura només és parcial.

BIBLIOGRAFIA:

- R. Aracil, J. Oliver i A. Segura (1995). *El mundo actual. De la Segunda guerra mundial a nuestros días*. Barcelona: UB.
- Miguel Artola-Manuel Pérez Ledesma (2005). *Contemporánea. La historia desde 1776*. Madrid: Alianza Editorial.
- Juan Avilés (2010). *Historia del mundo actual*. Madrid: Síntesis/UNED.
- Josep Fontana (2012). *Por el bien del imperio. Una historia del mundo desde 1945*. Madrid: Pasado y Presente.
- Eric J. Hobsbawn (1995). *Historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica.
- Joan Antón Mellón (Editor) (1998). *Ideologías y movimientos políticos contemporáneos*. Madrid: Tecnos.
- Javier Paredes (Coordinador) (2004). *Historia Universal Contemporánea* (2 volums). Barcelona: Ariel.

Història de la Comunicació

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Santiago Ponce Vivet

OBJECTIUS:

L'objectiu principal de l'assignatura és proporcionar instruments de reflexió sobre l'evolució històrica de la comunicació humana, des de la cultura oral al naixement dels mitjans de comunicació de masses.

Durant tot aquest passeig de mil·lennis, que comença fa 40.000 anys amb els cromanyons i acabarà a mitjans del segle XX amb la televisió, s'analitzaran fonamentalment:

- a) Les principals fites relacionades amb els orígens i l'evolució de la història de la comunicació humana.
- b) Les conseqüències dels avenços tecnològics en la comunicació social.
- c) El naixement de la comunicació de masses.

L'objectiu final és doble:

1. Augmentar els coneixements històrics de l'estudiant sobre la comunicació social.
2. Facilitar eines de capacitació crítica davant dels fenòmens comunicatius.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Coneixerà els principals conceptes de la història de la comunicació.
- Coneixerà els principals autors i teories de la història de la comunicació.
- Identificarà els diversos factors que s'interrelacionen en un fenomen social.
- Utilitzarà amb correcció la metodologia del treball històric per al desenvolupament de l'exercici professional.
- Desenvoluparà un treball històric.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de treballar en equip.

- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

Específiques

- Conèixer els processos informatius i comunicatius, així com les principals corrents i teories que els formalitzen i critiquen des d'un punt de vista conceptual, metodològic i investigador.
- Conèixer l'estat del món i la seva evolució històrica recent, així com comprendre els seus paràmetres bàsics (polítics, econòmics i culturals).
- Conèixer l'impacte social de les tecnologies informatives i de la comunicació contemporània, així com de les mediacions del sistema comunicatiu i del sistema social.

CONTINGUTS:

1. Introducció a la història de la comunicació social.
2. De l'oralitat a l'escriptura.
3. De la paraula escrita a la paraula impresa.
4. L'eclosió dels mitjans de comunicació de masses.

AVALUACIÓ:

Ítems del sistema d'avaluació:

- Pràctiques i exercicis individuals: 50%.
- Prova parcial individual: 30%.
- Treball grupal: 20%.

Nota del curs: 100%.

La qualificació final serà la suma d'aquests dos ítems, la superació dels quals demostra la suficiència de l'alumnat en els diferents resultats d'aprenentatge vinculats a l'assignatura. El sistema d'avaluació de l'assignatura no contempla cap repesca.

BIBLIOGRAFIA:

Lectures recomanades

- Briggs, A. & Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Barcelona: Taurus.
- DeFleur, M. & Ball-Rokeach, M. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Eisenstein, E. (1994). *La revolución de la imprenta en la Edad Moderna europea*. Madrid: Akal.
- Flichy, P. (1998). *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Gubern, R. (1996). *Del bisonte a la realidad virtual*. Barcelona: Anagrama.

Llengua Catalana

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordina Coromina Subirats

OBJECTIUS:

A *Llengua Catalana* pretenem reforçar i consolidar 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. Es treballen especialment els gèneres i l'escriptura especialitzada propis de l'àmbit acadèmic universitari.

Els objectius d'aprenentatge són:

- a) Consolidar els coneixements lingüístics de morfologia, sintaxi i lèxic de nivell superior del català. (Competències B01, E10, E14, G04.)
- b) Saber utilitzar els aspectes lingüístics i els recursos variats que la llengua emprava en les diverses situacions comunicatives, orals i escrites. (Competències B04, B05, E13, E14, G04, G08, G21.)
- c) Saber distingir i redactar els textos acadèmics expositiu i argumentatiu, necessaris per poder accedir als gèneres especialitzats. (Competències E11, G01, E25.)
- d) Introduir-se en el llenguatge periodístic. (Competències B02, B03, E13, G21.)

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. (Competències B01, E10, E14, G04.)
2. Sap identificar errors gramaticals i resoldre'ls. (Competències B01, E10, E14, G04.)
3. Sap elaborar un text que sigui coherent i adequat a la situació comunicativa, oral i escrit. (Competències B01, B04, B05, E13, G08, G21.)
4. Coneix les característiques i la funció dels gèneres discursius primaris de l'àmbit acadèmic: exposició i argumentació. (Competències E11, G01, E25.)
5. Sap escriure textos breus periodístics. (Competències B02, B03, E13, G21.)

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.

Específiques

- Dominar les llengües catalana i espanyola (oral i escrita) en un nivell avançat.
- Tenir capacitat i habilitat d'exposar raonadament idees a partir dels fonaments de la retòrica i de les aportacions de les noves teories de l'argumentació.
- Tenir capacitat i habilitat per comunicar en el llenguatge propi de cada un dels mitjans de comunicació tradicionals (premsa, fotografia, ràdio, televisió), també en les seves modernes formes combinades (multimèdia) o en nous entorns digitals (Internet) mitjançant la hipertextualitat.
- Tenir capacitat i habilitat per expressar-se amb fluïdesa i eficàcia comunicativa en les llengües pròpies de manera oral i escrita, sabent aprofitar els recursos lingüístics i literaris que siguin més adequats als diferents mitjans de comunicació.
- Tenir capacitat per llegir i analitzar textos i documents especialitzats de qualsevol tema rellevant i saber resumir o adaptar mitjançant un llenguatge o lèxic comprensible per a un públic majoritari.

Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

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.
- Exercir la ciutadania activa i la responsabilitat individual amb compromís amb els valors democràtics, de sostenibilitat i de disseny universal, a partir de pràctiques basades en l'aprenentatge i servei i en la inclusió social.

CONTINGUTS:

1. Coneixement de llengua:
 1. Gramàtica del mot i la frase. Revisió d'aspectes de morfosintaxi.
 2. Gramàtica del text:
 - a) Coherència textual: organització de la informació i progressió temàtica.
 - b) Cohesió textual: mecanismes de referència, connectors, puntuació.
 3. Consulta i manipulació del material bibliogràfic de suport (en paper i electrònicament).
2. Llenguatge acadèmic:
 1. Redacció informativa i redacció d'opinió. Definició i funcions.
 2. Procés de composició de textos: planificació, textualització i revisió.
 3. Textos periodístics segons la intenció, el públic objectiu i els contextos. Pràctica.
 4. Comunicació oral a periodisme. 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 tres activitats d'avaluació. La primera té un valor del 10 %, i la segona i la tercera tenen un valor d'un 15 %. També inclou una avaluació del seguiment qualitatiu de les tasques habituals de classe i de treball personal, que té un valor del 10 % (50 % en total). Resultats d'aprenentatge: B01, B03, B04, E10, E14, G04, G21.
- **Avaluació dels resultats d'aprenentatge:** Inclou una activitat oral i un examen escrit, que tenen un valor del 25 % cadascun (50 % en total). Resultats d'aprenentatge: B01, B02, B03, B04, B05, E10, E11, E13, E14, E25, G01, G08, G21.
- 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 l'examen escrit i una activitat de l'avaluació del procés d'aprenentatge.

BIBLIOGRAFIA:

Bibliografia bàsica

- *Argumenta*. Recurs per treballar les competències lingüístiques i comunicatives en l'àmbit acadèmic i professional [en línia]: http://wuster.uab.es/web_argumenta_obert
- 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.
- Gabilondo, I. (2011). *El fin de una época. Sobre el oficio de contar las cosas*. Barcelona: Barril & Barral.

Bibliografia complementària

Tipologia textual i composició de textos

- 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.

Llengua Espanyola

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Espanyol

PROFESSORAT

- M. Teresa Julio Giménez

OBJECTIUS:

L'objectiu fonamental de l'assignatura és que l'alumne aprengui a expressar-se correctament de forma oral i escrita. Caldrà fer per tant un repàs de la gramàtica normativa bàsica i aprofundir en els aspectes més conflictius de la llengua.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Sap expressar-se correctament en forma oral i escrita.
- Sap elaborar un text escrit que sigui coherent i adequat a la situació comunicativa.
- Sap identificar errors gramaticals i resoldre'ls.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitats interpersonals.

Específiques

- Dominar les llengües catalana i espanyola (oral i escrita) en un nivell avançat.
- Tenir capacitat i habilitat d'exposar raonadament idees a partir dels fonaments de la retòrica i de les aportacions de les noves teories de l'argumentació.
- Tenir capacitat i habilitat per comunicar en el llenguatge propi de cada un dels mitjans de comunicació tradicionals (premsa, fotografia, ràdio, televisió), també en les seves modernes formes combinades (multimèdia) o en nous entorns digitals (Internet) mitjançant la hipertextualitat.
- Tenir capacitat i habilitat per expressar-se amb fluïdesa i eficàcia comunicativa en les llengües pròpies de manera oral i escrita, sabent aprofitar els recursos lingüístics i literaris que siguin més adequats als diferents mitjans de comunicació.
- Tenir capacitat per llegir i analitzar textos i documents especialitzats de qualsevol tema rellevant i saber resumir o adaptar mitjançant un llenguatge o lèxic comprensible per a un públic majoritari.

Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

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.
- Exercir la ciutadania activa i la responsabilitat individual amb compromís amb els valors democràtics, de sostenibilitat i de disseny universal, a partir de pràctiques basades en l'aprenentatge i servei i en la inclusió social.

CONTINGUTS:

El curs es divideix en vuit unitats didàctiques en les quals s'estudiaran nocions relacionades amb el gènere, el nombre, el pronom, el verb, l'adjectiu, l'adverbi, la conjunció i la preposició.

AVALUACIÓ:

El curs es divideix en vuit unitats didàctiques en les quals s'estudiaran nocions relacionades amb el gènere, el nombre, el pronom, el verb, l'adjectiu, l'adverbi, la conjunció i la preposició.

Es realitzarà una avaluació contínua que comportarà la presentació d'exercicis de redacció i qüestionaris relacionats amb els continguts i competències de l'assignatura. També es realitzaran dos exàmens parcials al llarg del curs; el primer parcial a mitjan semestre i el segon parcial al final.

Els percentatges que s'aplicaran per a l'obtenció de la nota final de Llengua Espanyola són els següents:

1. Redaccions i activitats obligatòries: 50%. Per poder aprovar l'assignatura és obligatori presentar com a mínim el 80% d'aquestes activitats.
2. Dos exàmens parcials: 50% de la nota final.

Només es farà la nota mitjana de l'assignatura si la nota mitjana dels exàmens és de 5,0 o superior.

Les activitats obligatòries que s'han d'entregar al llarg del curs NO són recuperables. En el període d'avaluació complementari només es podran repetir els exàmens parcials que s'hagin suspès o aquells als que els/les alumnes no s'hagin presentat.

Qualsevol plagi que es trobi en els treballs pot implicar, en funció de la gravetat, un suspens automàtic de l'assignatura.

BIBLIOGRAFIA:

- Gómez Torrego, Leonardo (2010). *Hablar y escribir correctamente*, vols. I i 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*. Madrid: Espasa-Calpe, II vols.
- Real Academia Española (2010). *Ortografía de la Lengua Española*. Madrid: RAE.

Sociologia General i de la Comunicació

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Gerard Coll Planas
- M. Del Mar Francina Binimelis Adell

OBJECTIUS:

La disciplina de Sociologia pretén, d'una banda, fomentar l'adquisició, per part de l'alumnat, dels conceptes clau de l'anàlisi sociològica, i de l'altra desenvolupar les seves dots analítiques per tal de garantir la seva capacitat per interpretar els fenòmens socials contemporanis.

L'assignatura és una introducció a l'anàlisi bàsica de l'entorn social. Aquest coneixement ha de refermar-se en els conceptes que permeten comprendre l'estructura i la dinàmica de les societats, i en els procediments que fan possible d'analitzar-les críticament i amb rigor. Des d'aquest punt de vista, el coneixement conceptual que la matèria de Sociologia aporta, la capacitat reflexiva que desperta, els procediments que activa i les actituds que genera, són la clau que ha de facilitar una major comprensió de la societat on es viu i una resposta més conscient als reptes de la vida social.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Coneixerà els principals conceptes i paradigmes relacionats amb la sociologia.
2. Coneixerà els principals autors i teories relacionats amb la sociologia.
3. Diferenciarà l'àmbit propi de la Sociologia i les relacions amb les altres ciències socials.
4. Identificarà els diversos factors que s'interrelacionen en un fenomen social.
5. Reconèixerà l'existència del procés d'inserció social i identificar els principals agents de socialització.
6. Coneixerà les principals Institucions, les diferents estructures social i les estructures de poder i el seu paper simbòlic.
7. Identificarà l'existència del conflicte i del canvi social com a procés que permet que les societats avancin.
8. Utilitzarà amb correcció la terminologia treballada a l'assignatura a l'hora d'analitzar i interpretar documents de caire sociològic.
9. Coneixerà i sabrà cercar aquelles fonts d'informació bibliogràfica relacionades amb la sociologia.

COMPETÈNCIES

Generals

- Comprendre les cultures i els costums d'altres països.
- Respectar els drets humans.
- Saber apreciar la diversitat i multiculturalitat.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en un equip interdisciplinari.

Específiques

- Conèixer els grans paradigmes de la sociologia i saber-los explicar.
- Conèixer l'estat del món i la seva evolució històrica recent, així com comprendre els seus paràmetres bàsics (polítics, econòmics i culturals).
- Saber aplicar els fonaments teòrics de la sociologia per analitzar casos pràctics de la realitat social.
- Saber identificar els principals actors, institucions i estructures socials.

Bàsiques

- 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

- Actuar amb esperit i reflexió crítics davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.
- Exercir la ciutadania activa i la responsabilitat individual amb compromís amb els valors democràtics, de sostenibilitat i de disseny universal, a partir de pràctiques basades en l'aprenentatge i servei i en la inclusió social.
- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.

CONTINGUTS:

1. Introducció a la sociologia:
 1. Què és la sociologia
 2. Els orígens de la sociologia
 3. La sociologia com a ciència
2. El procés d'inserció de l'individu a la societat:
 1. El procés de socialització
 2. Els agents de socialització: família, escola i mitjans de comunicació
 3. Control social
 4. Desviació social
3. La interacció social i el procés d'institucionalització:

1. El procés d'institucionalització
2. Els rols socials
4. Autors, corrents i teories:
 1. Karl Marx
 2. August Comte
 3. Emile Durkheim
 4. Max Weber
 5. De la modernitat a la modernitat líquida
5. Estructura i canvi social:
 1. El concepte d'estructura social
 2. Classe social
 3. Estatus
 4. El gènere i la sexualitat
 5. Origen
6. Institucions socials:
 1. La família
 2. L'educació
 3. El treball
 4. La religió
 5. Els mitjans de comunicació

AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	% nota	Recuperació
Examen parcial 1	25%	sí
Examen parcial 2	25%	sí
Guies de lectura	25%	no
Taller audiovisual	25%	no

Per aprovar l'assignatura, cal haver aprovat per separat les parts teòrica/individual i pràctica/en grup.

Per aprovar tant els Seminaris de lectura com el Taller audiovisual cal haver assistit al 80% de les sessions. Si no s'assoleix aquest mínim, la nota d'aquesta part de l'assignatura serà un 0.

En cas d'haver suspès l'examen parcial 1, es podrà recuperar el mateix dia que es faci l'examen parcial 2.

Si s'ha suspès la part teòrica, només es podrà recuperar (el dia establert per la Prefectura d'Estudis) si s'ha aprovat la part pràctica (guies de lectura i taller audiovisual). En aquest exàmen de repesca s'avaluarà el conjunt del temari i de les Guies de lectura.

Tant les guies de lectura com el taller audiovisual compten amb diversos mecanismes de seguiment (STD, tutories, correccions prèvies...), per la qual cosa en cas d'estar suspeses no es podran recuperar.

Les dates dels exàmens i del lliurament de les Guies de lectura i del treball es poden consultar al calendari de l'aula virtual, que s'actualitzarà periòdicament.

Tant als exàmens com a les entregues escrites es baixará 0,1 punts per a cada falta ortogràfica greu.

BIBLIOGRAFIA:

Manuais

- 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.

Complementària

- Fichter, Joseph H. (1993). *Sociología*. Barcelona: Herder 17a ed.
- Berger, L.P. (1992). *Invitació a la sociologia*. Barcelona: Herder.
- Berger, L.P.; Luckman Thomas (1996). *La construcció social de la realitat*. Barcelona: Herder, 2ª ed.
- Bell, Daniel (1976). *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, Manuel (2000). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, 3 Vol.
- Castells, Manuel (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". Dins: James Curran [et al.]. *Sociedad y comunicación de masas*. Mèxic: FCE.
- Katz, E.; Lazarsfeld, P.F. (1971). *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona: Hispano-Europea.
- Kuhn, Thomas (1985). *La estructura de las revoluciones científicas*. Barcelona: Planeta-Agostini
- McLuhan, Marshall (1987). *El medio es el mensaje*. Barcelona: Paidós, (1993)
- Moragas, M. de (1986). *Sociología de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Weber, Max (1993). *Economía y sociedad*. Mèxic: FCE.
- Kuhn, Thomas (1985). *La estructura de las revoluciones científicas*. Barcelona: Planeta-Agostini
- McLuhan, Marshall (1987). *El medio es el mensaje*. Barcelona: Paidós, (1993)
- Moragas, M. de (1986). *Sociología de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Weber, Max (1993). *Economía y sociedad*. Mèxic: FCE.

Estructura del Sistema de Comunicació

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Josep Burgaya Riera

OBJECTIUS:

L'assignatura permet conèixer i analitzar la situació actual de la indústria cultural internacional, així com la catalana i espanyola. Es treballaran conceptes i teories per tal de plantejar-nos el sistema comunicatiu actual, la seva influència economicopolítica, així com la teoria chomskiana del pensament únic actual.

Objectius

L'assignatura té com a objectiu formar l'alumnat en les bases de l'economia i les regles de funcionament de les empreses mediàtiques, amb especial atenció a l'evolució i situació actual del sistema de grups multimedial internacional, però també el català i l'espanyol.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Coneix com funciona i com es configura el sistema de comunicació on acabarà exercint la seva professió, és a dir, la interrelació que hi ha entre les diverses empreses de comunicació (televvisions, ràdios, publicacions escrites o productores de continguts) en el sí d'un mercat de competència imperfecte.
- Coneix quins són els principals diaris europeus i l'estructura del sistema de publicacions periòdiques a Espanya i Catalunya.
- Entén el funcionament del mercat dels mitjans audiovisuals, ràdio i televisió i la seva estructura a nivell regional, estatal i internacional.
- Té capacitat crítica per poder analitzar les estratègies comercials que usen les empreses de comunicació per poder llançar nous productes al mercat.
- Pot entendre les noves tendències i reptes que tenen les empreses de comunicació que s'enfronten al nou entorn digital de comunicació i les possibilitats d'un mercat en expansió.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber apreciar la diversitat i multiculturalitat.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.

- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

Específiques

- Conèixer els principals debats i esdeveniments mediàtics derivats de la conjuntura actual i de com es gesten i difonen segons les estratègies comunicatives i els interessos de tot tipus.
- Conèixer els processos informatius i comunicatius, així com les principals corrents i teories que els formalitzen i critiquen des d'un punt de vista conceptual, metodològic i investigador.
- Conèixer l'estat del món i la seva evolució històrica recent, així com comprendre els seus paràmetres bàsics (polítics, econòmics i culturals).
- Conèixer l'estructura dels mitjans de comunicació i els seus principals formats com a expressions de les formes de vida i de les seves cultures, en la seva relació amb els contextos socials i els seus canvis.
- Conèixer l'impacte social de les tecnologies informatives i de la comunicació contemporània, així com de les mediacions del sistema comunicatiu i del sistema social.

Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.
- Tenir la capacitat de recollir i interpretar dades rellevants (normalment dins de l'àrea d'estudi pròpia) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes importants de caràcter social, científic o ètic.

Transversals

- Exercir la ciutadania activa i la responsabilitat individual amb compromís amb els valors democràtics, de sostenibilitat i de disseny universal, a partir de pràctiques basades en l'aprenentatge i servei i en la inclusió social.

CONTINGUTS:

1. Conceptes inicials. Origen i primers mitjans de comunicació:
 - Concepte d'estructura. Estructura i comunicació.
 - Els orígens de la comunicació. La impremta i la llibertat d'expressió.
 - La premsa.
2. La formació del món global:
 - La revolució industrial.
 - La formació dels mitjans globals. Postguerra i free-flow.
 - El debat NOMIC i l'informe MacBride.
 - El neoliberalisme i la comunicació.
 - El sistema de mitjans globals. Grups de comunicació.
 - Els think tanks. Creadors d'ideologies per un món global.
3. Estructura actual del sistema audiovisual:
 - Conceptes inicials: els models de Hallin i Mancini.
 - La ràdio i la televisió. Situació en els principals mercats europeus i als EUA.
 - La ràdio i la televisió a Catalunya i Espanya. Orígens, reforma i nova legislació.
 - El cinema: situació de mercat.
4. El futur del sector de la comunicació:
 - Indústries emergents: sector discogràfic (context internacional, pirateria i música a la xarxa) i el videojoc (oferta nacional i internacional).

- Internet: convergència i multimèdia. Xarxes socials.
- Comunicació en el món global. Noves relacions de poder entre actors implicats.

AVALUACIÓ:

L'avaluació és continuada i presencial. Per superar-la cal una assistència mínima del 80% de les sessions. La nota final serà la nota ponderada de les diferents parts, i serà acumulativa sense haver de superar les parts per separat.

- Teoria, parcial 1: 20%
- Teoria, prova de síntesi: 20%
- Pràctiques: 60%

Les dates d'entrega es penjaran al campus virtual en un document a part. Només es podran recuperar/lliurar posteriorment les pràctiques en els casos marcats per normativa de facultat (consulteu el professorat).

L'assignatura preveu una prova de síntesi, que es farà fora de les setmanes de docència, i que preveu tenir prova complementària durant el mes de setembre.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica per a examen

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

Complementària

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

Fonts d'Informació

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Josep Burgaya Riera

OBJECTIUS:

L'objectiu general de la matèria és capacitar els estudiants en les tècniques documentals més necessàries per desenvolupar-se en el món del periodisme. Més específicament, l'assignatura es basa en l'ús dels sistemes d'informació (tradicionals i en línia) per tal que avancin en el domini de les fonts d'informació, la seva tipologia i la seva rendibilitat informativa. També és objectiu de l'assignatura proporcionar algunes tècniques bàsiques del treball intel·lectual i científic i els hàbits de rigor i coherència que li són imprescindibles.

L'assignatura ofereix un esquema clar dels diferents tipus de fonts d'informació generals aplicables a l'estudi del periodisme. Amb això es vol formar persones més expertes i amb més coneixement dels recursos d'informació que tenen al seu abast immediat i dels més especialitzats en el seu camp. També es pretén dotar les persones que la cursen de referents perquè valorin la qualitat de la informació obtinguda (tant en fonts d'informació general o específica, en paper o electròniques) i que coneguin els sistemes d'indexació, posicionament i visibilitat de la informació en recursos digitals que es poden trobar a Internet. L'assignatura de Fonts d'Informació té una orientació que la fa aplicable a les ciències socials en general, tot i que s'introdueixen recursos d'informació propis de la disciplina. A més, introdueix algunes convencions importants en el maneig de la informació, com ara les referències bibliogràfiques i les citacions. Aquest plantejament generalista i la visió principalment instrumental de les Fonts d'Informació s'adapta a la seva situació a primer curs dels estudis, ja que les competències adquirides amb l'assignatura representaran una bona base per al treball posterior dels estudiants a totes les assignatures i projectes de la carrera.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Sap relacionar entre ells els conceptes bàsics de la Documentació.
2. Coneix els diferents tipus de fonts d'informació generals, les seves característiques principals i els subtipus en què es divideixen.
3. Sap quin tipus de font ha de consultar per trobar la informació que necessita.
4. Sap valorar la informació que ha obtingut de les fonts consultades, especialment pel que fa a la fiabilitat.
5. Sap fer funcionar els sistemes de citació en nota i entre parèntesis en el text, en textos acadèmics i científics.
6. Sap plantejar cerques avançades en els motors de cerca electrònica, usar els metacercadors i coneix les bases de la indexació i el posicionament dels llocs web.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

Específiques

- Conèixer el funcionament i saber valorar la qualitat de recursos informatius de mitjans, agències, empreses productores, etc.
- Conèixer l'ús i anàlisi de les fonts d'informació, així com dels sistemes de cerca i recuperació d'informació.
- Saber buscar, seleccionar, avaluar i organitzar informació procedent de mitjans digitals i tradicionals.
- Saber cercar, contrastar i jerarquitzar la informació periodística.
- Saber identificar i utilitzar apropiadament fonts de qualsevol tipus que siguin significatives per a l'estudi de la comunicació.
- Saber obtenir informació contrastada i exclusiva a partir de fonts d'informació pròpies.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.

Bàsiques

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.

CONTINGUTS:

1. Conceptes bàsics de la documentació:
 1. Informació.
 2. Documentació.
 3. Document.
 4. Indexació.
2. Fonts d'informació generals:
 1. Descripció i tipologia de les fonts d'informació generals.
 2. Cerca en fonts d'informació generals.
3. Recuperació d'informació i recursos documentals per a la Publicitat i les Relacions Públiques:
 1. Tècniques de recuperació d'informació en motors de cerca.
4. Operadors.
5. Metacercadors.
6. Posicionament de llocs web.
7. Rellevància i *clustering*:
 1. Anàlisi i valoració de la informació recuperada.

2. Ús de les fonts i recursos especialitzats en Publicitat i Relacions Públiques.
8. Metodologia i pràctica del treball científic.
9. Referències bibliogràfiques.
10. Citacions.

AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	Dates	% nota	Resultat d'aprenentatge relacionat
Exercicis de cerques en Fonts	-	35%	3, 4
Exercicis de recuperació d'informació en recursos electrònics	-	25%	6
Exercicis de Referències Bibliogràfiques i Citacions	-	10%	5
Exercici sobre conceptes bàsics	-	10%	1
Exercici sobre Descripció i tipologies de fonts	-	20%	2

BIBLIOGRAFIA:

-
- Abadal, E. *La documentació a l'era de la informació*. Barcelona: UOC, 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.

Introduction to English for Journalism

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Anna M. Masferrer Giralt
- Gonzalo Calle Rosingana

OBJECTIUS:

The two main objectives of this subject are to improve and consolidate the student's level of English, and on the other to develop the specific skills needed to manage fluently in a professional medium. The course will engage students in a variety of tasks typical of the media professionals to practise orally and in writing.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Students can express correctly in oral and written form and prepare written texts that are coherent and adequate to the communicative situation and identify and solve grammatical errors.
2. Students use the specific vocabulary, grammar and lexicon for journalism.
3. Students correctly use the tools of informative and persuasive communication to respond to the specific fields of communication.
4. Students recognize the characteristics and function of the basic discursive genres of the academic and professional spheres.
5. Students identifies and recognize the different phases of the writing process.
6. Students correctly write expository and argumentative texts.
7. Students evaluate professional practices in emerging and global contexts and propose lines of intervention adjusted to the different realities.
8. Students perform evaluation processes on one's practice and that of others in a critical and responsible manner.
9. Students communicate to all types of audiences (specialized or not) in a clear and precise way knowledge, methodology, ideas, problems and solutions.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en una llengua estrangera.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en un context internacional.

Específiques

- Conèixer i usar correctament de forma oral i escrita l'anglès com a forma d'expressió professional en els mitjans de comunicació.
- Dominar el vocabulari específic del periodisme.

Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.

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.

CONTINGUTS:

1. Newspapers:

1. Skills:

1. Headlines.
2. Analysing newspapers. Practising interview skills.
3. Writing a newspaper article.

2. Language focus:

1. The language of newspapers
2. Using open and closed question forms.
3. Bias in texts.

3. Activities: Presenting a piece of news and news debate.

1. Radio:

1. Skills:

1. Radio programmes.
2. The language of radio presenters.
3. . The production process.
4. The news list.
5. Post-production feedback.

2. Language focus:

1. The language of radio production
2. . Giving instructions.

3. Activities: Writing and recording a radio programme.

2. Magazines:

1. Skills:

1. Magazine covers.
2. The contents of a magazine.
3. Writing a true-life story.

2. Language focus:

1. The language of magazine cover lines.
2. Stylistic devices.

3. Activities: Designing a magazine cover.

AVALUACIÓ:

Assessed activities and percentage of course weight:

- Listening test 10%
- Writing Test 1 10%
- Writing Test 2 10%
- Grammar and Vocabulary Test 1 20%
- Grammar and Vocabulary Test 2 20%
- Book Test 10%
- Radio Programme 10%
- News Debate 10%

The assessment is based on the sum of all graded assessed activities done during the course. To pass the course, students need to obtain at least 50 per cent of the total number of points. In case the final result is not satisfactory, students will have the opportunity to resit the Book test and the Grammar and Vocabulary tests at the end of the course (see assessment map for details). All the exercises that have not been done or handed in on the due date cannot be repeated and will count zero points.

BIBLIOGRAFIA:

Obligatòria

- Haddon, Mark. *The curious incident with the dog in the night-time*. Vintage, 2014

Recomanada

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

Taller d'Informàtica

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordi Casas Vilari
- Raymond Lagonigro Bertran

OBJECTIUS:

- Analitzar, avaluar i sintetitzar les necessitats de la informació de l'organització i saber aplicar les tecnologies de la informació més adequades a les seves necessitats.
- Ser capaç d'operar en diferents entorns informàtics.
- Ser capaç d'utilitzar software per desenvolupar presentacions corporatives digitals.
- Ser capaç d'utilitzar software de processament de textos d'una forma robusta.
- Ser capaç d'utilitzar software de maquetació.
- Ser capaç d'utilitzar software de tractament d'imatge.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Coneix la nomenclatura bàsica en les TIC.
2. Sap treballar en diferents entorns operatius.
3. Sap desenvolupar de forma eficient una presentació corporativa digital.
4. Sap construir un document robust, automatitzant el màxim les tasques, utilitzant un processador de text i un programari de maquetació.
5. Sap utilitzar una eina d'edició i creació d'imatges.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

Específiques

- Capacitat i habilitat per al disseny dels aspectes formals i estètics en mitjans escrits, gràfics, audiovisuals i digitals, així com l'ús de tècniques informàtiques per a la representació i transmissió de fets i dades mitjançant sistemes infogràfics.
- Tenir capacitat i habilitat per utilitzar els sistemes i recursos informàtics i les seves aplicacions interactives.

Bàsiques

- 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

- Mostrar habilitats per a l'exercici professional en entorns multidisciplinaris i complexos, en coordinació amb equips de treball en xarxa, ja sigui en entorns presencials o virtuals, mitjançant l'ús informàtic i informacional de les TIC.

CONTINGUTS:

1. Eines de productivitat: edició digital d'imatges
2. Eines de productivitat: maquetació
3. Eines de productivitat: processament de textos i full de càlcul

AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/o)	Resultat d'aprenentatge relacionat
Exercicis de les sessions presencials	Tot el curs	20	No	2, 3, 4, 5
Examen	-	80	Sí	1, 2, 3, 4, 5

Sistema d'avaluació

Descripció de les accions d'avaluació:

- Exercicis sessions presencials: es tracta de realitzar individualment un conjunt d'exercicis a classe. Es pot fer ús de qualsevol material de suport. Cada conjunt d'exercicis es corregiran en la sessió presencial posterior a la seva realització. El professor qualificarà globalment l'evolució de l'estudiant en l'assoliment dels resultats d'aprenentatge.
- Condicions per superar l'examen:
 - Es realitzaran 3 controls (un per cada apartat del contingut de l'assignatura).
 - En cas que un o dos controls no superi la nota mínima (4) es pot recuperar en l'examen de repesca.
 - En l'examen de repesca com a màxim es poden recuperar 2 controls.
 - La nota final de l'examen és una mitja dels tres blocs (sempre i quan cadascun tingui la nota mínima de 4).

BIBLIOGRAFIA:

De cada tema es proporcionará el material necessari a través del Campus Virtual.

Taller de Redacció de Premsa I

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordina Coromina Subirats

OBJECTIUS:

El *Taller de Redacció de Premsa I* té per objectiu fonamental posar les bases del domini de la redacció de textos informatius/explicatius, especialment de la notícia, i de servir d'introducció al coneixement i domini de la redacció dels altres gèneres periodístics de la premsa, que s'ampliarà en cursos posteriors. L'assignatura posa un èmfasi especial en la distinció dels recursos i característiques de la llengua oral espontània i de la llengua escrita formal, la segona de les qual és la matèria primera de la redacció periodística.

L'estil periodístic genèric es fonamenta en la llengua estàndard (per tant, en els usos formals de l'idioma) i en la tècnica del que s'anomena la llegibilitat lingüística i tipogràfica: es tracta d'utilitzar aquells mots, aquelles estructures oracionals, aquell ordre dels element de la frase, etc. que faciliten la lectura, la comprensió i la retenció del contingut dels textos a un públic ampli i heterogeni, sempre dins la normativa lingüística i adequats als diferents gèneres.

En conseqüència, l'assignatura vetllarà perquè el futur professional adquireixi les competències fonamentals de l'estil periodístic (clar, precís, concís), que, a banda els aspectes lingüístics esmentats, compta amb nombroses convencions, sovint arbitràries però acceptades universalment en el món de la premsa, com ara els usos de les cometes, de la cursiva, de les majúscules, dels numerals (expressats amb xifres o lletres), etc., així com la dosificació de les marques de presència del periodista dins el text segons els diferents gèneres periodístics.

Paral·lelament, el *Taller de Redacció de Premsa I*, en els estudis de Periodisme, vol promoure la lectura dels periòdics (tant de la premsa de proximitat com la d'àmbits més amplis) entre els estudiants a fi que estiguin ben informats i perquè es familiaritzin amb l'aplicació efectiva dels coneixents i de les pràctiques de l'assignatura.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Reconeix els diferents suports i mitjans o recursos de comunicació escrits així com la terminologia que duen associada.
2. Comprèn i reconeix què són informació, dades, comunicació i les diferents funcions del llenguatge.
3. Sap resoldre la posada en text de les dades en el procés d'escriptura de manera adequada a les funcions del llenguatge i dels gèneres periodístics.
4. Reconeix i sap resoldre la comunicació oral espontània i la comunicació escrita formal (i la que es troba entre aquests dos pols) d'acord amb les diferències contextuals i textuais.
5. Reconeix els gèneres periodístics bàsics i sap resoldre la redacció de notícies tenint en compte els diferents graus de modalització que poden presentar els textos.

6. Reconeix i sap resoldre els recursos propis del llenguatge periodístic, així com les convencions formals, tant pel que fa a la llegibilitat lingüística com a la llegibilitat visual o tipogràfica.
7. Reconeix i aplica adequadament i de manera correcta, en la redacció, la superestructura, la macroestructura i la microestructura dels textos explicatius.
8. Coneix o sap trobar i aplica correctament la normativa lingüística del codi de la llengua, tant pel que fa al lèxic, a la morfologia, a la sintaxi, a la fraseologia com a la fonètica i l'ortografia.
9. És competent en el coneixement de conceptes bàsics sobre el funcionament del món que ens envolta (àrab, musulmà, assassinat, homicidi involuntari, regidor, ple municipal, etc.).
10. Està al corrent de l'actualitat, tant en l'àmbit comarcal com en el mundial, passant pel nacional i l'europeu.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.

Específiques

- Saber obtenir informació contrastada i exclusiva a partir de fonts d'informació pròpies.

CONTINGUTS:

1. La comunicació escrita:
 1. Suports i vehicles de la comunicació. La terminologia dels mitjans escrits.
 2. Informació, dades i comunicació.
 3. Les funcions del llenguatge.
 4. Posada en text de les dades: el procés d'escriptura.
2. Llengua oral espontània i llengua escrita formal:
 1. Diferències contextuals i textuais entre el canal oral i l'escrit.
 2. Interrelacions entre l'oral i l'escrit: interferències o híbrids.
3. La notícia:
 1. Els gèneres periodístics.
 2. Què és una notícia: noticiabilitat i fonts.
 3. L'estructura de la notícia: titular, entrada i cos.
 4. Jerarquització de la informació: la piràmide invertida, les 5/6 W.
 5. Modalització dels textos periodístics.
4. El llenguatge periodístic:
 1. Criteris expressius, estilístics i normatius. La puntuació. La llegibilitat lingüística.
 2. Convencions lingüístiques, paralingüístiques i gràfiques: tipus de lletra; usos de les cometes; majúscules i minúscules; numerals: xifres i lletres; abreviacions. La llegibilitat tipogràfica/visual.
5. L'estructura dels textos explicatius:
 1. Superestructura: introducció, desenvolupament, conclusió.
 2. Macroestructura: el paràgrafs i les estructures dominants: descripció, enumeració, causa/conseqüència, problema/solució, comparació.
 3. Microestructura: cohesió lèxica, cohesió sintacticosemàntica, connexió.

AVALUACIÓ:

La nota de l'assignatura la conformen les activitats següents amb el valor percentual que s'indica en cada cas:

- Exercicis de classe o de treball personal: 40%.
- 1a prova parcial: 30%.
- 2a prova parcial: 30%.

El fet de suspendre totes dues proves parcials comporta haver suspès directament l'assignatura. Només es pot recuperar un de les dues proves parcials. Però suspendre més del 50% de les activitats comporta també haver suspès l'assignatura. A fi de poder superar l'assignatura, l'alumne ha d'haver assistit com a mínim al 70 % de les sessions. Per tant, més de 9 faltes injustificades comporten haver suspès l'assignatura.

Observacions

Els exercicis de classe o de treball personal fixats pel professor s'han de presentar en les dates assenyalades i tenen per objecte exercitar l'alumne en els continguts de l'assignatura, així com preparar-lo per a les dues proves parcials. De manera aleatòria i intermitent el professor demanarà als alumnes aquests exercicis per valorar-ne la realització.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Coromina, Eusebi. *El 9 Nou / El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Premsa d'Osona, 2008
- Ferré, Carme; Nogué, Anna. *Llibre d'estil. Agència Catalana de Notícies*. Barcelona: Editorial UOC, 2010.
- Gomis, Llorenç. *Teoria dels gèneres periodístics*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació; Generalitat de Catalunya, 1989.
- Fontcuberta, Mar. *La noticia, pistas para percibir el mundo [nueva edición revisada y ampliada]*. Barcelona: Paidós, 2011.
- Salaverría, Ramón. *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Eunsa, 2005.

Complementària

- Barnils, Ramon. *Articles*. Barcelona: La Magrana, 2001.
- Cantavella, Juan; Serrano, José Francisco (coords.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel, 2004.
- Cassany, Daniel. *La cuina de l'escriptura*. Barcelona: Empúries, 2005.
- Coromina, Eusebi. "El llenguatge eficaç". Dins Camps, A. (coord.) *Context i aprenentatge de la llengua escrita*. Barcelona: Barcanova, 1994, p. 153-174.
- Coromina, Eusebi; Casacuberta, Xavier; Quintana, Dolors. *El treball de recerca. Procés d'elaboració, memòria escrita, exposició oral i recursos*. Vic: Eumo Editorial, 2000.
- Díaz Noci, Javier; Salaverría, Ramón (coords.). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003.
- Fontcuberta, Mar. *Estructura de la noticia*. Barcelona: ATE, 1980.
- Gabilondo, Iñaki. *El fin de una época. Sobre el oficio de contar cosas*. Barcelona: Barril & Barral, 2011.
- Grijelmo, Álex. *El estilo del periodista*, 16a edició revisada i ampliada. Madrid: Taurus, 2008. (1a edició: 1997).
- *Libro de estilo / El País*. Madrid: El País, 2002.
- Martín Vivaldi, Gonzalo. *Géneros periodísticos*. Madrid: Paraninfo, 1998.
- Martínez Albertos, José Luis. *Curso general de redacción periodística*, 3a edició. Madrid: Paraninfo, 1997.

- Rodrigo Alsina, Miquel. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 2005.
- Parratt, Sonia. *Géneros periodísticos en prensa*. Quito: Intiyan-Ediciones Ciespal, 2008.
- Tuson, Jesús. *Una imatge no val més que mil paraules*. (Contra els tòpics.). Barcelona: Empúries, 2001.

En línia

- *Diccionari general de la llengua catalana*. Institut d'Estudis Catalans.
- *Diccionari de l'Enciclopèdia Catalana*.
- *És a dir*. Portal Lingüístic de la Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació.

Taller de Redacció i Locució en Mitjans Audiovisuals

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Raúl Martínez Corcuera

OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és que l'alumne conegui les tècniques bàsiques de la redacció i la locució als mitjans de comunicació audiovisuals, ràdio i televisió, tot seguint les característiques del llenguatge dels mitjans. Es pretén que l'alumne assoleixi una base que es desenvoluparà en futures assignatures específiques dels mitjans audiovisuals.

RESULTATS D'APRENTATGE:

L'alumne haurà d'assolir habilitats en la redacció i locució dels diferents gèneres radiofònics i televisius. També haurà de conèixer els fonaments teòrics del llenguatge audiovisual, així com analitzar les formes de redacció i locució que s'utilitzen als diferents mitjans catalans i espanyols.

En aquesta assignatura, l'alumne obtindrà una primera aproximació a la situació del mercat audiovisual.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitats interpersonals.

Específiques

- Conèixer i dominar els fonaments teòrics i tecnològics del mitjà radiofònic i el seu llenguatge.
- Dominar les llengües catalana i espanyola (oral i escrita) en un nivell avançat.
- Saber redactar, produir i locutar un espai radiofònic en tots els seus gèneres periodístics (informatius, d'entreteniment i d'opinió).
- Tenir capacitat i habilitat per al'exercici de les principals tasques periodístiques, desenvolupades a

través d'àrees temàtiques, aplicant gèneres i procediments periodístics.

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

Transversals

- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.

CONTINGUTS:

1. Introducció als mitjans audiovisuals: La ràdio. La televisió.
2. Locució a ràdio i televisió: Comunicació no verbal. Locució informativa. Locució musicada per a ràdio. Altres formats.
3. Redacció a ràdio i televisió: Redacció periodística. Redacció informativa. Altres formats.

AVALUACIÓ:

Aquesta és una assignatura eminentment pràctica, que demana l'assistència a totes les sessions. Es realitza un sistema d'avaluació continuada individual en què es farà una mitjana de determinades sessions pràctiques tant de ràdio com de televisió.

El professorat podrà establir la recuperació d'una prova pràctica suspesa.

BIBLIOGRAFIA:

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

ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE SEGON CURS

Estadística Aplicada a la Comunicació

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Anna M. Sabata Aliberch

OBJECTIUS:

En aquesta assignatura s'imparteixen els principals instruments estadístics que serveixen per a la descripció, resum i comprensió de la informació disponible.

Per tant, l'objectiu principal de l'assignatura és la comprensió dels conceptes estadístics descriptius en l'anàlisi, presentació i interpretació de dades. L'estudiant ha de ser capaç de recollir, organitzar i planificar les dades que té, analitzar-les resolent tots els problemes que es puguin plantejar i sintetitzar-les. Posteriorment aquesta informació servirà per prendre decisions. A partir de l'assoliment d'aquest objectiu l'estudiant ha de ser competent en la utilització del programa SPSS i poder determinar en cada cas el procés més adequat per analitzar les dades.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Té capacitats bàsiques per a l'obtenció de dades.
2. Té coneixements suficients per a la comprensió i organització de les dades.
3. Sap resumir la informació de les dades mitjançant l'aplicació dels principals estadístics descriptius.
4. Interpreta correctament els resultats extrets.
5. Ha de conèixer els diferents tipus de selecció de la mostra i saber-ne calcular la mida.
6. Entén l'anàlisi de dues variables estadístiques.
7. Coneix les aplicacions bàsiques del software específic SPSS.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.

- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en un equip interdisciplinari.

Específiques

- Comprendre les dades i operacions matemàtiques efectuades amb algunes d'elles d'ús corrent en els mitjans de comunicació, així com tenir capacitat i habilitat per saber utilitzar dades i estadístiques de manera correcta i eficaç.

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

- Actuar amb esperit i reflexió crítics davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.
- Projectar els valors de l'emprenedoria i la innovació en l'exercici de la trajectòria personal acadèmica i professional, a través del contacte amb diferents realitats de la pràctica i amb motivació envers el desenvolupament professional.

CONTINGUTS:

1. Conceptes generals:
 1. Objecte de l'estadística.
 2. Població i mostra.
 3. El procés de l'anàlisi estadística.
2. Percentatges.
3. Distribucions unidimensionals:
 1. Distribució de freqüències.
 2. Representació gràfica.
 3. Mesures de posició i de dispersió.
 4. Mesures de forma.
 5. Aplicació pràctica: SPSS.
4. Distribucions bidimensionals:
 1. Distribucions marginals i condicionades.
 2. Regressió lineal simple.
5. Mostreig:
 1. Mètodes de mostreig.
 2. Càlcul de dimensió de la mostra.
 3. Fitxes tècniques.

AVALUACIÓ:

L'assignatura s'avaluarà en l'única convocatòria de forma contínua. La nota final serà la que s'obtindrà a partir dels següents apartats:

1. Control escrit dels temes 2 i 3: 40%
2. Control escrit dels temes 4 i 5: 30%
3. Control pràctic SPSS: 10%
4. Entrega exercici Temes 2-3: 10%
5. Entrega exercici Temes 4-5: 10%

A la finalització del quadrimestre es podrà recuperar un dels controls escrits.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Tomeo Perucha, V; Uña Juárez, I. *Lecciones de estadística descriptiva*. Thomson, 2003.
- Jauset, J.A. *Estadística para periodistas, publicitarios y comunicadores*. Barcelona: Editorial UOC, 2007.

Complementària

- Jauset, J.A. *La investigación de audiencias en televisión*. Barcelona: Paidós, 2000.
- La-Roca, F. *Estadística aplicada a les ciències socials*. Universitat de València, 2006.
- Martín Pliego, F.J. *Introducción a la estadística económica y empresarial*. AC, 1994.
- Peña, D.; Romo, J. *Introducción a la estadística para las ciencias sociales*. McGraw-Hill, 1997.
- Visauta Vicauta, B. *Análisis estadístico con SPSS para Windows*. McGraw-Hill, 2002.

Taller de Ràdio

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Sergi Lluís Solà Saña

OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és que l'alumne conegui les tècniques bàsiques de la producció radiofònica informativa, tot seguint les característiques del llenguatge del mitjà i dels seus gèneres, i que assoleixi una visió àmplia de la realitat del sistema radiofònic català i espanyol.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- És capaç de redactar, produir i locutar diferents textos de gèneres informatius radiofònics.
- Analitza de forma crítica els programes informatius que realitzen les diferents emissores catalanes i espanyoles.
- Coneix les programacions de les principals emissores convencionals que s'escolten a Catalunya i a la resta de l'Estat.
- Coneix les fonaments teòrics i històrics del llenguatge radiofònic.
- Té una aproximació a la situació del mercat radiofònic actual.
- Comunica a tot tipus d'audiències (especialitzades o no) de manera clara i precisa coneixements, metodologia, idees, problemes i solucions.
- Assumeix diferents responsabilitats en el treball individual o en col·laboració i avalua els resultats obtinguts.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.

- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

Específiques

- Conèixer i analitzar de forma crítica les emissores i programes radiofònics.
- Conèixer i dominar els fonaments teòrics i tecnològics del mitjà radiofònic i el seu llenguatge.
- Conèixer les rutines productives en el mitjà radiofònic.
- Saber cercar, contrastar i jerarquitzar la informació periodística.
- Saber redactar, produir i locutar un espai radiofònic en tots els seus gèneres periodístics (informatius, d'entreteniment i d'opinió).
- Tenir capacitat i habilitat per al·l'exercici de les principals tasques periodístiques, desenvolupades a través d'àrees temàtiques, aplicant gèneres i procediments periodístics.

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

Transversals

- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.

CONTINGUTS:

-
1. Gèneres informatius radiofònics.
La notícia. La crònica. L'informe. L'entrevista informativa
 2. Les fonts informatives.
 3. Les rutines productives dels informatius.
Selecció i jerarquització de la informació. Evolució de la informació durant el dia
 4. Programes informatius radiofònics.
El butlletí. El Servei Principal de Notícies.
 5. La ràdio a Espanya.
Història i realitat de la ràdio actual. Audiències i programes líders.

AVALUACIÓ:

Aquesta és una assignatura eminentment pràctica, que demana l'assistència a totes les sessions. Es duu a terme un sistema d'avaluació continuada en què les sessions pràctiques comptabilitzen el 70% de la nota final: Butlletí radiofònic (20% de la nota fina); informatiu de 15 minuts (15% de la nota final); informatiu de 20 minuts (35% de la nota final).

El 30% restant de la nota correspondrà a la part teòrica, que s'avalua a partir de dos tests d'actualitat (10% de la nota fina) i una prova teòrica (20% de la nota final).

Per fer mitjana entre la part pràctica i la teòrica, l'alumne haurà d'aprovar les dues parts.

El professorat podrà establir la recuperació d'una prova teòrica o pràctica suspesa.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

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

Complementària

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

Taller de Televisió

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Joan Frigola Reig
- Marc Vaillo Daniel
- Montserrat Casas Arcarons

OBJECTIUS:

Proposem conèixer el Procés Televisiu, des de la idea fins a l'espectador. A partir dels coneixements teòrics i tècnics ens introduïrem a l'aprenentatge del llenguatge televisiu des de tots els aspectes que el conformen. Presentarem i experimentarem els elements que intervenen en el procés audiovisual per fer que un projecte esdevingui una realitat visiva.

A partir d'aquí l'alumne tindrà un marc de coneixement consolidat per definir cap a on vol avançar en la seva trajectòria formativa-professional en l'àmbit del procés televisiu.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Conèixer la tecnologia del llenguatge televisiu.
2. Conèixer la narrativa audiovisual.
3. Saber plantejar els processos de producció televisiva.
4. Tenir habilitat per produir reportatges per informatius televisius amb una sola càmera.
5. Saber dissenyar i produir un programa multicàmera per a televisió.
6. Conèixer els processos de la telvisió en directa.
7. Conèixer els moments històrics de la televisió.
8. Conèixer les varibles de l'èxit de l'audiència.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat de recerca.

Específiques

- Conèixer i dominar els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents mitjans i gèneres periodístics.
- Conèixer l'organització i gestió dels recursos tècnics, humans i pressupostaris per a una producció televisiva periodística.
- Conèixer la imatge espacial i les representacions icòniques en l'espai, tant en la imatge fixa com en moviment.

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

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.
- Mostrar habilitats per a l'exercici professional en entorns multidisciplinaris i complexos, en coordinació amb equips de treball en xarxa, ja sigui en entorns presencials o virtuals, mitjançant l'ús informàtic i informacional de les TIC.

CONTINGUTS:

1. El llenguatge i la narrativa audiovisual.
2. De la idea al procés de creació del guió.
3. El disseny de producció.
4. La realització.
5. Coneixements tècnics.
6. La postproducció. L'edició.
7. El món en directe.
8. Les retransmissions de programes especials de gran audiència.
9. Els esdeveniments de la història de la televisió.
10. La cocordinació entre graelles de programació i els estudis d'audiència.
11. El nou escenari àudio-audiovisual. TDT i TVIP.
12. Components complementaris al discurs televisiu.

AVALUACIÓ:

L'avaluació és continuada a partir de diferents tipus de proves: escrites, pràctiques individuals, pràctiques en petit grup i pràctiques en gran grup.

La nota final de l'avaluació es detalla:

- 10% Projecte escrit de un reportatge de informatius en petit grup.
- 15% Producció de un reportatge per informatius televisius.
- 10% Projecte escrit de un programa informatiu televisiu multicàmera en gran grup.

- 15% Produció de un programa informatiu televisiu multicàmera en gran grup.
- 35% Prova escrita de resultats d'aprenentatge.
- 10% Exercis individuals.
- 5% Assitència

BIBLIOGRAFIA:

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

Teories de la Comunicació

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordi De San Eugenio Vela

OBJECTIUS:

L'objectiu principal de l'assignatura és donar a conèixer les teories existents en l'àmbit de la comunicació en un sentit ampli i en el context de l'actual societat contemporània. En aquest sentit, es tractarà la comunicació humana sense mediació tecnològica (intrapersonal i interpersonal), les teories sobre els mitjans de comunicació, la incidència social de la comunicació així com l'anàlisi de continguts i audiències, entre d'altres. Així mateix, s'aprofundirà en el coneixement de l'emergent teoria de la comunicació digital interactiva. El que es pretén, en darrer terme, és fomentar l'esperit d'anàlisi crítica dels estudiants en relació al paper que desenvolupen els mitjans de comunicació convencionals així com els nous formats digitals en l'actual societat de la informació i del coneixement.

RESULTATS D'APRENTATGE:

La persona que supera l'assignatura:

- Reconeix l'objecte d'estudi de les teories de la comunicació.
- Ubica les teories de la comunicació en el marc de les Ciències Socials.
- Coneix les perspectives teòriques a partir de les quals s'organitza el pensament en comunicació.
- Analitza críticament el paper dels mitjans de comunicació.
- Contextualitza l'actual societat digital.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

Específiques

- Conèixer els processos informatius i comunicatius, així com les principals corrents i teories que els formalitzen i critiquen des d'un punt de vista conceptual, metodològic i investigador.
- Conèixer les principals qüestions relacionades amb la societat de la informació, el seu funcionament i les seves tendències.
- Conèixer les teories del periodisme i l'opinió pública.
- Conèixer les teories i els models d'anàlisi textual, retòric i discursiu.

Bàsiques

- 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

- Actuar amb esperit i reflexió crítics davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.
- Mostrar habilitats per a l'exercici professional en entorns multidisciplinaris i complexos, en coordinació amb equips de treball en xarxa, ja sigui en entorns presencials o virtuals, mitjançant l'ús informàtic i informacional de les TIC.
- Projectar els valors de l'emprenedoria i la innovació en l'exercici de la trajectòria personal acadèmica i professional, a través del contacte amb diferents realitats de la pràctica i amb motivació envers el desenvolupament professional.

CONTINGUTS:

1. Per què cal estudiar la comunicació?
 - Interessos en l'estudi de la comunicació com a fet social.
 - Informació i comunicació.
 - El procés de la comunicació. Elements principals.
 - La mutació dels models clàssics als models actuals en comunicació.
 - Comunicació i interdisciplinarietat.
2. Mitjans de comunicació i poder:
 - L'agenda *setting*.
 - L'espiral del silenci de Neuman.
 - Teoria d'usos i gratificacions.
 - Emissió i recepció en la comunicació de masses: el *Gatekeeper*.
 - El marc de notícies.
 - La investigació dels mitjans de comunicació de masses: contingut, discurs, audiències, etc.
3. La perspectiva interpretativa de la teoria de la comunicació:
 - L'escola de Palo Alto.
 - L'interaccionisme simbòlic.
 - Erving Goffman.
 - El construccionisme.
 - L'etnometodologia.
4. La perspectiva funcionalista de la teoria de la comunicació:
 - Orígens, funcions i principis crítiques al funcionalisme.
5. La perspectiva crítica de la teoria de la comunicació:
 - L'Escola de Frankfurt.
 - L'economia política.
 - Els estudis culturals.
6. Teories de la comunicació digital interactiva:

- Revolució Industrial, impremta i revolució tecnològica.
- El nou paradigma digital.
- La cibercultura: digitalització, reticularitat, hipertextualitat, multimedialitat i interactivitat.

AVALUACIÓ:

Avaluació contínua amb proves individuals de validació de continguts teòrics, treballs de grups, sessions de discussió i altres activitats avaluatives.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Rodrigo, M. (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Bellaterra: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Complementària

- De Fleur, M.; Ball-Rokeach, S. J. (1993). *Teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- García Jiménez, L. (2007). *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos.
- Martín Algarra, M. (2003). *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos.
- Mattelart, A.; Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- 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 Funete, F. (1997). *Teoría general de la información*. Madrid: Noesis.
- Wolf, M. (1996). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

Written English for Journalism

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Anna M. Masferrer Giralt
- Gonzalo Calle Rosingana

OBJECTIUS:

The main objective of this subject is to develop the writing skills needed to manage fluently in a professional medium. The course will focus on a variety of tasks typical of the media professionals to practise orally and in writing.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Students can express correctly in oral and written form and prepare written texts that are coherent and adequate to the communicative situation and identify and solve grammatical errors.
2. Students use the specific vocabulary, grammar and lexicon for journalism.
3. Students correctly use the tools of informative and persuasive communication to respond to the specific fields of communication.
4. Students recognize the characteristics and function of the basic discursive genres of the academic and professional spheres.
5. Students identifies and recognize the different phases of the writing process.
6. Students correctly write expository and argumentative texts.
7. Students evaluate professional practices in emerging and global contexts and propose lines of intervention adjusted to the different realities.
8. Students perform evaluation processes on one's practice and that of others in a critical and responsible manner.
9. students communicate to all types of audiences (specialized or not) in a clear and precise way knowledge, methodology, ideas, problems and solutions.

COMPETÈNCIES

Generals

- Comprendre les cultures i els costums d'altres països.
- Respectar els drets humans.
- Saber apreciar la diversitat i multiculturalitat.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en un equip interdisciplinari.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

Específiques

- Conèixer i usar correctament de forma oral i escrita l'anglès com a forma d'expressió professional en els mitjans de comunicació.
- Dominar el vocabulari específic del periodisme.
- Tenir capacitat per llegir i analitzar textos i documents especialitzats de qualsevol tema rellevant i saber resumir o adaptar mitjançant un llenguatge o lèxic comprensible per a un públic majoritari.

Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.
- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.

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.

CONTINGUTS:

1. Television:

- Skills:
 - Understanding the production process.
 - The language of television production.
 - Vocabulary of filming procedures and equipment.
 - Filming on location.
 - An email giving editing instructions.
- Language Focus:
 - Modal Verbs.
 - The structure of a paragraph.

2. Films:

- Skills:
 - Organising a shoot. Writing a screenplay.
 - Writing a film review.
 - Technical vocabulary of filming.
 - Language of film reviews.
 - A pitching session.
- Language Focus:
 - Connectors and focus structure review.
 - Linking words.
 - The Passive.

3. New Media:

- Skills:

- Discussion about J-blogging,
- Reading comprehension and vocabulary related to online journalism.
- Technical vocabulary of websites and social media.
- Language Focus:
 - -ing form and infinitive.
 - Question forms.
 - Reported Speech, Reporting verbs

AVALUACIÓ:

The course is based on continuous assessment. The final grade is the sum of all the assessed activities done during the course. The individual weight of the assessed activities is the following:

Grammar and Vocabulary:

- Test 1 20%
- Test 2 20%

Writing tasks:

1. Blog 15 %
2. Film review 10%
3. Opinion essay 10%

Speaking:

- Comparing news 10%
- Meeting 5%

Reading:

- Class reader test 10 %

The assessed activities that have not been delivered on the due date count as zero. In the event that a student fails, there will be the opportunity to resit 3 of the following options up to a maximum of 50%:

1. 1 Writing task ? 5%
2. Book test ? 10%
3. Grammar and Vocabulary Test 1 ? 20%
4. Grammar and Vocabulary Test 2 ? 20%

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

Llibre de text

- Nick Ceramella & Elizabeth Lee. *Cambridge English for the Media*. CUP, 2008.

Llibre de gramàtica

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

Llibre de lectura

- Frost, Chris. *Reporting for Journalists*. (2nd ed.). London: Routledge. 2010.

Edició de Premsa

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Santiago Giraldo Luque

OBJECTIUS:

Aquesta assignatura complementa els continguts apresos a Taller de Redacció de Premsa II durant el primer quadrimestre. Si a la primera part del curs els estudiants han dut a terme tasques de reporterisme, a Edició en Premsa ?entesa com una segona part? es treballaran qüestions que tenen a veure amb la revisió i control de qualitat final del text abans de la seva publicació en un diari. La titulació, el rigor en la citació de les fonts o la coherència amb la línia editorial, amb el model de llengua i amb el continguts de la capçalera són alguns dels aspectes que s'hi tractaran conjuntament amb l'ús d'un llenguatge ètic o la revisió prèvia a la correcció lingüística definitiva. Els estudiants també hauran d'actualitzar textos intemporals, com si haguessin estat guardats en l'arxiu-nevera d'un diari, i adaptar les notícies a diferents formats o llargàries en funció de les necessitats d'un mitjà simulat. Mentre a les assignatures de Taller de Redacció l'enfocament estava situat a la construcció de la notícia "al carrer", Edició en Premsa està enfocada en la reconstrucció de la informació "a la taula de redacció". Els estudiants exerceixen com a caps d'edició dels diaris, una figura que supervisa i coordina els continguts quotidians dels mitjans de comunicació.

Objectius

- Dominar el llenguatge periodístic escrit.
- Saber revisar (editar) textos periodístics.
- Aprendre a tenir criteri periodístic i a saber gestionar la informació d'actualitat i/o d'interès general.
- Tenir capacitat i habilitat per expressar-se amb fluïdesa i eficàcia comunicativa de manera escrita aprofitant els recursos lingüístics i literaris que siguin més adequats als diferents mitjans de comunicació.
- Aprendre a reflexionar de manera crítica sobre el valor de la diversitat i el seu reflex a través del llenguatge ètic en els mitjans de comunicació.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Saber titular una informació escrita d'un periòdic i tenir capacitat per supervisar-la i adaptar-la a les característiques del mitjà (llibre d'estil, línia editorial) abans de la seva correcció i publicació definitives.
- Aprendre a depurar errades (faltes de concordança, de cohesió, de coherència, gramaticals...) en els textos periodístics abans de la seva publicació.
- Aprendre a actualitzar informacions inèdites elaborades i escrites des de fa dies per a la seva publicació immediata.
- Reconèixer i saber resoldre els recursos propis del llenguatge periodístic així com les convencions formals pel que fa a la llegibilitat lingüística.
- Conèixer o saber aplicar correctament la normativa lingüística del codi de la llengua tant pel que fa al

lèxic, com a la morfologia, a la sintaxi, a la fraseologia i a l'ortografia.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitats interpersonals.

Específiques

- Dominar les llengües catalana i espanyola (oral i escrita) en un nivell avançat.

CONTINGUTS:

1. L'edició. El treball com a editor
2. Meta-text. Lectura editorial de la informació
3. Jerarquia informativa i titulació
4. Comprovació de fonts
5. Els llibres d'estil dels mitjans de comunicació
6. Edició en nous entorns multimèdia
7. L'edició per al SEO i la recerca de tendències

AVALUACIÓ:

La nota final del curs s'obté a partir de les següents activitats d'avaluació:

Pràctiques del curs (diari): 60%
Test d'actualitat (diari): 15%
Cerca d'errors (diari): 15%
Anàlisi comparada d'estil d'autors: 10%
Ressenya de lectures proposades (10% opcional)

BIBLIOGRAFIA:

- Cassany, D. (2007). Esmolar l'eina : guia de redacció per a professionals. Barcelona : Empúries.
- Cassany, D. (1995). La cuina de l'escriptura. Barcelona: Empúries.
- de Balzac, H. (1840). Tratado de la vida elegante. Madrid: Impedimenta
- Ferré, C. (2009). Con faltas y a lo loco. ¿Qué es la edición periodística? Barcelona: UOC.
- Grijelmo, Á. (2008). El estilo del periodista. Madrid: Taurus.
- Pérez Colomé, J. (2011). Com escriure clar. Barcelona: Editorial UOC
- Sabés, F., Verón, J.J. (2006). La eficacia de lo sencillo: introducción a la práctica del periodismo. Sevilla: Comunicación Social.

Introducció a la Comunicació de les Organitzacions

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Irene Colom Valls

OBJECTIUS:

- L'assignatura és una introducció a la comunicació d'empreses i institucions públiques (a partir d'ara organitzacions).
- S'introdueixen els conceptes teòrics que emmarquen la comunicació en l'estructura de direcció i gestió de les organitzacions, per passar a introduir l'estructura d'un departament de comunicació, la figura del DirCom i els documents fonamentals de planificació estratègica de la comunicació.
- Tot partint de la diferenciació entre comunicació interna i externa, es treballen també, amb identitat pròpia, la publicitat i les relacions públiques. En tot moment es tindrà present la comunicació online, cada cop més present en la comunicació de les organitzacions.
- Pensada específicament per al Grau de Periodisme i futures sortides laborals, es farà especial èmfasi en aquells aspectes més connectats amb el món del periodisme, com ara les relacions públiques o la relació amb els mitjans de comunicació.

RESULTATS D'APRENTATGE:

Evalúa el funcionamiento de la comunicación empresarial desde distintas dimensiones (estructura, sector, disciplina del máquetin, etc.). RA3, RA5

Participa en la toma de decisiones comunicativas, mostrando habilidades propias del pensamiento estratégico y utilizando adecuadamente distintas herramientas comunicativas. RA2, RA3, RA6

Diseña y ejecuta un plan de comunicación, comunicación interna o un plan de patrocinio deportivo, con adecuación a la dinámica de los procesos comunicativos en la empresa y entre los sujetos participantes. RA1, RA2, RA4

Evalúa prácticas profesionales en contextos emergentes y globales y propone líneas de intervención ajustadas a las distintas realidades. RA3, RA4, RA5

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de lideratge.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitats interpersonals.

Específiques

- Conèixer i saber gestionar les eines de la comunicació empresarial i institucional en els àmbits intern i extern.
- Conèixer l'estructura, el funcionament i la gestió de l'empresa de comunicació.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.

Bàsiques

- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

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.
- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.
- Projectar els valors de l'emprenedoria i la innovació en l'exercici de la trajectòria personal acadèmica i professional, a través del contacte amb diferents realitats de la pràctica i amb motivació envers el desenvolupament professional.

CONTINGUTS:

Tema 1. El màrqueting i la comunicació

? Relació entre màrqueting i comunicació organitzacionals

? La comunicació avui

? El mix de comunicació

Tema 2. La marca

? Concepte de marca

? Imatge de marca, identitat de marca

? La construcció de marques

Tema 3. Crítiques i debats entorn dels efectes socials de la publicitat

Tema 4. Instruments de la comunicació organitzacional

? Tecnologies digitals al servei de la comunicació

? Relació amb els mitjans de comunicació, comunicació de crisi, comunicació interna

? Promoció de vendes, patrocini i mecenatge, marxandatge, Etc.

Tema 5. Publicitat, relacions públiques

? Gestió de la comunicació empresarial. L'agència

? La campanya de publicitat: brífing, objectius, públic objectiu, estratègies, Etc.

? Estratègia creativa. La creativitat al servei de l'eficàcia

? Planificació estratègica de les relacions públiques

AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar l'adquisició dels coneixements teòrics i, sobretot, la capacitat per portar-los a la pràctica. La nota final ve configurada per aquestes tres parts:

? 35% Pràctiques desenvolupades al llarg del curs

? 35% Treball final, lliurat en dues parts i presentat a classe

? 30% Prova final, basada en els continguts treballats al llarg del curs. Per superar l'assignatura, cal haver obtingut almenys un 4 d'aquesta prova

Important: A més del contingut, en les pràctiques i treball s'avaluaran també els aspectes formals, tant de presentació com de redacció, ortografia i gramàtica, Etc.

L'avaluació de l'assignatura és continuada. Només hi haurà la possibilitat de repescar el contingut de la prova final

BIBLIOGRAFIA:

BIBLIOGRAFIA BÀSICA

? ADECEC (2005). 40 Éxitos en comunicación. Madrid: Pearson-Prentice Hall.

? Cervera, Angel Luis (2008). Comunicación total. ESIC.

? Garcia-Uceda, Mariola (2011). Las claves de la publicidad. Madrid: ESIC.

? Montaña, Jordi; Moll, Isa (2013). El poder de la marca. El papel del diseño en su creación. Barcelona: Profit-

? Sánchez-Blanco, Cristina (coord.) (2011). Planificación estratégica. La relevancia del consumidor en comunicación comercial analizada por los planners. Madrid: Universitas.

? Solana, Daniel (2010). Postpublicidad. Reflexiones sobre la nueva cultura publicitaria en la era digital . Barcelona: Doubleyou.

? Xifra, Jordi (2007). Tècniques de les Relacions Públiques. Barcelona: UOC.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

? Arceo Vacas, José Luís (1999). Tratado de la publicidad y de las relaciones públicas. Madrid: ICIE.

? Colom, Irene (2013). Màrqueting i aplicació de la comunicació en la música popular. Barcelona: UOC.

? Capriotti, Paul. (1992). La imagen de empresa. Estrategia para una comunicación integrada. Barcelona: Consejo Superior de Relaciones Públicas de España.

? Cutlip, S.; Center, A.; Bromm, G. (2001). Relaciones públicas eficaces. Barcelona: Gestión 2000.

? Kotler, Philip. (2006). La dirección de marketing. Madrid: Prentice Hall, 12ª edición

? Palencia-Lefler, Manel (2008). 90 técnicas de relaciones públicas. Barcelona: Bresca-Profit.

? Reyes Ponce, Agustín. (2007). Administración de empresas. Teoría y práctica. Mèxic: Limusa

? Wilcox, D.L.; Autt., P.H.; Agee, W.K.; Cameron, G.T. (2001): Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas.

Madrid: Pearson educación, 6ª edición.

Llenguatges de la Comunicació

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Cristina Fernandez Rovira

OBJECTIUS:

Llenguatges de la Comunicació introdueix els principals models teòrics de la semiòtica interpretativa, discursiva i narrativa i els aplica a diferents conjunts textuais audiovisuals i mediàtics. L'assignatura dota d'equipament teòric per aplicar-lo sobre productes comunicatius a partir de la pràctica d'anàlisis i de projectes.

El curs *Llenguatges de la Comunicació* té per objectiu principal que l'estudiant s'apropii de les reflexions teòriques de la semiòtica i la teories dels discursos socials com a eina de treball professional. Per tal d'assolir aquest objectiu, durant la primera part del curs s'introduirà l'estudiant en els principals models teòrics ?generatiu, interpretatiu, narratiu, discursiu, etc.?; mentre que la segona part del curs es dedicarà a l'aplicació dels models teòrics a un conjunt textual seleccionat al començament del curs.

RESULTATS D'APRENTATGE:

Al llarg de l'assignatura, l'estudiant coneixerà diferents enfocaments teòrics i metodològics en relació a l'anàlisi de la comunicació. Així mateix, aprendrà a aplicar-los en un treball de recerca en grup.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber apreciar la diversitat i multiculturalitat.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat de recerca.

- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

Específiques

- Conèixer els processos informatius i comunicatius, així com les principals corrents i teories que els formalitzen i critiquen des d'un punt de vista conceptual, metodològic i investigador.
- Conèixer en l'àmbit teòric i pràctic els elements, les formes i els processos dels llenguatges de la comunicació.
- Conèixer les teories i els models d'anàlisi textual, retòric i discursiu.

Bàsiques

- 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

- Actuar amb esperit i reflexió crítics davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.
- Projectar els valors de l'emprenedoria i la innovació en l'exercici de la trajectòria personal acadèmica i professional, a través del contacte amb diferents realitats de la pràctica i amb motivació envers el desenvolupament professional.

CONTINGUTS:

0. Els llenguatges i la mirada semiòtica.

1. Del signe al text:

1. Roland Barthes
2. Vladimir Propp
3. Algirdas Greimas
4. Umberto Eco

2. Del text als textos:

1. Intertextualitat
2. Hipertext
3. Narratives transmediàtiques

3. Dels textos a la ideologia:

1. Construccionisme i anàlisi del discurs
2. Psicoanàlisi

AVALUACIÓ:

L'avaluació constarà de diferents parts (treballs grupals sobre guies de lectures, avaluació escrita individual sobre el contingut més teòric de l'assignatura, treball de recerca grupal i altres activitats). Cadascuna de les parts s'haurà d'aprovar per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la suma de totes les parts, sempre que estiguin aprovades.

BIBLIOGRAFIA:

- Cabruja, T.; Iníguez, L.; Vázquez, F. (2000). "Cómo construimos el mundo: relativismo, espacios de relación y narratividad". *Análisis* 25, p. 61-94.
- Eco, U. (1997). *Sis passejades pels boscos de la ficció*. Barcelona: Destino. (Ed. cast. *Seis paseos por los bosques narrativos*. Barcelona: Lumen, 1997).
- Foucault, M. (2002). *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets, 1973.
- Navarro, D. (2006). "Intertextualité. Treinta años después". *Versión*, 18, p. 15-25.
- Pozzato, M.P. (1995). "El análisis del texto y la cultura de masas en la socio-semiótica". Dins: 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 i 6 de la segona part, p. 121-139).

Spoken English for Journalism

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Emma Louise Hitchen

OBJECTIUS:

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

The course also aims to develop analytical skills and critical thinking with respect to key themes in contemporary journalism and to be able to structure and express ideas within a media context.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Ability to express ideas clearly, fluently and spontaneously.
- Appropriate level of grammatical correction and richness of vocabulary.
- Ability to understand spoken English from genuine sources (BBC radio, films, TV programmes).
- Ability to understand written English from genuine sources (Guardian, Telegraph, New York Times, Economist etc.).
- Ability to interpret and critically analyse key issues within society.
- Understanding of the role of the media in contemporary society.
- Understanding of what news is and how it is delivered.

COMPETÈNCIES

Generals

- Comprendre les cultures i els costums d'altres països.
- Saber apreciar la diversitat i multiculturalitat.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en una llengua estrangera.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en un context internacional.

Específiques

- Conèixer i usar correctament de forma oral i escrita l'anglès com a forma d'expressió professional en els mitjans de comunicació.
- Dominar el vocabulari específic del periodisme.

Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.
- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.

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.

CONTINGUTS:

Topics

- Fake news
- Media
- Politics
- Technology
- Health
- The economy
- Sport

Vocabulary

- Vocabulary specific to radio, press and TV
- Vocabulary specific to topics covered in class

Grammar

- Relative clauses/participles
- Unreal past, wished/contrast

Skills

Writing

- Press release

Listening practice

- News
- Authentic listening
- Debates

Speaking

- Giving opinions
- Agreeing
- Debates
- Oral presentation of current affairs
- Film review

Reading

- Articles from Time Magazine, the Guardian, and other sources of news in English

Pronunciation

- the phonetic alphabet
- vowel sounds
- connected speech
- word stress
- intonation

AVALUACIÓ:

The course is based on continuous assessment. The assessed activities must be done during the course, and must be taken on the day stated in the work plan. The percentages of the assessment are the following:

- English Usage (Grammar): 20%.
- English Usage (Vocabulary): 20%.
- Film review: 10%.
- Debate: 20%.
- Press kits: 20%.
- Participation: 10%.

Attendance is obligatory.

If the average mark is less than 50%, the student may resit the Grammar test (25%) and/or the press kit (10%).

BIBLIOGRAFIA:

Books

- Nick Ceramella & Elisabeth Lee. *Cambridge English for the Media*. CUP, 2008.
- Malcolm Mann. *Destination B2*. Macmillan, 2006.

Films

- To be confirmed.

Taller de Comunicació Gràfica

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Hector Ivan Navarro Guere
- Henry Naranjo Pérez

OBJECTIUS:

Introduir a l'estudiant en els camps d'aplicació del disseny i la comunicació gràfica i el seu paper dins del periodisme. Es busquen coneixements teòrics, pràctics i una reflexió crítica de la comunicació gràfica, des de les perspectives històrica, evolutiva i estètica.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Conèixer els camps d'aplicació del disseny i la comunicació gràfica i el seu paper dins del periodisme. Introducció a la metodologia de treball.
2. Conèixer els camps d'aplicació de l'entorn digital com a eina de treball per al desenvolupament de diferents tipologies de resposta de necessitats comunicatives.
3. Conèixer el funcionament de programes d'edició del disseny gràfic: Illustrator en la vessant de disseny vectorial i Photoshop en disseny amb píxels.
4. Estimular les capacitats creatives de l'alumne, a nivell particular i en grup.
5. Resolució de problemes creatius plantejats.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

Específiques

- Conèixer els fonaments teòrics, històrics i pràctics de la comunicació gràfica i del disseny editorial.

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

- Mostrar habilitats per a l'exercici professional en entorns multidisciplinaris i complexos, en coordinació amb equips de treball en xarxa, ja sigui en entorns presencials o virtuals, mitjançant l'ús informàtic i informacional de les TIC.

CONTINGUTS:

1. Fonaments de la comunicació gràfica:
 - Disseny i comunicació gràfica, i la seva relació amb el periodisme.
 - Conceptualització.
 - Alfabetització visual.
2. La comunicació gràfica:
 - Composició visual, nivells visuals (representatius, abstractes, simbolisme); la composició; elements compositius (espai-forma)...
 - Pictograma i marca
 - Tipografia: (parts, cos, família), composició tipogràfica (interlínia, interlletratge, lecturabilitat, llegibilitat).
3. El disseny de publicacions periòdiques:
 - Espai de composició i recursos gràfics.
 - Portada, retícula i maquetació.
 - Elements formals.

AVALUACIÓ:

Avaluació continuada / Activitats a desenvolupar a l'aula de classe. Es farà un seguiment de cada projecte de forma individual i en grup. / No hi ha repesca de les pràctiques, ni avaluacions extraordinàries. / Es poden demanar tutories fora de l'horari de classes / **Hi ha 7 pràctiques** (individuals i en grup) / La qualificació final de l'assignatura serà la suma de les parts.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

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

Complementària

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

Enllaços web

- sudtipos.com/articles/6
- www.unostiposduros.com
- www.tipografia.cl/blog
- maquetadores.blogspot.com
- www.typeculture.com
- www.garcia-media.com.ar
- www.visual.gi
- www.artofthetitle.com

Taller de Redacció de Premsa II

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordi Serrat Manen
- Maria Francisca Forga Martel

OBJECTIUS:

En aquesta assignatura se simula que la classe és la redacció d'un diari. Els estudiants, adscrits a diferents seccions (política, societat, local, cultura, esports, economia o comunicació), han de treballar tant en equip com de manera individual l'elaboració de diferents textos periodístics amb fonts d'informació pròpies. Els estudiants han d'escollir el tema, buscar la informació, concertar les entrevistes, discutir amb el cap de redacció (professor) l'enfocament més adequat i, finalment, han de redactar els seus treballs talment com si haguessin de ser publicats. Els objectius principals són:

- Dominar el llenguatge periodístic escrit, especialment els gèneres informatius i interpretatius a la premsa.
- Aprendre a tenir criteri periodístic i saber gestionar la informació d'actualitat i/o d'interès general.
- Saber escriure i jerarquitzar la informació, principalment a partir de fonts pròpies.
- Aprendre a escriure cròniques, reportatges i entrevistes, fent un bon ús dels recursos del llenguatge, sigui en català o en castellà.
- Reflexionar críticament sobre el procés d'elaboració de la informació i els seus recursos lingüístics.
- Adquirir una consciència crítica del paper del periodista en la societat.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Reconèixer els diferents suports i mitjans o recursos de comunicació escrits, així com la terminologia que porten associada.
- Reconèixer i saber resoldre la comunicació oral espontània i la comunicació escrita formal (i la que es troba entre aquests dos pols) d'acord amb les diferències contextuais i textuais.
- Reconèixer els gèneres periodístics bàsics i saber resoldre la redacció de reportatges, cròniques i entrevistes tenint en compte els diferents graus de modalització que poden presentar els textos.
- Saber redactar correctament reportatges, cròniques i entrevistes.
- Tenir un domini suficient de la llengua escrita per a una comunicació eficaç.
- Saber distingir la informació de l'opinió en una peça periodística.
- Conèixer o saber trobar i aplicar correctament la normativa lingüística del codi de la llengua, tant pel que fa al lèxic, a la morfologia, a la sintaxi, a la fraseologia com a la fonètica i l'ortografia.
- Estar al corrent de l'actualitat, des de l'àmbit comarcal al mundial.

COMPETÈNCIES

Específiques

- Conèixer i dominar els diferents gèneres periodístics: informatius, interpretatius i d'opinió.
- Saber cercar, contrastar i jerarquitzar la informació periodística.
- Saber obtenir informació contrastada i exclusiva a partir de fonts d'informació pròpies.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.
- Tenir capacitat i habilitat per al·l'exercici de les principals tasques periodístiques, desenvolupades a través d'àrees temàtiques, aplicant gèneres i procediments periodístics.
- Tenir capacitat i habilitat per expressar-se amb fluïdesa i eficàcia comunicativa en les llengües pròpies de manera oral i escrita, sabent aprofitar els recursos lingüístics i literaris que siguin més adequats als diferents mitjans de comunicació.

CONTINGUTS:

Els gèneres periodístics informatius-interpretatius

1. El debat sobre la vigència de la piràmide invertida.
2. De la tradició anglosaxona a la hibridació.
3. La notícia *reportatjada* a la premsa tradicional i l'iceberg invertit a la xarxa.
4. Altres classificacions: *hard news*, *soft news*, *breaking news* i *features*.

El reportatge

1. Antecedents i models més estesos en el periodisme escrit: el reportatge d'actualitat, d'urgència, intemporal, d'investigació i la notícia menor convertida en reportatge.
2. L'ús de les fonts i la documentació.
3. L'enfocament i la redacció.
4. La transformació del gènere a la xarxa.

La crònica

1. Antecedents i tipologies en el periodisme escrit: la crònica esportiva, judicial, parlamentària, la crònica social d'ambient, la crònica de cultura, d'espectacles, la crònica de guerra, de viatges i la contracrònica.
2. El paper del periodista com a observador-testimoni directe o intèrpret coneixedor d'una realitat.
3. L'enfocament i la redacció.
4. Els canvis del gènere a la xarxa.

L'entrevista

1. Antecedents i tipologies més esteses en el periodisme escrit: l'entrevista informativa, l'entrevista de personalitat, l'entrevista de contraportada, l'entrevista lleugera (d'estiu) i el qüestionari Marcel Proust amb les seves derivacions. Models híbrids.
2. La preparació, concertació i execució de l'entrevista.
3. La transcripció i redacció.
4. L'entrevista com a gènere dialògic a la xarxa.

AVALUACIÓ:

L'avaluació inclou teoria i pràctica. La part de teoria valdrà el 30% de la nota i constarà d'una prova final de síntesi. La part pràctica comptarà el 70% de la nota, i estarà formada per la mitjana de quatre peces periodístiques que els alumnes hauran de redactar: una crònica d'ambient, un reportatge, una entrevista de personatge i una entrevista informativa. A l'hora de qualificar els treballs no es tindrà en compte només el resultat final (redacció i contingut); també el procés de cerca d'informació i d'accés a les fonts que el professor tutoritzarà d'acord amb l'avaluació continuada. Del 70% de la part pràctica, un 10% correspondrà a l'assistència i execució de les tasques programades a l'aula. Només la prova teòrica escrita és recuperable en el període d'avaluació complementari i sempre que l'alumne no tingui més del 50% del curs suspès.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Grijelmo, Àlex. *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus, 2008.
- Larrondo, Ainara. *Los géneros en la redacción ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2009.
- Mayoral, Javier. *Redacción periodística. Medios, géneros y formatos*. Madrid: Síntesis, 2013.
- Parratt, Sonia. *Géneros periodísticos en prensa*. Quito: Intiyan-Ediciones Ciespal, 2008.

Complementària

- Altarriba, Laia. *Vint i Ramon Barnils*. Barcelona: Edicions Dau, 2013.
- Amiguet, Lluís; Sanchis, Ima; Amela, Víctor. *Haciendo la contra 2*. Barcelona: Ediciones Martínez Roca, 2004.
- Bassas, Antoni. *Vida en directe. A contracorrent*. Barcelona: Edicions 62, 2003.
- Borrat, Héctor. *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili, 1989.
- Calvet, Agustí; Llanas, Manuel (Eds.); Garcia-Planas, Plàcid. (Eds.). *En las trincheras*. Barcelona: Editorial Diéresis, 2009.
- Cantavella, Juan; Serrano, José Francisco (coords.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel, 2004.
- Cantavella, Juan. *Manual de la entrevista periodística*. Barcelona, Ariel, 1996.
- Casas, Àngel. *Memòries d'altres*. Barcelona: Quaderns Crema, 2008.
- Casasús, Josep M. *Lliçons de periodisme en Josep Pla*. Barcelona: Destino, 1986.
- Echevarría, Begoña. *Las W's del reportaje*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU, 1998.
- Espinàs, Josep Maria. *Identitats. Converses a TV3*. Barcelona: Edicions la Campana, 1988.
- Fallaci, Oriana. *Entrevista con la historia*. Barcelona: Noguer, 1974.
- Ferri, Llibert. *Cròniques postsoviètiques*. Barcelona: Llibres de l'índex, 1993.
- Fidler, Roger. *Mediamorphosis. Understanding New Media*. Thousand Oaks, California (EUA): Pine Forge Press, 1997.
- Fontcuberta, Mar. *La noticia, pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós, 1993.
- Gabilondo, Iñaki. *El fin de una época. Sobre el oficio de contar cosas*. Barcelona: Barril & Barral, 2011.
- Garcia-Planas, Plàcid. *La revancha del reportero: tras las huellas de siete grandes corresponsales de guerra*. Barcelona: Editorial Diéresis, 2007.
- Ginesta, Xavier. *Periodisme amb microscopi: viatges i excursions militants en la 'geografia de l'espanya'*. Girona: Curbet, 2016.
- Gomis, Llorenç. *Teoria del gèneres periodístics*. Centre d'Investigació de la Comunicació - Generalitat de Catalunya, 1989.
- Laubier, Charles de. *La presse sur Internet*. París: Presses Universitaires de France, 2000.
- Len-Ríos, María E. ; Perry, Earnest L. (Eds.). *Cross-Cultural Journalism: Communicating Strategically About Diversity*. New York / London, Routledge, 2016.
- Maciá, Carlos. *El reportaje de prensa. Análisis del propósito y los recursos del género periodístico en suplementos de diarios de información general españoles*. Madrid: Editorial Universitas, 2007.
- Madueño, Eugeni; Rovira, Bru. *Notícies del més enllà. El reporterisme en premsa*. Barcelona: Pòrtic,

1999.

- Martínez Albertos, José Luís. *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo, 2001.
- Martín Vivaldi, Gonzalo. *Géneros periodísticos*. Madrid: Paraninfo, 1998.
- Montero, Rosa. *Entrevistas*. Madrid: El País-Aguilar, 1996.
- Nogueró, Joaquim (coord.). *Embolcats amb el periodisme. Reptes dels mitjans de comunicació catalans (1975-2006)*. Vilanova i la Geltrú: El Cep i la Nansa, 2007.
- Parratt, Sonia. *Introducción al reportaje: antecedentes, actualidad y perspectivas*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, 2003.
- Peralta, Dante; Urtasun, Marta. *La crónica periodística. Herramientas para una lectura crítica y redacción*. Buenos Aires: La Crujía, 2004.
- Perlado, José Julio. *Diálogos con la cultura. La entrevista periodística*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, 2002.
- Pla, Josep. *Cròniques parlamentàries 1933-1936*. [Obra completa, volums 41 i 42]. Barcelona: Destino, 1982.
- Quesada, Montserrat. *La entrevista: obra creativa*. Barcelona: Mitre, 1984.
- Rodrigo Alsina, Miquel. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 2005.
- Roig, Montserrat. *Personatges*. Barcelona: Pòrtic, 1978.
- Roig, Montserrat. *Personatges (segona sèrie)*. Barcelona: Pòrtic, 1980.
- Roig, Montserrat. *Retrats paral·lels*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1978.
- Salaverría, Ramón. *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Eunsa, 2005.
- Salaverría, Ramón. (coord.). *Cibermedios: el impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social, 2005.
- Vilamor, José R. *Redacción periodística para la generación digital*. Madrid: Universitas, 2000.

ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE TERCER CURS

Comunicació Digital Interactiva

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Eulàlia Massana Molera

OBJECTIUS:

Comunicació Digital Interactiva té per objectiu principal que l'estudiant s'apropriï de les reflexions teòriques de la comunicació digital com una eina de treball professional. Per assolir aquest objectiu s'introduirà l'estudiant en els principals coneixements teòrics del sector digital: interfícies, hipertextos, cibercultures, etc.

La segona part del curs es dedicarà a la realització d'un projecte pràctic de comunicació digital amb l'ús d'eines web 2.0.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Conèixer els camps d'acció de la CDI i el seu paper dins de l'àrea de la comunicació. Introducció.
- Conèixer els camps d'aplicació de la CDI com a eina de treball per al desenvolupament de diferents espais amb diferents necessitats comunicatives.
- Estimular les capacitats creatives de l'alumne.
- Conèixer el procés d'elaboració de un document de disseny (design document).
- Ser capaç de reconèixer les eines i els processos utilitzats en la realització d'un espai interactiu observant-ne els resultats finals i la presentació al client.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.

Específiques

- Conèixer els processos informatius i comunicatius, així com les principals corrents i teories que els formalitzen i critiquen des d'un punt de vista conceptual, metodològic i investigador.
- Conèixer les principals qüestions relacionades amb la societat de la informació, el seu funcionament i les seves tendències.

Bàsiques

- 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

- Actuar amb esperit i reflexió crítics davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.
- Mostrar habilitats per a l'exercici professional en entorns multidisciplinaris i complexos, en coordinació amb equips de treball en xarxa, ja sigui en entorns presencials o virtuals, mitjançant l'ús informàtic i informacional de les TIC.
- Projectar els valors de l'emprenedoria i la innovació en l'exercici de la trajectòria personal acadèmica i professional, a través del contacte amb diferents realitats de la pràctica i amb motivació envers el desenvolupament professional.

CONTINGUTS:

1. La història de l'hipertext i la www:
 - Vannevar Bush i la utopia hipertextual.
 - Douglas Engelbart entre interfícies i interaccions.
 - Ted Nelson i el sistema Xanadu.
 - Tim Berners Lee i la creació de la xarxa.
2. Interfícies i Interaccions:
 - Del paper a la pantalla.
 - Evolució de les interfícies digitals.
 - Introducció a la usabilitat i l'accessibilitat.
 - Visualització de la informació.
 - Arquitectura de la informació.
 - Models d'interacció.
3. La web col·laborativa:
 - Tecnologies col·laboratives.
 - Blocs, wikis i altres sistemes de la web 2.0.
 - Eines de publicació de continguts.
4. Comunicació digital i periodisme.
5. Projecte pràctic de comunicació digital.

AVALUACIÓ:

L'avaluació constarà de tres parts diferents:

- 40% Treballs pràctics - individuals:
 - Cada estudiant serà el responsable d'**elaborar** un contingut per compartir amb els companys sobre un tema determinat. Aquest serà presentat a classe amb el sistema que l'estudiant consideri més adequat pel contingut. Caldrà que contingui informació bàsica (descripció, història i evolució) i la seva relació amb el Periodisme. La data de lliurament serà **una setmana abans** del dia de l'exposició.
 - També caldrà que cada estudiant proposi un petit exercici de **reflexió** per a que sigui respost individualment per la resta dels estudiants al fòrum de l'assignatura. La data de lliurament serà **una setmana després** del dia en que s'haurà exposat el contingut.
 - L'estudiant responsable del contingut exposat també serà el responsable d'**avaluar** les aportacions

- dels seus companys al fòrum corresponents al seu tema.
- D'aquests treballs pràctics, l'elaboració del contingut sobre el tema concret i l'exposició a classe tindran un valor del 30% (15% Document a compartir; 10% Explicació a classe; 5% Document/s de suport utilitzats per a l'explicació).
 - Les respostes a les propostes de reflexió de cada una d'aquestes presentacions i l'avaluació de les aportacions dels companys tindran un valor total del 10%. Es farà la mitjana de tots els exercicis.
 - 10% Participació - individual: tot i que l'assistència només és obligatòria el dia que l'estudiant serà el professor, es valorarà la participació a classe amb un 10% de la nota total. Inclou l'assistència a les tutories.
 - 20% Prova teòrica individual:
 - A partir d'una sèrie d'enunciats, els estudiants elaboraran un treball teòric a casa.
 - Es farà en dues parts.
 - La primera data de lliurament serà el 24 de novembre. La segona serà el 10 de gener.
 - Inclourà tots els continguts exposats a classe.
 - 30% Projecte final, en grup: *design document*.
 - Per grups s'elaborarà un *design document*, que tindrà continuïtat en l'assignatura de segon semestre Taller de Comunicació Interactiva.
 - Es faran lliuraments parcials que seran revisats per la professora però no seran avaluats.
 - Es proposa utilitzar l'eina de Google Drive.
 - Es faran tutories fixades en el pla de treball per guiar el procés.
 - La data de lliurament està per confirmar (gener).

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

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

Disseny de Premsa

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Hector Ivan Navarro Guere
- Joaquin Salomon Sancho

OBJECTIUS:

- Es tracta d'un taller de disseny de publicacions periòdiques que fa servir el programari Indesign.
- En coneixerem cadascuna de les parts, els recursos gràfics i el tractament de la informació.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Identificar els referents històrics del disseny de publicacions.
2. Conèixer els criteris conceptuals i formals de disseny periodístic.
3. Saber estructurar una publicació.
4. Conèixer l'ús i l'estètica de la tipografia en una publicació.
5. Estudiar com funcionen els diferents recursos gràfics a les publicacions periòdiques.
6. Fer servir recursos gràfics d'una publicació.
7. Entendre la relació entre el criteri editorial i el disseny.
8. Estudiar el paral·lelisme entre diaris en paper i diaris en línia.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

Específiques

- Conèixer els fonaments teòrics, històrics i pràctics de la comunicació gràfica i del disseny editorial.
- Conèixer l'organització i gestió dels recursos tècnics, humans i pressupostaris per a una producció gràfica.

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

- Mostrar habilitats per a l'exercici professional en entorns multidisciplinaris i complexos, en coordinació amb equips de treball en xarxa, ja sigui en entorns presencials o virtuals, mitjançant l'ús informàtic i informacional de les TIC.

CONTINGUTS:

1. El disseny periodístic:
 1. El criteri editorial i la seva relació amb el disseny.
 2. El públic i les publicacions.
2. Arquitectura gràfica i estructura d'una publicació:
 1. Espai-pàgina, proporcions i formats.
 2. Retícula, tipologies. Concepte de modulació.
 3. Retícula i tipografia: La taca, la retícula base, columnes, medianils.
 4. La portada: la capçalera.
 5. Pàgines centrals.
 6. Seccions, sumari.
 7. La compaginació.
3. La tipografia en premsa:
 1. Tractament de l'estructura de la informació (títol, subtítol, entradeta, destacat, especejat (*despiece*), peu de foto, capçaleres de secció, foliatura...).
 2. Família, tipologies, aplicacions.
 3. Interlineat, *kerning* (amplada de columna, composició tipogràfica).
 4. Ortotipografia i llegibilitat.
4. Els recursos gràfics i de composició:
 1. Elements formals: Filets, trames, vinyetes, requadres i pastilles.
 2. Lleis i principis. Equilibri, jerarquia, contrast, agrupació, alineació, escala, ritme i unitat.
 3. El color. Conceptes i aplicacions fonamentals.
 4. Color i unitat visual. Paleta cromàtica.
5. Fotografia, Infografia i il·lustració:
 1. La fotografia: tipologies. Tractament de la imatge.
 2. La Infografia: una forma de periodisme visual.
 3. La il·lustració com a recurs expressiu.
 4. Relacions imatge-text.
6. Planificació i producció:
 1. L'esbós. La maqueta.
 2. Edició del material gràfic i textual.
 3. Preparació dels PDF per impressió.
7. Introducció als diaris digitals.

AVALUACIÓ:

Per assolir els competències marcats per l'assignatura, cadascuna de les pràctiques té objectius específics (veure pla treball), que estan emmarcats en uns Criteris Globals d'Avaluació basats en 3 aspectes:

- **Procés.** Cal demostrar un desenvolupament progressiu de les pràctiques. Implica l'assistència i participació activa a classe.
- **Innovació.** El resultat del procés de treball ha d'aportar un valor diferencial creatiu; respostes alternatives, noves, arriscades i ben sustentades Tant conceptual com visualment.
- **Presentació.** Els treballs hauran d'entregar-se en perfecta qualitat de reproducció i presentació. No es recolliran treballs mal muntats ni impressions de baixa qualitat.
- No es reben treballs fora de la data de lliurament. El lliurament puntual no es considera un valor afegit; és un aspecte inherent i obligatori en tot treball.
- L'assignatura és presencial, amb un sistema d'avaluació continuada, per tant l'assistència a classe és necessària per assolir els coneixements.

Instruments d'avaluació:

- Treballs pràctics dirigits a l'aula.
- Treballs de recerca.

Qualificació

- 4 pràctiques individuals: 40%.
- 3 pràctiques en grup: 60%.

BIBLIOGRAFIA:

Principal

- Bravo, Fernando. *Tipografia per dissenyar premsa*. Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1996.
- Canga Larequi, Jesús. *El diseño periodístico en prensa*. Barcelona: Bosch, 1994.
- Gäde, Reinhard. *Diseño de periódicos. Sistema y método*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.
- Samara, Timothy. *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
- Leslie, Jeremy. *Nuevo diseño de revistas 2*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Navarro-Güere, Héctor (ed.). *Disseny gràfic i disseny web*. Vic: Eumo editorial, 2010.
- Tena Parera, Daniel. "La compaginación", *Revista Imagina Pressgraph*, 237. Barcelona, 1995.
- Zapaterra, Yolanda. *Diseño editorial de periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2009.

Secundària

- Amaral, Francisco; Gimeno, Daniel. *Evolución, tendencias y modelos en el diseño de webs de noticias*. Barcelona: Editorial Sol 90, 2010.
- Blackwell, Levis. *La tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.
- Gómez Mompert, J.L. *Los titulares en prensa*. Barcelona: Mitre, 1982.
- Irving, W.H. *Imagen impresa y conocimiento*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín, J.; Mas, M. *Manual de tipografía. Del plomo a la era digital*. València: Campgràfic 2002.
- Mesenguer, Laura. *Typo Mag. Tipografía en las revistas*. Barcelona: Index Book, 2010.
- Müller Brockmann, Josef. *Sistemas de retículas*. Mèxic: Gustavo Gili, 1992.
- Owen, William. *Diseño de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 1991.
- Solà i Dach, Lluís. *Història dels diaris en català*. Barcelona 1879-1976. Barcelona: Edhasa, 1978.
- Valero Sancho, José Luis. *La infografía en la prensa diaria española. Criterios para una definición y*

- evaluación, tesi doctoral*. Barcelona: Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1999.
- VVAA. *El diario digital*. Barcelona: Bosch, 2000

Webgrafia

- www.maquetadores.blogspot.com
- www.elportadista.com
- www.quintatinta.com
- www.nosolousabilidad.com
- www.snd-e.com
- www.fontshop.com
- www.unostiposduros.es
- www.garcia-media.com.ar
- www.cases-assoc.com

Dret a la Informació

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- M. Dolores Palomo Chinarro

OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és iniciar a l'alumne del Grau de Periodisme en l'estudi de l'ordenament jurídic en general i del dret a la informació en particular, per tal que arribi a conèixer de forma crítica el règim jurídic d'aquest dret, la terminologia jurídica pròpia, els seus límits principals i, especialment, la interpretació dels tribunals de justícia espanyols i europeu (TEDH) davant la confrontació del dret a la informació i altres drets fonamentals.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Adquireix els coneixements bàsics de la matèria
- Analitza de forma crítica el règim jurídic del dret a la informació
- Aprèn del vocabulari jurídic bàsic, així com l'estructura del poder judicial
- Interpreta documentació jurídica i, en particular, sentències vinculades amb la vulneració del dret a la informació i altres drets fonamentals

COMPETÈNCIES

Generals

- Respectar els drets humans.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir compromís ètic en la feina.

Específiques

- Conèixer la ètica i deontologia professional del periodisme així com l'ordenament jurídic de la informació.
- Conèixer les institucions de la Unió Europea i el dret que generen, especialment en matèria de comunicació.

Bàsiques

- 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

- Actuar amb esperit i reflexió crítics davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.
- Exercir la ciutadania activa i la responsabilitat individual amb compromís amb els valors democràtics, de sostenibilitat i de disseny universal, a partir de pràctiques basades en l'aprenentatge i servei i en la inclusió social.
- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.

CONTINGUTS:

1. El dret a la informació i l'estat democràtic
 1. Introducció al món del dret. Estat social i democràtic de dret. Normes jurídiques i altres normes
 2. La constitució espanyola de 1978 (CE) i el reconeixement de drets fonamentals
 3. Les garanties dels drets fonamentals a la CE. La divisió de poders, l'estructura del poder judicial a Espanya i la protecció jurisdiccional dels drets
2. El dret a la informació i el seu reconeixement a la CE
 1. Dret a la informació versus llibertat d'expressió. Especial anàlisi de l'article 20 de la CE i de la jurisprudència al respecte
 2. Antecedents històrics del dret a la informació. Especial referència a la llei de premsa de 1966
 3. Titularitat del dret a la informació: ciutadans i periodistes. L'estatut jurídic dels subjectes de la informació
3. La informació veraç i rellevant
 1. La veracitat com a requisit constitucional. Veracitat i diligència professional. La tesi del reportatge neutral a la doctrina del Tribunal Constitucional
 2. Error material versus inveracitat. El dret de rectificació i la seva regulació per llei orgànica 2/1984, de 26 de març
 3. La rellevància pública de la informació per raó de l'objecte i per raó dels subjectes
4. Els límits genèrics a la llibertat d'informació
 1. Especial protecció de la joventut i la infància. La llei orgànica de protecció al menor 1/1996, de 15 de gener
 2. Els secrets oficials i els estats d'excepció i setge
 3. El secret judicial a la llei i a la doctrina del Tribunal Constitucional
5. Els drets de la personalitat. Intromissions il·legítimes des del punt de vista civil
 1. El dret a l'honor a la llei orgànica 1/82, de 5 de maig i a la doctrina del TC
 2. El dret a la intimitat a llei orgànica del 82 i a la doctrina del TC
 3. El dret a la pròpia imatge a llei orgànica del 82 i a la doctrina del TC. L'evolució jurisprudencial de les càmeres ocultes
6. Els drets de la personalitat. Intromissions il·legítimes des del punt de vista penal
 1. Les calúmnies i les injúries amb publicitat al Codi Penal. Tipus agreujats
 2. Delictes contra l'honor, intimitat i la pròpia imatge al Codi Penal
 3. Altres tipus penals
7. Confrontació entre el dret a la informació i altres drets fonamentals
 1. Solució jurisprudencial davant la col·lisió entre dos drets fonamentals
 2. Principi de ponderació de béns en conflicte segons el TC
 3. Responsabilitat civil i penal del periodista. Danys morals i indemnitzacions

8. Protecció constitucional de la informació
 1. Prohibició de censura prèvia
 2. El secret professional. La clàusula de consciència a la llei orgànica 2/1997, de 19 de juny, i a la doctrina del TC
 3. Altres drets del periodista. Especial menció al dret d'autor
9. Els mitjans de comunicació i el seu règim jurídic
 1. Les empreses periodístiques
 2. Els mitjans públics i privats
 3. Els mitjans de comunicació com a serveis públics

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 de comentaris de sentències, anàlisis de la documentació jurídica que es lliurarà... Aquests exercicis tindran un valor del 50% de la nota final.
- Al final del quadrimestre es farà una prova per avaluar el grau de coneixement general del programa. Aquesta prova tindrà un valor del 40% de la nota final, prova que s'haurà de superar per considerar les avaluacions dels continguts parcials.

Hi ha haurà una segona prova (repesca) per recuperar la part teòrica l'assignatura

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Bel Mallén, I.; Corredoira, Y.; Alfonso, L. (coords.); Desantes Guanter, J.M. (pròleg). *Derecho de la información*. Barcelona: Ariel, 2003.
- Carreras i Serra, Lluís de. *Derecho español de la información*. UOC, 2003.
- González Encinar, J.J., amb la col·laboració de Salvador Martínez, M.; Fernández Vivas, Y.; Arenas Ramiro, M. Coord. Salvador Martínez, M. *Derecho de la comunicación*. Barcelona: Ariel, 2002.
- Carrillo, Marc. *La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas*. Madrid: Cívitas, 1993.

Complementària

- Aguilera Fernández, A. *La libertad de expresión del ciudadano y la libertad de prensa o información*. Granada: Comares, 1990.
- Balaguer Callejón, M.L. *El derecho fundamental al honor*. Madrid: Tecnos, 1992.
- Carmona Salgado, Concepción. *Libertad de expresión e información y sus límites*. Madrid: EDERSA, 1991.
- Carrillo, Marc. *Los límites a la libertad de prensa en la Constitución española de 1978*. Barcelona: PPU, 1987.
- Carrillo, Marc. *La cláusula de conciencia i el secret professional dels periodistes*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya, 1992.
- Carreras Serra, Francesc de i d'altres. *Libertad de expresión*. Bellaterra: Departamento de Ciencia Política y Derecho público. PPU, S.A. [Anuario 1990].
- Carreras Serra, Lluís de. *Règim jurídic de la informació: periodistes i mitjans de comunicació*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació/Generalitat de Catalunya, 1996.
- Carreras Serra, Lluís de. *Régimen jurídico de la información: periodistas y medios de comunicación*. Barcelona: Ariel, 1996. [Ariel Derecho].
- Carreras Serra, Lluís de. *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.
- Chinchilla Marín, Carmen. *Sobre el derecho de rectificación*. Poder Judicial, 6. Juny de 1987.
- Chinchilla Marín, Carmen. *Les competències de les Comunitats autònomes en matèria de televisió*. Revista Autonomies, 8. Desembre de 1987.
- Cruz Villalón, P. *Estados excepcionales y suspensión de garantías*. Madrid: Tecnos, 1984.
- Fernández de Casadevante Romani, Carlos. *La aplicación 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. i altres. *El sistema europeo de protección de los derechos humanos*. Madrid: Cívitas, 1983. [Monografías].
- García Llovet, Enrique. *El régimen jurídico de la radiodifusión*. Madrid: Marcial Pons/Ediciones Jurídicas, 1991.
- Gay Fuentes, Celeste. *La televisión ante el derecho internacional y comunitario*. Madrid: Marcial Pons/Ediciones Jurídicas, 1994.
- Gómez Reyno Carnota, E. *Aproximación histórica al derecho de la imprenta y de la prensa en España (1840-1966)*. Madrid: IEA, 1977.
- Herrero-Tejedor, Fernando. *Honor, intimidad y propia imagen*. Madrid: Colex, 1994.

Taller de Fotografia

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordi Ribot Puntí

OBJECTIUS:

Aquesta assignatura pretén que els estudiants del grau de Periodisme puguin comunicar els fets i els esdeveniments que envolten el món de la informació i l'actualitat a través d'una càmera fotogràfica convencional. Que tinguin una base sòlida per poder-se adaptar a les noves tecnologies i fotografiar el món que els envolta amb les noves càmeres de fotografia que ofereix el mercat, telèfon mòbil, ordinadors, i altres dispositius informàtics.

Objectius

- Aprendre a fer funcionar la càmera fotogràfica des del punt de vista tècnic.
- Aprendre composició visual.
- Saber utilitzar la càmera fotogràfica per explicar una notícia.
- Saber editar una fotografia amb el programa informàtic genèric.
- Aprendre a tenir criteri periodístic i saber gestionar la informació d'actualitat i/o d'interès general.
- Saber buscar una fotonotícia.
- Aprendre a elaborar un reportatge fotogràfic propi d'actualitat
- Reflexionar críticament sobre el procés d'obtenció d'una fotografia per a ser publicada i conèixer les conseqüències que pot tenir.
- Adquirir una consciència crítica del paper del fotoperiodista en la societat.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Saber cobrir fotogràficament qualsevol acte informatiu, entrevista, roda de premsa, manifestació, espectacles culturals i esdeveniments esportius, que plantegi un mitjà de comunicació.
- Compendre el funcionament tècnic de qualsevol càmera fotogràfica del mercat.
- Tenir sentit estètic per adaptar la realitat a través d'una fotografia.
- Edició digital de reportatges fotogràfics.
- Reconèixer un fet de l'actualitat que pogui ser d'interès per un mitjà de comunicació.
- Saber estar en un acte informatiu: gestionar l'acreditació, respectar les normes, treballar amb altres professionals i conèixer i respectar la llei.
- Reconèixer i saber resoldre els problemes que pot generar fer fotografies a les persones.
- Estar al corrent de l'actualitat, des de l'àmbit comarcal al mundial.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

Específiques

- Capacitat i habilitat per al disseny dels aspectes formals i estètics en mitjans escrits, gràfics, audiovisuals i digitals, així com l'ús de tècniques informàtiques per a la representació i transmissió de fets i dades mitjançant sistemes infogràfics.
- Conèixer i dominar els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge fotogràfic i els seus gèneres.
- Conèixer l'organització i gestió dels recursos tècnics, humans i pressupostaris per a una producció gràfica.
- Conèixer la imatge espacial i les representacions icòniques en l'espai, tant en la imatge fixa com en moviment.

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.

CONTINGUTS:

1. Història de la fotografia:
 1. Introducció: Història de l'art (artistes). Història de la ciència (científics).
 2. El principi fotogràfic: L'invent i l'inventor.
 3. Els primers fotògrafs: Cameron, Stieglitz, Mybridge, Nadar.
 4. Les primeres càmeres: La càmera fosca, la càmera de plaques, la càmera de banc òptic, la càmera Leica, la càmera reflex, la càmera compacte, la càmera digital.
2. Tècnica fotogràfica:
 1. La formació de la imatge.
 2. La càmera fotogràfica: el cos, i l'objectiu, commutadors i funcionament.
 3. Tipus de càmeres que ofereix el mercat: analògic, digital.
 4. El diafragma: n^2 , obertura, lluminositat.
 5. L'obturador: escala de velocitats.
 6. La profunditat de camp: diafragma, distància focal, distància càmera-subjecte.
 7. El moviment: el dispar, lent o ràpid.
 8. L'òptica: centre òptic, distància focal, tipus de lents.
 9. Els objectius: angular, normal i teleobjectiu. Zoom, òptiques especials.
 10. L'enfocament: selecció del punt enfocat, tipus d'enfocament: AF, M.

11. El fotògraf i el seu equip: situació, instint, posició, actitud.
3. La llum:
 1. Característiques i propietats.
 2. Tipus de llum, direcció, intensitat, temp. de color, qualitat.
 3. Fonts de llum: dia, contrallum, efectes meteorològics, tungstè, fluorescent, foc, artificial, flash.
4. Fotometria:
 1. La mesura de l'exposició: relació entre obertura, núm. f i sensibilitat.
 2. El fotòmetre: el fotòmetre de la càmera i el fotòmetre independent.
 3. Tipus de mesures d'exposició: incident i reflectida.
 4. Lectures de la llum: puntual, metrical, preponderada al centre.
 5. Càlcul del gris mig de la imatge: targeta/carta gris del 18%.
5. Suports fotogràfics:
 1. Suport analògic: La pel·lícula fotosensible, ISO, gra, contrast, poder resolutiu, latitud.
 2. Tipus de suports analògics: neg. Color, neg. b/n, diapositiva, infraroig, paper.
 3. Suport digital: el sensor fotosensible, sensibilitat, pixel, pantalla, targetes de memòria.
 4. Suport físic: paper, ploter, plàstic, translúcid. Diferències entre analògic i digital.
6. Tractament de la imatge:
 1. El laboratori fotogràfic convencional: revelat negatiu/revelat positiu.
 2. El laboratori fotogràfic digital: Programes d'edició d'imatges. Photoshop.
 3. Preparació de la imatge digital per a un ús professional.
 4. Traspàs de suports: digitalització de les imatges (escàners).
7. El flaix:
 1. Funcionament del flaix.
 2. Diferents sistemes d'utilització: manual, automàtic, TTL.
 3. Tipus de flash: de càmera, d'estudi.
 4. Utilització del flash: direccionable, rebotat, extern a la càmera.
8. La fotografia digital:
 1. El sensor fotosensible: tipus de sensors.
 2. La pantalla o display: fotografiar comprovant el resultat.
 3. Formats digitals: Resolució, qualitat i mida de la imatge.
 4. Arxius digitals.
 5. Problemes i solucions del món digital: la brutícia al sensor
9. Imatge:
 1. Composició visual: principis de composició (enquadrament, escala de plans, harmonia, claredat, llum, etc.).
 2. El recorregut visual, centre d'interès, punt de vista.
 3. La llei de terços.
 4. Anatomia del missatge visual: Representacional, abstracte, simbòlic.
10. La fotografia i la llei:
 1. Llei de la propietat intel·lectual.
 2. Drets d'autor i copyright.
 3. Drets d'explotació de les imatges.
 4. La propietat de les fotografies.
 5. Permisos i autoritzacions.
 6. Dret a la pròpia imatge.
 7. L'ètica del fotògraf.
11. El fotògraf professional:
 1. Treballar d'autònom: avantatges i inconvenients.
 2. Treballar asselleriat: avantatges i inconvenients.
 3. Formació: acadèmica i autodidacte.
 4. Acredencials: carnet de premsa, autoritzacions.
 5. Eines de treball: equip fotogràfic, vehicles, telèfon mòbil, ordinador, etc.
 6. Disponibilitat: horari, festius i vacances.
12. El fotoperiodisme:

1. Origen, història.
2. Encàrrecs habituals.
3. Funcionament d'un diari.
4. L'agència fotogràfica.
5. El reporter.
6. Publicacions especialitzades.

AVALUACIÓ:

L'avaluació estarà formada per una part de teoria i una de pràctica.

- La part de teoria valdrà el 20% de la nota. Repartida entre l'assistència a classe (10%) i d'un comentari personal d'un documental passat a classe (10%).
- La part pràctica valdrà el 80% de la nota, i estarà formada per la mitjana de deu pràctiques en grup (30%) a realitzar de manera dirigida en horari lectiu, una pràctica individual (10%), i un treball final individual (40%) que els alumnes hauran de desenvolupar al llarg de tot el curs.

BIBLIOGRAFIA:

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

Taller de Producció Audiovisual

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 9,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Montserrat Casas Arcarons
- Raúl Martínez Corcuera

OBJECTIUS:

Taller de Producció Audiovisual consolida els coneixements prèviament assolits sobre gèneres informatius audiovisuals i promou conèixer-ne de nous. L'objectiu és produir i realitzar produccions audiovisuals complexes integrant els diferents gèneres en un mateix context, programa i mitjà. L'assignatura treballa, per tant, l'entrevista, el reportatge i el diàleg per a la realització final de programes informatius.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Posar en pràctica i explotar totes les possibilitats del llenguatge dels mitjans audiovisuals per construir un producte o programa.
- Generar dinàmiques de treball en equip en la producció i realització de programes audiovisuals en els àmbits radiofònic i televisiu.
- Capacitar l'alumnat en la creació de productes audiovisuals informatius complexos.
- Conèixer els gèneres audiovisuals informatius, interpretatius i de diàleg.
- Fomentar l'anàlisi crítica de productes informatius audiovisuals.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.

Específiques

- Conèixer i dominar els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents mitjans i gèneres periodístics.
- Dominar les llengües catalana i espanyola (oral i escrita) en un nivell avançat.
- Saber cercar, contrastar i jerarquitzar la informació periodística.
- Tenir capacitat i habilitat per al·l'exercici de les principals tasques periodístiques, desenvolupades a través d'àrees temàtiques, aplicant gèneres i procediments periodístics.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

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.

CONTINGUTS:

1. Gèneres i macro-gèneres audiovisuals.
2. L'entrevista: tipologies i tècniques de realització.
3. El reportatge com a gènere audiovisual. Tipologies.
4. Gèneres col·loquials als mitjans audiovisuals. Especificitats de la ràdio i la televisió..
5. El programa radiofònic. Gèneres, formats, i tipologies de programes a la ràdio actual.
6. Els gèneres i la seva especificitat audiovisual.
7. El programa televisiu. Gèneres, formats i tipologies de programes.
8. El magazín. Producció i realització televisiva.

AVALUACIÓ:

- L'avaluació és continuada i presencial (cal assistir a totes les sessions). Per aprovar l'assignatura cal haver superat tant la part de televisió com la de ràdio.
- L'alumnat podrà recuperar una pràctica suspesa durant el curs. Ponderació de la nota: Treball teòric (10% de la nota final) sobre l'anàlisi d'una producció radiofònica.
- Pràctiques de televisió (50% de la nota final): creació, producció i realització d'una entrevista a plató (10%); creació, realització i edició d'un reportatge, amb seguiment tutoritzat fora d'estudi (10%); creació, producció i realització d'un magazine informatiu a plató (30%).
- Pràctiques de ràdio (40% de la nota final): creació i realització d'una entrevista, amb seguiment tutoritzat fora d'estudi (10%); creació, producció i realització d'un reportatge (10%); creació, producció i realització d'un magazine informatiu (20%).

BIBLIOGRAFIA:

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

Història del Periodisme

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Josep Burgaya Riera

OBJECTIUS:

Es tracta d'oferir un panorama històric i cultural del periodisme a Catalunya des del darrer terç del segle XIX, etapa que internacionalment dona pas a la premsa de masses, fins a l'actualitat. Emmarcat en coordenades internacionals, aquest panorama comprèn, doncs, tant els mitjans escrits com els audiovisuals i pretén posar en relleu les grans personalitats del nostre periodisme, enteses alhora com a model i referent.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Conèixer les grans personalitats del periodisme internacional emmarcades en el seu temps.
2. Contextualitzar el periodisme català dins el panorama internacional.
3. Prendre contacte amb la tradició pròpia del periodisme contemporani.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

Específiques

- Conèixer l'estructura dels mitjans de comunicació i els seus principals formats com a expressions de les formes de vida i de les seves cultures, en la seva relació amb els contextos socials i els seus canvis.

CONTINGUTS:

1. De la Revolució Industrial a la Guerra Gran (1868-1914).
2. L'agonia de la Restauració i la primera dictadura del segle XX (1914-1930).
3. La Segona República i la guerra civil (1931-1939).

AVALUACIÓ:

La valoració de dos qüestionaris realitzats durant el quadrimestre suma el 50% de la nota global (35% un qüestionari sobre una lectura i 15% un qüestionari sobre l'exemplar d'un diari). El 50% restant s'obté d'un examen al final del quadrimestre que cal aprovar obligatòriament. Les incorreccions gramaticals penalitzen sempre la qualificació dels diferents exercicis.

BIBLIOGRAFIA:

Lectura recomanada

- Guillaumet, Jaume. *Història del periodisme*. Bellaterra: UAB; Castelló de la Plana: UJI; Barcelona: UPF; València: UV, 2003.

Bibliografia bàsica

- *200 anys de premsa diària a Catalunya (1792-1992)*. Barcelona: Fundació Caixa de Catalunya, 1995.
- Baget Herms, Josep M. *Història de la televisió a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 1999.
- Baget Herms, Josep M. *Historia de la televisión en España (1956-1975)*. Barcelona: Feed-back, 1993.
- Balsebre, Armand. *En el aire. 75 años de radio en España*. Madrid: Cadena SER, 1999.
- Balsebre, Armand. *Historia de la radio en España*. 2 vols. Madrid: Cátedra, 2001-2002.
- Barrera, Carlos (coord.). *Del gacetero al profesional del periodismo. Evolución histórica de los actores humanos del cuarto poder*. Madrid: Fragua, 1999.
- Briggs, Asa i Burke, Peter. *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus, 2002.
- Casasús, Josep M. *Artículos que dejaron huella*. Barcelona: Ariel, 1994.
- Casasús, Josep M. *El pensament periodístic a Catalunya*. Barcelona: Curial, 1987.
- Casasús, Josep M. *Periodisme català que ha fet història*. Barcelona: Proa, 1998.
- Casasús, Josep M. *Periodística catalana comparada*. Barcelona: Pòrtic, 1993.
- Colombo, Furio. *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*. Barcelona: Anagrama, 1997.
- Díaz, Lorenzo. *La radio en España (1923-1995)*. Madrid: Alianza Editorial, 1995.
- Fabre, Jaume. *Història del fotoperiodisme a Catalunya (1885-1976)*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 1990.
- Franquet, Rosa. *Història de la radiodifusió a Catalunya. (Del naixement al franquisme)*. Barcelona: Edicions 62, 1986.
- Gómez Mompert, Josep Lluís i Marín Otto, Enric (eds.). *Historia del periodismo universal*. Madrid: Síntesis, 1999.
- Gómez Mompert, Josep Lluís. *La gènesi de la premsa de masses a Catalunya (1904-1920)*. Barcelona: Pòrtic, 1992.
- Guillaumet, Jaume. *La premsa a Catalunya*. Barcelona: Diputació de Barcelona; Col·legi de Periodistes de Catalunya, 1988.
- Huertas Claveria, Josep M. *El periodista, entre la indefinició i l'ambigüitat. Evolució d'un concepte professional entre dos segles*. Barcelona: Dèroa Blanquerna Comunicació, 1998.
- Saiz, María Dolores i Seoane, María Cruz. *Historia del periodismo en España. 3. El siglo XX*

- (1898-1936). Madrid: Alianza Editorial, 1996.
- Sánchez Aranda, José Javier i Barrera del Barrio, Carlos. *Historia del periodismo español. Desde sus orígenes hasta 1975*. Pamplona: Eunsa, 1992.
 - Seoane, María Cruz. *Historia del periodismo en España. 2. El siglo XIX*. Madrid: Alianza Editorial, 1987.
 - Solà i Dachs, Lluís. *Història dels diaris en català. Barcelona 1879-1976*. Barcelona: Edhasa, 1978.
 - Timoteo Álvarez, Jesús [et alia]. *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Ariel, 1989.
 - Torrent, Joan i Tasis, Rafael. *Història de la premsa catalana. 2 vols.* Barcelona: Bruguera, 1966.
 - Weill, Georges. *El periódico. Orígenes, evolución y función de la prensa periódica*. Mèxic: UTEHA, 1979. [Primera edició (en francès): 1934].

Mètodes d'Investigació en Comunicació

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Cristina Fernandez Rovira
- Ignacio Coll Parra

OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és oferir una introducció a la recerca científica en comunicació. Concretament, que l'estudiant es familiaritzi amb la terminologia emprada en el món de la investigació, així com amb els principals mètodes i tècniques aplicats en els estudis sobre els mitjans de comunicació. Al final del curs l'estudiant haurà obtingut el coneixement necessari per al correcte disseny d'un treball de recerca.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Aprofundir sobre què és la ciència i en les diferències entre el coneixement científic i el no científic.
- Conèixer els principals àmbits de la recerca a l'àmbit de la comunicació.
- Saber què és la metodologia de recerca entesa com un procés global.
- Conèixer les diferències entre les tècniques qualitatives i quantitatives d'investigació.
- Saber desenvolupar el disseny d'un treball de recerca.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber apreciar la diversitat i multiculturalitat.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

Específiques

- Conèixer els mètodes i problemes de les diferents branques de la investigació de la comunicació en general i del periodisme en particular.
- Conèixer els mètodes i problemes de les diferents branques de la investigació de la comunicació en general i del periodisme en particular.
- Dominar el vocabulari específic del periodisme.
- Saber exposar els resultats de la recerca de manera oral, escrita, audiovisual o digital, de forma adequada d'acord amb els cànons acadèmics.
- Tenir capacitat de definir temes d'investigació que puguin contribuir al coneixement, avanç i debat de la comunicació.

Bàsiques

- 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.
- Tenir la capacitat de recollir i interpretar dades rellevants (normalment dins de l'àrea d'estudi pròpia) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes importants de caràcter social, científic o ètic.

Transversals

- Actuar amb esperit i reflexió crítics davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.

CONTINGUTS:

1. Les bases del coneixement científic:
 1. Què és el coneixement científic.
 2. El mètode científic.
 3. Les àrees d'investigació en comunicació.
 4. Les fases del procés de recerca en comunicació.
2. Fase 1. Tema i objectius:
 1. Elecció del tema.
 2. Pregunta d'investigació.
 3. Objectius generals i específics.
 4. Justificació de la investigació.
3. Fase 2. El marc teòric:
 1. Antecedents.
 2. Recerca documental.
 3. Construcció de la base teòrica.
4. Fase 3. Marc conceptual i hipòtesis.
5. Fase 4. Metodologia i mostra:
 1. Enfocaments qualitatiu i quantitatiu.
 2. Disseny de la recerca.
 3. Univers, població, mostra i unitats.
 4. Tipologia de mostres: probabilístics i no probabilístics.
6. Fase 5. Tècniques d'investigació i anàlisi:
 1. Tècniques qualitatives: observació participant, entrevistes en profunditat, històries de vida, grups de discussió i el Mètode Delphi.
 2. Tècniques quantitatives: enquestes, experiments i anàlisis de continguts.
 3. Anàlisi de la informació.
7. Fase 6. Pla de treball, pressupostos i presentació:
 1. Pla de treball.

2. Pressupostos.
3. Presentació de la proposta.

AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura es divideix en una part teòrica i una part pràctica:

- La part teòrica (40%) s'avalua de forma individual i es basa en dos exercicis que es faran a classe. Cadascun comptarà el 20% de la nota global de l'assignatura. En aquests exercicis s'avaluarà el coneixement dels continguts treballats a classe així com de les lectures obligatòries de l'assignatura.
- La part pràctica (60%) es basa en un treball en grups de 4 persones i es divideix en dues entregues:
 - Entrega I (30%): Tema, pregunta, objectius i disseny del marc teòric.
 - Entrega II (30%): Marc conceptual, disseny de la recerca, preparació tècniques, proves pilot i exploració.

BIBLIOGRAFIA:

- Berganza, M.R. i Ruíz San Román, J.A. (coord.) (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Quivy, R. y Campenhoudt, L. V. (1997). *Manual de recerca en ciències socials*. Barcelona: Herder..
- Galindo Cáceres, J. (coord.) (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Mèxic: 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.
- Piergiorgio, C. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.

Periodisme en Línia

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Raúl Martínez Corcuera

OBJECTIUS:

Per a la professió periodística la xarxa és un espai d'informació que implica noves competències: competències en la recerca d'informació i selecció de fonts de qualitat en un entorn saturat d'informació no sempre fiable. Al mateix temps, implica competències en la creació de continguts per a la xarxa, que aprofitant de manera racional els innumerables recursos disponibles, siguin capaces de produir i realitzar peces periodístiques originals, creades amb rigor i professionalitat, amb referents a les fonts d'informació i en contacte directe amb el lector.

L'objectiu de l'assignatura és donar a l'alumnat les eines necessàries per desenvolupar la seva feina en entorns digitals multimèdia. Això inclou tant les tasques de recerca, producció i documentació en xarxa com les tècniques de redacció en espais hipertextuals, així com la incorporació d'elements multimèdia.

Assignatura obligatòria de 3 crèdits. S'imparteix el segons semestre.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Adquireix les habilitats necessàries per cercar i trobar informació rellevant de primera mà a la xarxa.
- Coneix i utilitza amb criteri les eines i recursos disponibles a la xarxa per al periodista.
- Redacta en entorns digitals utilitzant les capacitats multimèdia i interactives d'Internet.
- Coneix les alternatives que ofereix la xarxa a l'hora de publicar informació en formats diferents als tradicionals.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per prendre decisions.

- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

Específiques

- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics de la producció multimèdia interactiva i del ciberperiodisme.
- Saber buscar, seleccionar, avaluar i organitzar informació procedent de mitjans digitals i tradicionals.
- Tenir capacitat i habilitat per utilitzar les tecnologies i tècniques informatives i comunicatives en els diferents mitjans o sistemes mediàtics combinats i interactius (multimèdia).

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

- 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 conèixer en un context de diversitat lingüística, amb realitats socials, culturals i econòmiques molt diverses.

CONTINGUTS:

0. Introducció. Existeix un periodisme digital?
1. El paper del periodista a la societat de la informació:
 - El periodista com a gestor de coneixement.
 - Nous reptes, nous rols.
2. La informació a la Xarxa. Formes i formats:
 - Models i formats d'espais d'informació.
 - Anàlisi de mitjans tradicionals/digitals.
 - La xarxa com a font.
 - Participació en espais de comunicació.
3. Canvis en la manera d'informar:
 - Criteris periodístics per a escriure a la Xarxa.
 - L'estil del periodista digital.
 - Arquitectura i disseny de la informació.
 - La comunicació entre els periodistes i les audiències.
 - Espais per a la interactivitat en els mitjans.
4. El periodisme participatiu/ciudadà:
 - L'informe: 'We media'.
 - Mitjans que funcionen.
 - Els periodistes dels weblogs, podcasts i d'altres espais de comunicació.
5. El finançament dels mitjans:
 - Qui paga per la informació?
 - Pressions econòmiques i independència professional.
 - Més enllà de la publicitat.
6. Recursos per als periodistes digitals:
 - Més enllà del cercador: altres maneres d'accedir a la informació.
 - Les xarxes especialitzades i els confidencials.
 - Eines 2.0 per a periodistes.
7. La participació dels usuaris:

- Moderació en espais públics i privats. Censura o filtratge?
- Tasques de la moderació.

AVALUACIÓ:

L'aproximació teòrico pràctica de l'assignatura implica l'aplicació dels coneixements treballats a les sessions teòriques en la participació activa a classe i en la realització de les pràctiques. Per a la part pràctica serà imprescindible crear un mitjà digital on publicar cadascuna de les activitats desenvolupades a l'assignatura.

Existiran dues modalitats que podrà escollir l'alumnat:

- Opció A: Pràctica individual. L'alumnat crearà un espai online on publicarà les pràctiques. Es valorarà, a més de la qualitat dels articles, la coherència del mitjà, el disseny i l'estructura de l'espai.
- Opció B: Pràctica en grup. Es crearà un mitjà online per a tot l'alumnat que hi vulgui participar. Es crearan les seccions pertinents i es treballarà com en una redacció real. Es valorarà, a més de la qualitat dels articles, la capacitat d'organització i de col·laboració.

Independentment de l'opció escollida, l'alumnat haurà de fer les pràctiques avaluable següents:

1. Elaborar un text d'anàlisi crítica sobre algun dels apartats i/o bibliografia del programa. Segons el volum dels textos analitzats, el treball es farà individual o en grups de fins a tres alumnes i s'haurà de publicar en el dia determinat al programa. En la mateixa sessió teòrica i les següents es presentaran oralment les conclusions més rellevants (20% de la nota final).
2. Treball d'anàlisi crítica de textos periodístics. D'acord amb les propostes i recomanacions treballades, es farà una anàlisi crítica d'espais web i/o textos/produccions periodístiques centrats en els continguts de l'assignatura. El treball és individual i s'haurà de lliurar n el dia determinat al programa. En la mateixa sessió teòrica i les següents es presentaran oralment les conclusions més rellevants (20% de la nota final).
3. Al llarg del curs es faran diverses produccions periodístiques. S'hauran de publicar al mitjà i inclouen, com a mínim, una notícia i una crònica treballades individualment (10%) i una entrevista realitzada individualment o en grups de màxim 3 persones (10% de la nota final).
4. Reportatge final (30% de la nota final). El treball es farà en grups de tres persones i s'haurà de publicar abans del 21 de maig. El reportatge ha d'estar aprovat per superar l'assignatura.
5. Participació en la coordinació i desenvolupament de l'espai web (10% de la nota final). L'alumnat ha de participar en la creació tècnica de l'espai web; la coordinació i direcció del projecte; gestió de continguts; coordinació de participants externs...

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Micó, J. Ll. (2006). *Periodisme a la Xarxa*. Vic: Eumo Editorial.
- Díaz-Noci, J.; Salaverria, R. (2003). *Manual de redacció ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

Complementària

- Briggs, Mark (2007). *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas en Austin. http://www.kcnn.org/resources/journalism_20/
- De Vicente Domínguez, Aída M. (2011). "Nuevos perfiles laborales y docentes". En: *Revista Teleos, Internet renueva el sector de la comunicación audiovisual*.
- Díaz Noci, Javier (2009). "Ciberperiodismo. Profesión y academia. Medios digitales españoles en Internet". En: *Revista Telos: Ciberperiodismo, profesión y academia*, n. 59
- Diversos autors (2012). *El futuro del periodismo*. Evoca. Cuadernos de Comunicación.

- Domingo, D. (2004). *Periodisme digital a Catalunya. Radiografia de 445 webs informatius*. Col. Ones i Bits. Barcelona: Col·legi de Periodistes.
- Fondevila Gascón, J.F.; Segura, H. (2012). "El peso de la hipertextualidad en el periodismo digital: estudio comparativo". *Cuadernos de Información*, 30, pp. 31-40.
- González Molina, Sonia; Canavilhas, João; Carvajal, Miguel; Lerma Noriega, Claudia; Cobos Cobos, Tania (2013). *Hacia el periodismo móvil*. Colección Mundo Digital / 3, Santiago de Chile.
- Herrero-Curiel, Eva (2012). "El periodismo en el siglo de las redes sociales". En: *Revista de Comunicación Vivat Academia*, pp. 1113-1128.
- Klute, Ed i Valdetara, Martina (2006). *Migration and Integration - Europe's big challenge. What role do the media play?* Reader Working Groups. Essen, Germany.
- Marthoz, Jean-Paul (2012). *Corresponsals de les migracions. La cobertura informativa d'un fet global*. Barcelona: Pol·len Edicions.
- Orihuela, J.L. (2006). *La revolución de los blogs*. Madrid: La esfera de los libros.
- Orihuela, J.L. (2011). *Mundo twitter*. Barcelona: Alienta.
- Piscitelli, Alejandro (2005). *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.

Taller d'Infografia

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jorge Catala Dominguez

OBJECTIUS:

Capacitar l'estudiant per entendre i crear infografies per a publicacions periòdiques utilitzant tots els recursos gràfics del disseny.

El programa proporciona els coneixements teòrics i pràctics inherents al desenvolupament del disseny periodístic destacant el tractament dels gràfics informatius estàtics i dinàmics com a noves formes expressives dels mitjans informatius.

RESULTATS D'APRENTATGE:

L'ensenyament privilegia l'aprenentatge dels següents coneixements:

- Conèixer i analitzar la importància de la infografia.
- Controlar el procés en la realització d'una infografia.
- Conèixer les eines tècniques i recursos gràfics per a la creació d'una Infografia.
- Crear infografies enfocades a publicacions periòdiques impreses.
- Dominar recursos gràfics per a la seva realització mitjançant eines informàtiques adequades.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.

Específiques

- Capacitat i habilitat per al disseny dels aspectes formals i estètics en mitjans escrits, gràfics, audiovisuals i digitals, així com l'ús de tècniques informàtiques per a la representació i transmissió de fets i dades mitjançant sistemes infogràfics.
- Conèixer la imatge espacial i les representacions icòniques en l'espai, tant en la imatge fixa com en moviment.

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

- Mostrar habilitats per a l'exercici professional en entorns multidisciplinaris i complexos, en coordinació amb equips de treball en xarxa, ja sigui en entorns presencials o virtuals, mitjançant l'ús informàtic i informacional de les TIC.

CONTINGUTS:

1. Introducció a la infografia:

- Història
- Descripció (una nova forma de comunicació)
- Funció de la infografia en la premsa (visualització)
- La tecnologia al servei de la infografia (eines, programes, tendències)
- El periodista-infografista (gènere periodístic)

2. Disseny de la informació i procés infogràfic:

- El compromís informatiu (deontologia)
- La documentació (recerca, mitjans, fases)
- El lloc dels fets i els testimonis (reportatges, fonts, esbossos)
- L'esbós i l'*story board* (esquema, planificació, croquis, *Storytelling*)
- L'equilibri entre la funció i la forma (ordenació i síntesi)
- Metàfora, suport, jerarquia i retícula (llibre d'estil i composició)
- Tipografia i color (ús i jerarquia)

3. Elements infogràfics:

- Cartografies i convenis
- La representació geogràfica
- Tipologies infogràfiques
- Diagrames i icones (símbols, logos, convenis, senyals, iconografies)
- Eines visuals de suport (tipologies, quadres, barres, formatges...)

4. Variables gràfiques

- Tendències
- Il·lustració/fotografia com a recursos infogràfics
- Introducció a la infografia *on-line* i les seves possibilitats
- Gràfics en moviment

AVALUACIÓ:

Classes i practiques presencials:

- 2 *snapshots*: 10% (individual)
- Treball de camp: 20% (grup de 2 persones)
- Exercici test de curs: 20% (individual)
- Presentació final: 50% (grup de 2 persones)

Es recomanable consultar els *Plans de treball*.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Foglia, E. (2010). "Visualització de dades i infografia". A: *Disseny grafic i disseny web*. Vic: Eumo Editorial, p. 251-280.
- Cairo, Alberto (2011). *El Arte Funcional*. Alamut.

Complementària

- Aicher, Otl; Kramper, Martín. *Sistemas de signos en la comunicación visual*. Barcelona: GG Diseño.
- Blackwell, L. *Tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.
- Bounford, Trevor. *Diagramas digitales. Cómo diseñar y presentar información gráfica*. Barcelona: GG Diseño.
- Burke, Michael; Wildbur, Peter *Infográfica. Soluciones innovadoras en el diseño contemporáneo*. Barcelona: GG.
- Casasús, J.M.; Nuñez, Ladeveze, L. *Evolución y análisis de los géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel, 1991.
- De Pablos, José M. *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía*. Madrid: Síntesis, 1999.
- Esta, Joan. *La esquemática. Visualizar la información*. Barcelona: Paidós.
- Frutiger, Adrian. *Signos, símbolos, marcas, señales*. Barcelona: GG Diseño.
- Gäde Reinhard. *Diseño de periódicos. Sistemas y métodos*. Barcelona: GG Diseño.
- Holmes, Nigel. *The Best in Diagrammatic Graphics*. Rotovision (March 1, 1994).
- Lipton, Ronnie. *Information Graphics and Visual Clues*. (New in paperback).
- Lipton, Ronnie. *Communicating Information through Graphic Design*.
- Mijksenaar, Paul. *Una introducción al diseño de la información*. Mèxic: GG.
- Valero, José Luis. *Infografía digital. Visualización sintética*. Barcelona: Bosch, 2012.

Taller de Comunicació Interactiva

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Marc Vaillo Daniel

OBJECTIUS:

Introducció a la producció multimedial per a Internet mitjançant l'ús de gestors de continguts (Content Manager System, tipus Wordpress). Aplicació dels coneixements desenvolupats a l'assignatura Comunicació Digital Interactiva mitjançant la producció d'un projecte previ fet a l'anterior assignatura. El taller busca capacitar l'alumnat per a la creació d'un projecte web, aprofundint en tots aquells aspectes vinculats al desenvolupament de projectes, fent especial incidència en les noves tecnologies i en el fenomen web 2.0.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Conèixer els camps d'aplicació de la comunicació interactiva. Introducció a la metodologia de treball i la cultura projectual.
- Conèixer els camps d'aplicació de l'entorn digital com a eina de treball per al desenvolupament de diferents tipologies de resposta a diferents necessitats comunicatives.
- Conèixer el funcionament de programes de publicació web; els programes de referència seleccionats són Wordpress i eines de web 2.0.
- Estimular les capacitats creatives de l'alumne.
- Conèixer el procés de publicació en web; característiques d'un arxiu, necessitats en web, etc.
- Ser capaç de reconèixer les eines i els processos utilitzats en la realització d'una obra interactiva i els resultats finals.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.

Específiques

- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics de la producció multimèdia interactiva i del ciberperiodisme.
- Saber buscar, seleccionar, avaluar i organitzar informació procedent de mitjans digitals i tradicionals.
- Tenir capacitat i habilitat per utilitzar els sistemes i recursos informàtics i les seves aplicacions interactives.
- Tenir capacitat i habilitat per utilitzar les tecnologies i tècniques informatives i comunicatives en els diferents mitjans o sistemes mediàtics combinats i interactius (multimèdia).

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

- 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 conèixer en un context de diversitat lingüística, amb realitats socials, culturals i econòmiques molt diverses.

CONTINGUTS:

1. Sistemes de gestió de continguts (CMS). Panorama i programari
2. Wordpress 1. Lògica. Interfície. Administració versus contingut
3. Wordpress 2. Temes, planes, menús. Entrades, etiquetes, categories
4. Wordpress 3. Sidebars, plugins.
5. Especificitats de la comunicació digital interactiva per al Periodisme

AVALUACIÓ:

Hi haurà dos tipus d'activitats avaluatives: individuals i en grup.

Activitats individuals (40 punts)

1. Elaboració d'un **post** al bloc de l'assignatura basat en el treball teòric individual de Comunicació Digital Interactiva (CDI) del 1er quadrimestre.
2. Creació d'un **lloc web personal** que tingui relació amb vosaltres i el periodisme a lliure elecció a concretar amb el professor. Potser una mena de bloc personal modern, multimèdia, a partir de contingut personal i periodístic propi elaborat per l'estudiant, expressament per l'assignatura o amb d'altres fonts. Es pot fer servir Wordpress o altra tecnologia que esculli l'estudiant en acord amb el professor.

Activitats en grup (60 punts)

De l'altra, el projecte **web final** a partir del treball previ de l'assignatura CDI que es treballarà en grup (fet en CMS, a partir de l'eina que facilita Wordpress).

- Tutoria 1 (10%): es farà una primera tutoria sobre el projecte de grup.
- Tutoria 2 (10%): es farà una segona tutoria sobre el projecte de grup.
- Pitch (presentació oral) (10%): el grup presentarà el seu projecte a la resta de la classe. En aquesta presentació hauran de participar tots els membres del grup.
- Projecte *online* (30%).

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Cobo Romani, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona / México DF: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. www.planetaweb2.net
- Eccher, Clint (2011). *Diseño Web Profesional*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Pardo Kuklinski, H. (2010). *Geekonomía. Un radar para producir en el postdigitalismo*. Col·lecció Transmedia XXI. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Sánchez, Joani; Tellado Fernando (2014). *Wordpress 4: La tela de araña*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Schultz, David W. (2007). *Beginning HTML with CSS and XHTML : modern guide and reference*. Berkeley, CA: Apress.

Complementària

- Castells, Manuel (1996). *La era de la información*. Vol. 1. La sociedad red. Barcelona: Alianza Editorial.
- Hodge Silver, April; Hayder, Hasin (2010). *WordPress*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Jarvis, Jeff (2009). *What Would Google Do?* Nueva York: Collins Business.
- Meyer, Eric A. (2007). *CSS pocket reference*. Farnham, Calif.: O'Reilly, 3rd ed.
- Negrino, Tom (2009). *Styling web pages with CSS visual quickproject guide*. Berkeley, Calif.: Peachpit Press.
- Pardo Kuklinski, Hugo; Brandt, Joel; Puerta, Juan Pablo (2008). "Mobile Web 2.0. Theoretical-technical framework and developing trends". *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, vol. 2, nro. 4. <http://online-journals.org/i-jim/article/view/535>
- Piscitelli, Alejandro (2009). *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.
- Sanders, Bill (2011). *HTML5. El futuro de la Web*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Scolari, Carlos; Carlón, Mario (eds.) (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.
- Sullivan, Stephanie (2008). *Mastering CSS with Dreamweaver CS3*. Berkeley, CA : New Riders; London: Pearson Education [distribuidor].
- Carlón, Mario; Scolari, Carlos A. (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

Taller de Redacció de Premsa III

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordi Serrat Manen
- María Francisca Forga Martel

OBJECTIUS:

L'assignatura vol introduir l'alumne en el coneixement teòric i pràctic del periodisme d'opinió. Els seus objectius són:

- Conèixer els gèneres periodístics d'opinió i aprofundir-hi.
- Escriure en cadascuna de les variants diferenciant els seus trets bàsics i coneixent les eines que es poden emprar.
- Conèixer els principis bàsics de la retòrica.
- Desenvolupar un esperit crític a l'hora d'analitzar el periodisme d'opinió.
- Adquirir una perspectiva del periodisme d'opinió del nostre país i fer seguiment d'alguns autors.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Coneixement profund dels gèneres periodístics d'opinió.
- Solvència en l'escriptura de les diferents modalitats dels gèneres d'opinió diferenciant els trets bàsics de cadascun.
- Adquisició d'habilitats retòriques.
- Sentit crític envers el periodisme d'opinió.
- Coneixement de la panoràmica general del periodisme d'opinió del nostre país.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.

Específiques

- Dominar les llengües catalana i espanyola (oral i escrita) en un nivell avançat.
- Tenir capacitat i habilitat d'exposar raonadament idees a partir dels fonaments de la retòrica i de les aportacions de les noves teories de l'argumentació.

Bàsiques

- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

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.

CONTINGUTS:

- Introducció als gèneres d'opinió.
- Retòrica: Aristòtil i el poder de la persuasió.
- Retòrica: les trampes de l'opinió. Distingir la veritat, els dogmatismes, les paradoxes, els falsos referents...
- Retòrica: l'argumentació: validesa dels arguments. Fal·làcies.
- L'article signat: l'atracció de les firmes.
- La columna: la literatura dels diaris.
- L'editorial: rellevància en el seu context. L'editorial, un instrument d'influència o de mediació.
- La crítica: el paper del crític. Periodisme cultural. Tipus de crítiques. Com es fa una crítica.
- L'acudit gràfic: el dibuix d'humor i la caricatura.

AVALUACIÓ:

- L'avaluació serà continuada. Caldrà fer un seguiment regular i sistemàtic del curs, cosa que implicarà l'assistència de l'alumne a classe i la seva participació activa en les pràctiques (mínim un 80% d'assistència).
- Només s'avaluarà l'alumne que hagi entregat el 100% de les pràctiques obligatòries.
- Durant el curs s'aniran demanant diversos exercicis que es lliuraran als professors en la data determinada i que conformaran el 70% de la nota de l'assignatura.
- Un 20% de la nota correspondrà a un examen (prova escrita).
- Un 10% de la qualificació correspondrà a una presentació oral (treball d'anàlisi de l'obra periodística d'opinió) sobre el columnista escollit per l'alumne.
- Els alumnes que publiquin una carta al director en un diari obtindran automàticament un punt extra en la nota final de l'assignatura.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

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

Complementària

- Capdevila, Carles. *La vida que apreng*. Barcelona: Arcàdia, 2017.
- Espinàs, Josep Maria. *Una vida articulada*. Barcelona: La Campana, 2013.
- Gomis, Llorenç. *Teoria del gèneres periodístics*. Barcelona: CIC-Generalitat de Catalunya, 1989.
- Grijelmo, Àlex. *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus, 2008.
- León Gross, Teodoro. *El artículo de opinión*. Barcelona: Ariel, 1996.
- López Pan, Fernando. *La columna periodística. Teoría y práctica: el caso de "Hilo directo"*. Pamplona: Eunsa, 1995.
- Maestre, Antoni. *Humor i persuasió: l'obra periodística de Quim Monzó*. Alacant: Universitat d'Alacant, 2006.
- Mas de Xaxàs, X. Mentiras. *Viaje de un periodista a la desinformación*. Destino, 2005.
- Sánchez González, Santiago. *Los medios de comunicación y los sistemas democráticos*. Madrid, Marcial Pons, 1996.
- The Washington Post. *La página editorial*. México: Guernika, 1978.
- Vallejo Mejía, María Luz. *La crítica literaria como género periodístico*. Pamplona: Eunsa, 1993.

ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE QUART CURS

Ètica Professional

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- María Francisca Forga Martel

OBJECTIUS:

Ètica Professional és una assignatura de reflexió i anàlisi crítica de la funció que exerceixen els mitjans de comunicació i els seus professionals des d'una perspectiva de la deontologia professional.

Partint de la premissa que el periodisme i la comunicació tenen una missió de responsabilitat cap a la societat, aquesta matèria permet descobrir què és la deontologia, quines diferències s'estableixen entre ètica i moral, quins són els límits i punts de trobada entre deontologia i règim jurídic de la comunicació i quins són els principis ètics que autoregulen la professió.

L'assignatura tracta de reflexionar sobre les diferents formes de fonamentar les conductes dels professionals de la comunicació. A més, es tindrà en compte no un únic sector professional, sinó que es tractaran diferents modalitats de la comunicació: el periodisme, la publicitat i l'entreteniment.

RESULTATS D'APRENTATGE:

Al final del curs, l'alumne:

- Coneixerà els principis deontològics més importants de la professió.
- Coneixerà i sabrà utilitzar les fonts on es troben els principis deontològics de la professió.
- Identificarà els diversos dilemes ètics que la pràctica professional pot comportar.
- Sabrà emprar els principis deontològics per tal de resoldre aquests dilemes professionals.
- Sabrà defensar argumentalment les seves postures pel que fa als dilemes ètics de la professió.

COMPETÈNCIES

Generals

- Respectar els drets humans.
- Saber apreciar la diversitat i multiculturalitat.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.

- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir disposició per a l'èxit i també per aprendre a acceptar el fracàs.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

Específiques

- Conèixer els principals debats i esdeveniments mediàtics derivats de la conjuntura actual i de com es gesten i difonen segons les estratègies comunicatives i els interessos de tot tipus.
- Conèixer la ètica i deontologia professional del periodisme així com l'ordenament jurídic de la informació.
- Saber tractar la informació de forma divulgativa de valors associats als drets fonamentals, la igualtat de gènere, accés universal i diversitat cultural.
- Tenir consciència igualitària sobre les persones i els pobles i respecte pels drets humans internacionals, així com coneixement de les grans corrents culturals o civilitzadores en relació amb els valors fonamentals individuals i col·lectius.

Bàsiques

- 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

- Exercir la ciutadania activa i la responsabilitat individual amb compromís amb els valors democràtics, de sostenibilitat i de disseny universal, a partir de pràctiques basades en l'aprenentatge i servei i en la inclusió social.

CONTINGUTS:

Introducció

- Què és la deontologia? Concepte d'autoregulació. Delimitació de deontologia, dret i moral.
- Memòria ètica dels Drets Humans.
- Codis deontològics, estatuts de redacció, llibres d'estil i estatuts del defensor.

Deontologia i Comunicació

- El principi de veracitat:
 - Opinions lliures i fets sagrats: el rigor informatiu.
 - La neutralitat informativa.
- El principi de justícia:
 - L'atenció als grups socialment desfavorits.
 - La imparcialitat.
 - La presumpció de innocència.
- El principi de llibertat:
 - Límits a la llibertat d'expressió.

- Condicionants externs: el control polític i altres formes de control.
- Les relacions amb les fonts.
- El principi de responsabilitat:
 - Privacitat.
 - La protecció de la infància.
- El periodisme a Internet i l'ètica periodística: blogs, periodistes-ciutadans i l'autoria:
 - Mecanismes de control.

Praxis

- Conflictes ètics de la praxis professional.
- Ètica del llenguatge: escriptura i imatges.

AVALUACIÓ:

Nota general sobre 100 punts (50 punts = aprovat*)

- Examen teòric (30 punts)
- Examen teòric (30 punts)
- Participació a l'aula amb presentacions (20 punts)
- Pràctiques (20 punts)

És imprescindible haver assistit a un 80% de les classes per poder avaluar l'assignatura.

- Cal aprovar els dos exàmens teòrics per passar l'assignatura.
- Cal fer una presentació pública d'una pràctica.
- No es farà recuperació.

Valoració:

- Es valorarà especialment la participació a classe i les aportacions personals als debats que periòdicament s'aniran plantejant.
- Tanmateix, en els exàmens i pràctiques es valoraran l'expressió, l'ortografia i la sintaxi, així com la presentació dels mateixos podent constituir un element que disminueixi la qualificació.
- És imprescindible presentar una de les pràctiques en públic al llarg del curs. Es valorarà tan la forma com el fons d'aquesta presentació que podrà ser individual o en grup de com a màxim 3 persones.

BIBLIOGRAFIA:

- Alsius, Salvador. *Ètica i periodisme*. Barcelona: Pòrtic, 1998.
- Aznar, Hugo. *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel, 1999.
- Aznar, Hugo. *Ètica 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*. Mèxic: Limusa, 1992.
- Vázquez Fernández, Francisco. *Periodismo valorativo: casos ético-deontológicos de actualidad*. Madrid: Carperi, 1996.
- Prats, Enric; Buxarrais, M. Rosa; Tey, Amèlia. *Ètica de la informació*. Barcelona: UOC, 20

Codis deontològics

- Codi Deontològic dels Periodistes de Catalunya, 1992.
- Código Deontológico de la FAPE (Fed. Asoc. Prensa España), 1993.
- Codi Deontològic Europeu, 1993.
- Codi Internacional d'Ètica Periodística de la UNESCO, 1983.

Revistes *on line*

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

Periodisme d'Investigació

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordi Serrat Manen

OBJECTIUS:

L'assignatura introdueix l'alumnat en el coneixement teòric i pràctic d'una especialitat periodística caracteritzada per la recerca de temes d'interès informatiu, rellevants socialment, que estan ocults o amagats per algú i que poden aflorar gràcies al treball investigador del reporter. L'objectiu principal és aconseguir que l'estudiant conegui les competències més bàsiques de la feina del reporter investigador: que sàpiga consultar bones fonts personals, contrastar la informació amb rigor i documentar-se amb elements sòlids per redactar i/o editar un reportatge en profunditat, a més de saber-lo gestionar a internet. Tot plegat, desenvolupant habilitats com el treball en equip, l'obstinació i la destresa en la recerca amb criteri periodístic. En el camp teòric, l'objectiu central és aprendre la funció del periodisme d'investigació, les diferències amb el periodisme d'actualitat i les diferències entre una investigació periodística i una filtració. Conscients que aquest aprenentatge suposa ofici i molts anys d'experiència, la intenció és desvetllar la curiositat i la consciència dels alumnes per tal que valorin el paper dels mitjans de comunicació com a *watchdog* de la democràcia i el tinguin en compte en el futur quan s'insereixin en l'àmbit professional. L'estudi de casos concrets ajuda a tenir perspectiva històrica per valorar amb exemples com s'ha portat a la pràctica el periodisme més de denúncia ?o aquell més treballat, menys superficial?, en diferents contextos, registres i situacions.

RESULTATS D'APRENTATGE:

Aconseguir assentar en l'estudiant les bases del periodisme d'investigació per familiaritzar-lo i iniciar-lo en el seu exercici.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.

- Tenir compromís ètic en la feina.

Específiques

- Aprendre a crear i organitzar una agenda de contactes i fonts d'informació.
- Distingir entre una investigació periodística i una investigació acadèmica.
- Distingir entre una investigació periodística i una investigació acadèmica.
- Saber cercar, contrastar i jerarquitzar la informació periodística.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.
- Tenir capacitat i habilitat per al·l'exercici de les principals tasques periodístiques, desenvolupades a través d'àrees temàtiques, aplicant gèneres i procediments periodístics.

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

Transversals

- 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 conèixer en un context de diversitat lingüística, amb realitats socials, culturals i econòmiques molt diverses.

CONTINGUTS:

Aproximació acadèmica al periodisme d'investigació

1. Característiques bàsiques de l'especialitat
2. Diferències amb una investigació policíaca i judicial
3. Diferències amb una investigació acadèmica o científica
4. El periodisme de precisió / de dades

Periodisme d'actualitat versus periodisme d'investigació

1. L'agenda mediàtica i el periodisme de denúncia
2. Les filtracions
3. Les investigacions periodístiques que canvien l'actualitat
4. El reportatge en profunditat en el periodisme d'investigació

Estats Units i el periodisme d'investigació

1. L'època de Joseph Pulitzer i els muckrakers
2. El cas *Watergate* i la consolidació del periodisme d'investigació
3. De la televisió als canvis en l'era global
4. L'impacte de l'estil Wikileaks als EUA i al món

El periodisme d'investigació a Catalunya

1. Antecedents històrics d'abans del franquisme, la mort de Josep Maria Planes
2. Periodisme d'investigació durant la transició, cas Xavier Vinader
3. Periodisme d'investigació en temps d'oasi català
4. Periodisme d'investigació després de l'oasi català

Tècniques i estratègies del periodisme d'investigació

1. L'abordatge de les fonts documentals
2. L'abordatge de les fonts personals
3. La redacció i/o edició del reportatge, i la seva gestió en entorns digitals
4. Participació ciutadana, transparència i periodisme d'investigació

Proposta d'anàlisi de casos o temes concrets (modificable segons el material disponible)

1. Investigative Reporters and Editors (IRE) <<https://www.ire.org/>>
2. A la recerca del paradís (TV3)
3. El cas *Vinader* (històric)
4. El cas *Huertas* i la impossibilitat d'investigar durant la dictadura (històric)
5. *Balseros*
6. *Bowling for columbine*
7. Dossier sobre la immigració al poble de Salt (*Revista de Girona*)
8. Wikileaks
9. El cas *Jane Akre* i la llet Monsanto
10. Fago
11. El cas *Óscar* (*El Periódico*)
12. *Ciutat morta*
13. El cas *Juncker*
14. Els reportatges de l'*Anuari media.cat*
15. Altres

AVALUACIÓ:

Els estudiants faran en equip un reportatge en profunditat (o treball dirigit equivalent) que comptarà el 45% de la nota. El reportatge caldrà fer-lo de manera tutoritzada i a partir de les indicacions i del seguiment que se'n farà a classe. Per puntuar el reportatge es tindrà en compte tant el resultat final com el procés seguit en un sistema d'avaluació continuada: els alumnes hauran d'anar detallant en diferents sessions de treball els seus avenços en la investigació i debatre amb tot el grup els problemes amb què es troben en cada cas. També hi haurà un examen teòric (prova fina de síntesi) que valdrà el 45% de la nota. El 10% restant s'obté d'exercicis (anàlisi de casos concrets, treballs a partir del visionat de reportatges...) que es determinaran durant el quadrimestre i que podran ser orals o bé escrits segons quina sigui l'evolució del curs i el temps disponible. Els estudiants que d'acord amb les pautes pactades amb el professor facin de manera voluntària un treball a partir de la lectura d'un dels llibres de l'extensa bibliografia de l'assignatura tindran mig punt més en la nota final. D'altra banda, en casos molt excepcionals el professor podrà decidir un sistema d'avaluació particular per a aquells alumnes que plantegin aquesta necessitat a inici de curs i sempre que hi hagi circumstàncies objectives que així ho justifiquin. Només la part teòrica del curs és recuperable, en el període d'avaluació complementari i sempre que l'estudiant no tingui més del 50% del curs suspès.

BIBLIOGRAFIA:

- Aucoin, James. *The evolution of American Investigative Journalism*. Columbia: University of Missouri Press, 2007.
- Aragó, Narcís-Jordi. *Periodisme sota sospita*. Barcelona: A Contravent Edicions, 2013.
- Bandurski, David; Hala, Martin. (Eds.). *Investigative journalism in China*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2010.
- Bernstein, Carl; Woodward, Bob. *Todos los hombres del presidente*. Barcelona: Inèdita Editores, 2005.
- Caminos Marcet José María. *Periodismo de investigación. Teoría y práctica*. Madrid: Editorial Síntesis,

- 1997.
- Canals, Enric. *Pujol-Catalunya. El consell de guerra a Jordi Pujol*. Barcelona: Editorial Pòrtic, 2013.
 - Campo Vidal, Manuel. *Información y servicios secretos en el atentado al presidente Carrero Blanco*. Barcelona: Argos Vergara, 1983.
 - Campos, Vicente. (Ed.) *¡Extra, extra! Muckrakers: orígenes del periodismo de denuncia*. Barcelona: Ariel, 2015.
 - Capote, Truman. *A sang freda*. Barcelona: Proa, 1985.
 - Casasús, Josep Maria. *El periodisme a Catalunya*. Barcelona: Plaza-Janés, 1988.
 - Chicote, Javier. *El periodismo de investigación en España. Causas y efectos de su marginación*. Madrid: Fragua, 2006.
 - Dader, José Luis. *Periodismo de precisión: vía socioinformática de descubrir noticias*. Madrid: Síntesis, 1997.
 - De Burgh, Hugo [et al.]. *Investigative journalism*. Nova York: Routledge, 2008.
 - Di Domenica, Sebastián. *Periodistas que preguntan por qué. Relatos y entrevistas sobre periodismo de investigación*. Buenos Aires: Biblos, 2013.
 - Domscheit-Berg, Daniel. *Wikileaks per dins. La meva vida a la web més perillosa del món*. Barcelona: La Campana, 2011.
 - Finestres, Jordi. *Josep Maria Planes. Set trets al periodisme a la Rabassada*. Barcelona: Pòrtic, 2008.
 - Gaines, William. *Investigative journalism: proven strategies for reporting the story*. Washington: CQ Press, 2008.
 - Garcia-Planas, Plàcid. *Jazz en el despacho de Hitler. Otra forma de ver la guerra*. Barcelona: Península, 2010.
 - Grau, Anna. *De como la CIA eliminó a Carrero Blanco y nos metió en Irak: la verdadera historia secreta de España y EE.UU.* Barcelona: Destino, 2011.
 - Irujo, José María; Mendoza, Jesús; Macca, José. *Roldán: un botín a la sombra del tricornio*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy, 1994.
 - Leigh, David; Harding, Luke. *Wikileaks y Assange*. Barcelona: Deusto, 2011.
 - Mailer, Norman. *La canción del verdugo*. Barcelona: Anagrama, 1987.
 - Martínez Pandiani, Gustavo. (compilador). *Periodismo de investigación. Fuentes, Técnicas e Informes*. Buenos Aires: Ugerman Editor. 2004.
 - Meyer, Philip. *Periodismo de precisión: nuevas fronteras para la investigación periodística*. Barcelona: Bosch, 1993.
 - Miralles, Francesc. *El Quart Reich. El secret de Montserrat*. Barcelona: Edicions 62, 2007.
 - Palà, Roger; Picazo, Sergi (Eds.). *Anuari Mèdia.cat: Els silencis mediàtics de 2012*. Barcelona: Grup de periodistes Ramon Barnils, 2013.
 - Panyella, Jordi. *Salvador Puig Antich, cas obert: la revisió definitiva del procés*. Barcelona: Angle Editorial, 2013.
 - Panyella, Jordi. *Fèlix Millet, el gran impostor: La trama secreta de l'espoli del Palau*. Barcelona: Angle Editorial, 2012.
 - Pilger, John (Eds.). *¡Basta de mentiras! El periodismo de investigación que está cambiando el mundo*. Barcelona: RBA, 2007.
 - Pilger, John (Eds.). *Tell me no lies. Investigative journalism that changed the world*. Nova York: Thunder's Mouth Press, 2005.
 - Planes, Josep Maria. *Els gàngsters de Barcelona*. Barcelona: Edicions Proa, 2002.
 - Politkowskaya, Anna. *Solo la verdad*. Barcelona: Debate, 2011.
 - Politkowskaya, Anna. *La Rusia de Putin*. Barcelona: Debate, 2005.
 - Porta, Carles. *Tor, tretze cases i tres morts*. Barcelona: La Campana, 2005.
 - Porta, Carles. *Fago*. Barcelona: La Campana, 2012.
 - Quesada, Montserrat. *Periodismo de investigación o el derecho a denunciar*. Barcelona: CIMS Libros de Comunicación Global, 1997.
 - Quílez, Carles. *Cerdos y gallinas*. Barcelona: Alreves, 2012.
 - Reig, Ramón. *Periodismo de investigación y pseudoperiodismo. Realidades, deseos y falacias*. Madrid: Ediciones Libertarias, 2000.
 - Reyes, Gerardo. *Periodismo de investigación*. Mèxic: Trillas, 2006.
 - Rodríguez, Pepe. *Periodismo de investigación: Técnicas y estrategias*. Barcelona: Paidós, 1994.

- Roig, Montserrat. *Els catalans als camps nazis*. Barcelona: Edicions, 62, 1977.
- Rovira, Bru. *Áfricas: cosas que no pasan tan lejos*. Barcelona: RBA, 2011.
- Salas, Antonio. *El Palestino*. Madrid. Planeta, 2010.
- Santoro, Daniel. *Técnicas de investigación. Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina*. Mèxic: Fondo de Cultura Económica, 2004.
- Secanella, Petra M. *Periodismo de investigación*. Madrid: Tecnos, 1986.
- Sentís, Carlos. *Viatge en transmiserià: crònica viscuda de la primera gran emigració a Catalunya*. Barcelona: La Campana, 1994.
- Shapiro, Bruce. (Eds.). *Shaking the foundations: 200 years of investigative journalism in America*. Nova York: Thunder's Mouth Press, 2003.
- Tolosa, Carlota (pseudònim). *La torna de la torna. Salvador Puig Antich i el MIL*. Barcelona: Empúries, 1985.
- Wallraff, Günter. *Cap de turc*. Barcelona: Edicions de 1984, 1987.
- Wolfe, Tom. *El nuevo periodismo*. Barcelona: Anagrama, 1976.
- Woodward, Bob. *El hombre secreto. La verdadera historia de 'Garganta Profunda'*. Barcelona: Inédita Editores, 2005.

Periodisme Institucional i d'Empresa

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Clara E. De Uribe Gil

OBJECTIUS:

Els objectius de l'assignatura s'encaminaran a tenir un coneixement exacte i profund de tot el que envolta el coneixement del sistema informatiu, per tal optimitzar els esforços realitzats pels gabinets i les agències de comunicació. Coneixerem, per tant, quin és el concepte de notícia i aprofitarem les sinergies que s'imposen a cada moment per poder encaminar la nostra comunicació de la millor manera possible. Elaborarem el pla de comunicació d'un esdeveniment i veurem quin és el procés de decisió d'enviament d'una nota de premsa, el que cal saber sobre els mitjans de comunicació, les relacions informatives entre les agències i/o gabinets de comunicació i els mitjans informatius. Aprendre a elaborar una nota de premsa, com s'organitza una roda de premsa o com es presenta un bon dossier, punts claus que es desenvoluparan al llarg de l'assignatura.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- En finalitzar l'assignatura l'estudiant serà capaç d'entendre la necessitat de les institucions i empreses de comunicarse amb els seus públics per mitjà de diverses tècniques de comunicació.
- També aprendrà la relació de confiança que s'estableix entre l'organització i els mitjans de comunicació.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitats interpersonals.

Específiques

- Conèixer i saber gestionar les eines de la comunicació empresarial i institucional en els àmbits intern i extern.
- Conèixer l'estat del món i la seva evolució històrica recent, així com comprendre els seus paràmetres bàsics (polítics, econòmics i culturals).
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.

Bàsiques

- 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

- 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 conèixer en un context de diversitat lingüística, amb realitats socials, culturals i econòmiques molt diverses.

CONTINGUTS:

1. Marc conceptual:
 1. Definició de Gabinet de Comunicació i Agència de Comunicació. Origen.
 2. Breu història.
2. Eines de comunicació:
 1. La comunicació en les organitzacions és una necessitat.
 2. Procés productiu de la notícia.
3. El Pla de comunicació i les relacions informatives:
 1. Passos a seguir per confeccionar un Pla de Comunicació.
 2. Les Relacions amb els mitjans: la nota de premsa, el dossier informatiu, la roda de premsa.
4. Comunicació de crisi:
 1. La crisi.
 2. Com respondre als mitjans de comunicació.

AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el grau d'aprenentatge global aconseguit per l'alumne. Si tenim en compte que es tracta d'una assignatura quadrimestral, l'avaluació de l'assignatura consta de:

1. Pràctiques (individual). Té una incidència del 40% en la nota final de l'assignatura.
2. Treball de l'assignatura (en grups de dues-tres persones). Té una incidència del 60% en la nota final de l'assignatura.

BIBLIOGRAFIA:

- Palau, Goretti (2002). *Gabinetes de comunicació. Periodistes de l'altra banda*. Barcelona: Pòrtic.
- Grunig, J.E.; Hunt, T. (2000). *Dirección de relaciones públicas*. Barcelona: Gestión 2000.
- Ramírez, Txema (1995). *Gabinetes de Comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Lacasa, Antonio, S. (2004). *Gestión de la comunicación empresarial*. Barcelona: Gestión 2000.
- Martín Martín, F. (2006) *Comunicación empresarial e institucional*. Madrid: Universitas.
- Benavides, J. [et al.] (2001). *Dirección de comunicación empresarial e institucional*. Barcelona: Gestión 2000.

- Al Ries, Laura Ries (2002). *La caída de la publicidad y el auge de las relaciones públicas*. Harpercollins.
- Palencia-Lefler, M. (2008). *90 técnicas de relaciones públicas*. Bresca Editorial.

Comunicació de Proximitat

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Espanyol

PROFESSORAT

- Jordi Serrat Manen

OBJECTIUS:

L'escriptor Josep Pla reivindicava el periodisme d'observació que portava a la pràctica cultivant unes arrels terrenals i precises al seu poble i a la seva comarca. Gràcies al seu arrelament, els mitjans de comunicació de proximitat continuen sent avui l'escola i el planter des d'on s'han format molts dels periodistes i comunicadors de Catalunya amb més trajectòria. Sigui com sigui, l'informador local sol tenir més possibilitats d'accedir a fonts pròpies i de recollir la informació de primera mà quan transmet notícies o comunica algun fet.

En aquesta assignatura es potenciarà que l'estudiant tingui l'actitud encuriosida del reporter de comarques que trepitja el territori per explicar les problemàtiques i els anhels de la seva gent. L'objectiu és acostar-se a la dinàmica professional (no amateur) de les redaccions de premsa, ràdio, televisió o de mitjans digitals que tinguin un marc de referència local, comarcal o provincial sempre que vagin més enllà de pràctiques provincianes, testimonials o voluntaristes. Per això interessarà, igualment, la mirada dels periodistes-corresponsals que treballen per mitjans generalistes professionals que fan desconnexions o edicions diferenciades de periodisme de proximitat. D'altra banda, en el curs s'estudiarà com es comuniquen les institucions més properes. Sobretot els gabinets de premsa (petites estructures comunicatives sovint unipersonals o amb pocs recursos) dels ajuntaments d'Osona o d'altres microcosmos comunicatius. Tot, en un entorn multimèdia canviant i complex en què el periodisme ciutadà o col·laboratiu cada cop pren més força.

La llengua d'impartició de l'assignatura és el català.

RESULTATS D'APRENTATGE:

Conèixer com funciona la comunicació de proximitat en el municipi de residència de cada estudiant i aprendre a treballar com un periodista corresponsal

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.

- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.

Específiques

- Aprendre a crear i organitzar una agenda de contactes i fonts d'informació.
- Conèixer l'estat del món i la seva evolució històrica recent, així com comprendre els seus paràmetres bàsics (polítics, econòmics i culturals).
- Conèixer la realitat sociocomunicatives de la Comunitat Autònoma (estructura, polítiques i funcionament) en el context espanyol, europeu i mundial.
- Saber cercar, contrastar i jerarquitzar la informació periodística.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.
- Tenir capacitat i habilitat per al·l'exercici de les principals tasques periodístiques, desenvolupades a través d'àrees temàtiques, aplicant gèneres i procediments periodístics.

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

Transversals

- 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 conèixer en un context de diversitat lingüística, amb realitats socials, culturals i econòmiques molt diverses.

CONTINGUTS:

Característiques dels mitjans de comunicació de proximitat

1. Àmbit local (o premsa de barri/ districte a les ciutats)
2. Àmbit comarcal
3. Àmbit supracomarcal
4. Àmbit provincial, regional o de vegueria

El punt de vista en la informació de proximitat

1. Temàtiques específiques: municipalisme, ensenyament, sanitat, medi ambient, urbanisme, obres, esports, folklore, festes, cultura, etc.
2. La informació que transcendeix geogràficament: eminències o artistes destacats, polítiques que afecten el territori, eleccions, meteorologia, etc.
3. La informació integrada en mitjans generalistes: edicions diferenciades, desconnexions, suplementos, programes especials, magazines, etc.
4. La informació institucional: plens, rodes de premsa, comunicats oficials, etc.

Alguns perfils reconeguts en la comunicació de proximitat

1. El redactor especialitzat i el reporter polivalent
2. El corresponsal o delegat local
3. El cap de premsa
4. L'investigador local

AVALUACIÓ:

La nota final serà la mitjana resultant d'aquestes tres parts segons els percentatges detallats:

- Pràctica quadrimestral, 40%
- Cobertura d'un acte local (ple municipal o activitat similar), 20%
- Prova escrita, 40%

BIBLIOGRAFIA:

- Comajoan, Josep. "Els mitjans de comunicació a Osona. Un sistema informatiu incomplet", dins *Ausa*, volum XX, número 148-149, pp. 305-320. Vic: Patronat d'Estudis Osonencs, 2002.
- Costa, Lluís. *La comunicació local*. Barcelona: UOC, 2009.
- Fundació Catalana de la Premsa Comarcal i Local. *Llibre blanc 2010 de la premsa comarcal i local catalana d'informació general i amb difusió de pagament*. Valls: la Torratxa, 2010.
- Guillamet, Jaume. *La premsa comarcal: un model català de periodisme popular*. Barcelona: Departament de Cultura Generalitat de Catalunya, 1983.
- Guimerà, Josep Àngel. *La televisió local a Catalunya (1976-2005): gestació, naixement i transformacions* [tesi doctoral]. Bellaterra: Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2006.
- López, Rafael; Fernández, Francisco; Durán, Ángeles (eds.). *Nuevas tendencias en la prensa local*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I, 2007.
- López, Xosé; Macià, Juan. *Periodismo de proximidad*. Madrid: Síntesis, 2007.
- Masip, Pere; Micó, Josep Lluís (coords.). *La convergència comunicativa a la premsa local i comarcal: noves perspectives per a la informació*. Barcelona: Associació Catalana de la Premsa Comarcal, 2009.
- Pla, Josep. *El meu país* [obra completa, volum 7, cinquena edició]. Barcelona: Destino, 2001.
- Prado, Emili; Moragas, Miquel de. "Les televisions locals a Catalunya. De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat", dins *Quaderns del CAC* [número extraordinari]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, setembre 2002.
- Solà, Sergi. *Els treballadors i els col·laboradors de les emissores de ràdio locals i comarcals de Catalunya. Definició i funcions de les figures professionals* [Tesi Doctoral]. Barcelona: Universitat Ramon Llull. Facultat de Comunicació Blanquerna, 2012.
- Sureda, Marc; Torres, Lourdes. *Manual de comunicació per a ajuntaments petits (i no tan petits)*. Barcelona: UOC, 2015.

Sistema Polític i Constitucional Espanyol

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Santiago Ponce Vivet

OBJECTIUS:

L'assignatura Sistema polític i constitucional espanyol té per objectiu que l'estudiant conegui els fonaments del sistema polític espanyol forjats al llarg de gairebé 40 anys de democràcia amb la finalitat d'interpretar l'actualitat política. Descric i analitza de forma sintètica l'organització, el funcionament i la dinàmica del sistema polític espanyol esdevingut amb la transició democràtica. Sintetitza el comportament i les ideologies dels seus actors principals durant el període democràtic i, finalment, planteja l'ordenament del sistema polític espanyol sorgit de la constitució de 1978 amb les institucions que el conformen, accentuant l'anàlisi del sistema polític català.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Comprèn el funcionament del sistema polític i constitucional espanyol.
- Comprèn el significat històric de la transició democràtica.
- Sap discernir els la ideologia i la trajectòria dels principals partits i grups de pressió durant el període democràtic.
- Sap reconèixer la composició, la funció i les relacions dels diferents òrgans constitucionals de l'estat.
- Entén el procés de construcció del sistema autonòmic i el debat sobre l'encaix de Catalunya dins l'estat espanyol.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitat per treballar en un context internacional.
- Tenir iniciativa i esperit emprenedor.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

Específiques

- Saber analitzar discursos polítics.

Bàsiques

- 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

- Actuar amb esperit i reflexió crítics davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.
- Exercir la ciutadania activa i la responsabilitat individual amb compromís amb els valors democràtics, de sostenibilitat i de disseny universal, a partir de pràctiques basades en l'aprenentatge i servei i en la inclusió social.
- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.

CONTINGUTS:

Presentació.

Estat i nació

Liberalisme i democràcia

Origen i característiques històriques del sistema polític espanyol

1. La transició democràtica

1.1. El règim franquista

a. La mort del dictador

b. L'articulació unitària de l'oposició al règim

c. La successió monàrquica i el primer govern

1.2. Les bases de la democràcia

a. La Constitució Espanyola

b. El terrorisme, un element pertorbador

1.3. Els governs de la transició democràtica

a. Adolfo Suárez (1977-1981)

b. Leopoldo Calvo Sotelo (1981-1982)

c. Felipe González (1982-1996)

2. Els partits polítics i els grups de pressió

2.1. Origen i evolució dels principals partits polítics

a. Els antecedents

b. Els partits a Espanya

c. Els partits i coalicions a Catalunya

2.2. Els grups de pressió

a. Les organitzacions sindicats i empresarials

b. L'Església i l'Exèrcit

c. El mitjans de comunicació

3. El sistema electoral

3.1. L'organització del sistema electoral

a. La participació política

- b. El procés electoral
- c. El sistema parlamentari
- 3.2. Els resultats electorals
 - a. Eleccions a Corts Generals
 - b. Eleccions al Parlament de Catalunya
 - c. Eleccions municipals, al Parlament Europeu i referèndums
- 4. L'estructura i el funcionament del sistema polític
 - 4.1. Les institucions de l'Estat
 - a. La Monarquia Parlamentària
 - b. El Congrés dels Diputats i el Senat
 - c. El Govern i l'Administració
 - d. La Justícia, el Tribunal Constitucional i el Defensor del Poble
 - e. El procés d'uropeització
 - 4.2. L'organització territorial de l'Estat
 - a. El sistema autonòmic espanyol
 - b. El sistema polític català
 - c. El debat sobre l'encaix de Catalunya a Espanya

AVALUACIÓ:

L'avaluació final de l'assignatura és el resultat de la mitjana aritmètica de les diferents parts: Pràctiques i Lectures (30%), treballs (30%), Prova (40%). A més, cal tenir present que hi ha una sola convocatòria, que l'avaluació és continuada, que la recuperació dels continguts no superats de l'assignatura només és parcial.

BIBLIOGRAFIA:

- Alcántara, M.; Martínez, A. (1997). *Política y Gobierno en España*. València: Tirant lo Blanch.
- Aparicio, Miguel (1998). *Introducció al sistema polític i constitucional espanyol*. Barcelona: Ariel.
- Bosch, Agustí (2004). *Com votem i per què*. Barcelona: UOC.
- Bosch, Agustí (2004). *Guia del sistema electoral*. Bellaterra: UAB
- Colomer, J. M. (1998). *La transición de la democracia: el modelo español*. Madrid: Anagrama.
- Colomer, J. M. (2001). *Instituciones políticas*. Barcelona: Ariel.
- Culla, Joan B. (1994). *El franquisme i la transició democràtica (1939-1988)*, Volum VIII d'*Història de Catalunya* (dirigida per Pierre Vilar), Barcelona: Edicions 62
- Culla, Joan B. (2008). *La dreta espanyola a Catalunya, 1975-2008*. Barcelona: La Campana.
- García Morillo, J. (1996). *La democracia en España*. Madrid: Alianza.
- Dahl, Robert (2006). *La democracia: una guía para los ciudadanos*. Madrid: Taurus.
- Daniel C. Hallin, Daniel; Mancini, Paolo (2008). *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Editorial Hacer.
- Maragall, Paqual (2008). *Oda inacabada. Memòries*. Barcelona: RBA/La Magrana
- Molas, Isidre (2000). *Diccionari de partits polítics, segle XX*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana.
- Paniagua, Javier (2009). *La Transición democrática: de la dictadura a la democracia en España (1973-1986)*. Madrid: Anaya.
- Powell, Charles T. (2001). *España en democracia, 1975-2000*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Pujol, Jordi (2009-2011). *Memòries (2 volums)*. Barcelona: Proa.
- Roman, Paloma (2001). *Sistema político español*. Madrid: McGraw-Hill.
- Soto, A. (2002). *La transición a la democracia. España 1975-1982*. Madrid: Alianza Editorial.
- Trias Fargas, Ramon (2011). *Narració d'una asfíxia premeditada*. València: Afers.
- Tusell, Javier; Soto, Álvaro (eds.) (1996). *Historia de la transición, 1975-1986*. Madrid: Alianza Universidad.
- Tusell, Javier (2003). *La transición a la democracia y el reinado de Juan Carlos I*. Barcelona: Espasa Calpe.

- Vallès, J. M. (2004). *Ciencia política: una introducción*. Barcelona: Ariel.

Pràctiques en Empreses

Tipologia: Pràctiques Externes (PE)

Crèdits: 12,0

Llengua d'impartició: Català, Anglès

OBJECTIUS:

- Les pràctiques en empreses constitueixen una assignatura crucial per donar caràcter pràctic als nostres ensenyaments i, en aquest sentit, cal oferir una ampla borsa d'empreses de pràctiques i qualitativament interessant.
- La universitat ha d'acostar-se cada dia més al món professional i de l'empresa i les pràctiques es mostren com a una eina clau per adquirir les competències i les habilitats que es requereixen en l'exercici professional.
- S'estableixen convenis amb totes aquestes empreses per garantir que les pràctiques es facin en les millors condicions per a la feina i l'aprenentatge dels estudiants.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Analitza de forma global situacions relatives a l'àmbit de la comunicació, desenvolupades en diferents contextos de la pràctica professional.
- Analitza els processos d'interacció i comunicació propis dels diferents entorns professionals d'acord a les diferents variables sociològiques, polítiques, culturals o econòmiques.
- Planifica intervencions en l'àmbit de la comunicació en coherència amb el context específic en el que s'estan desenvolupant les pràctiques.
- Intervé en situacions professionals de forma activa i responsable.
- Mostra capacitat de treball en equip i coordinació entre diferents professionals.
- Aplica el seus coneixements per a la resolució de problemes en àmbits laborals complexes o professionals i especialitzats que requereixen l'ús d'idees creatives i innovadores.
- Identifica les seves pròpies necessitats formatives i d'organitzar el seu propi aprenentatge amb un alt grau d'autonomia en tot tipus de contextos (estructurats o no).
- Actua en les situacions habituals i les que són pròpies de la professió amb compromís i responsabilitat.
- Avalua pràctiques professional en contextos emergents i globals i proposa línies d'intervenció ajustades a les diferents realitats.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de lideratge.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.

- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir disposició per a l'èxit i també per aprendre a acceptar el fracàs.
- Tenir habilitats interpersonals.

Específiques

- Conèixer els principals debats i esdeveniments mediàtics derivats de la conjuntura actual i de com es gesten i difonen segons les estratègies comunicatives i els interessos de tot tipus.
- Conèixer i usar correctament de forma oral i escrita l'anglès com a forma d'expressió professional en els mitjans de comunicació.
- Conèixer l'estructura dels mitjans de comunicació i els seus principals formats com a expressions de les formes de vida i de les seves cultures, en la seva relació amb els contextos socials i els seus canvis.
- Conèixer l'estructura, el funcionament i la gestió de l'empresa de comunicació.
- Saber analitzar discursos polítics.
- Tenir capacitat de prestar assessorament en temes de comunicació i màrqueting.
- Tenir capacitat per adoptar i mantenir punts de vista oberts i receptius, analitzant les peculiaritats culturals sense valorar automàtica i acríticament.
- Tenir consciència igualitària sobre les persones i els pobles i respecte pels drets humans internacionals, així com coneixement de les grans corrents culturals o civilitzadores en relació amb els valors fonamentals individuals i col·lectius.
- Tenir habilitats per mantenir relacions interculturals eficaces.

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

- Actuar amb esperit i reflexió crítics davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.
- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.

CONTINGUTS:

Les pràctiques es fan en empreses periodístiques, audiovisuals o de publicitat, així com en gabinets de comunicació i relacions públiques pel que fa als estudis de comunicació i en tota mena d'empreses pel que fa al Grau d'Administració i Direcció d'Empreses. La Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya procura garantir una oferta amplia, suficient i de qualitat d'empreses que vulguin acollir els nostres estudiants en pràctiques.

Les pràctiques curriculars tenen lloc de forma preferent a partir del moment en que l'estudiant assoleix el 50% dels crèdits de la seva titulació (normalment a partir de 3r o 4t curs). També es poden fer, excepcionalment, durant l'estiu.

AVALUACIÓ:

Cada alumne de pràctiques té un tutor assignat entre el professorat de la Facultat d'Empresa i Comunicació que en fa el seguiment i l'avaluació pel que fa als aspectes més acadèmics de la pràctica; i també un tutor assignat per part de l'empresa on fa les pràctiques que en fa el seguiment i l'avaluació des del punt de vista empresarial.

El tutor nomenat per la Facultat d'Empresa i Comunicació ha de fer en general un seguiment periòdic de l'activitat posant-se en contacte amb el tutor designat per l'empresa. Es recomana que s'hi posi en contacte un mínim de dues vegades (una durant el desenvolupament de la pràctica i l'altra quan acabi).

Cal també que el tutor nomenat per la Facultat d'Empresa i Comunicació mantingui un contacte directe amb l'estudiant per tal de fer el seguiment, la resolució d'incidències i la tutorització de l'elaboració de la memòria i la seva l'avaluació. Em concret i de forma obligatòria ha de contactar tres vegades amb l'estudiant assignat (la primera vegada a l'inici, la segona durant el desenvolupament de la pràctica i l'altra quan finalitzi) i en general ha d'estar en contacte amb ell via correu electrònic per donar solució a les qüestions que puntualment plantegi.

El tutor de l'empresa ha d'avaluar entre 0 i 10 l'actitud personal i professional de l'estudiant en pràctiques (puntualitat, compliment dels horaris, implicació, aptitud per treballar en equip, disponibilitat, responsabilitat i integració a l'empresa, assoliment de les tasques encomanades, etc, i la qualitat del treball en general portat a terme per l'estudiant en pràctiques. La mitjana d'aquesta avaluació té el valor del 40% de la nota final.

El professor tutor, d'acord amb el seguiment continuat de les pràctiques i amb la lectura i estudi de la memòria feta per l'estudiant, ha d'avaluar (també entre 0 i 10) l'actitud de l'estudiant i la feina que ha fet. La mitjana d'aquesta avaluació té el valor del 60% de la nota final.

La qualificació final de l'assignatura de pràctiques es calcula a partir de l'informe del tutor de l'empresa (40%) i el tutor de la Universitat de Vic (60%). I aquest últim podrà considerar suspesa la pràctica encara que per al tutor de l'empresa sigui favorable.

La qualificació o nota final resultant d'aquestes avaluacions la dona el tutor designat per la Facultat d'Empresa i Comunicació i la lliura al Responsable de Pràctiques per tal d'incloure-la a l'acta corresponent.

Qualsevol incidència que pugui sorgir es resoldrà segons el previst en el protocol de pràctiques. En qualsevol altre cas serà analitzada i resolta per el Consell de Direcció de la Facultat d'Empresa i Comunicació.

BIBLIOGRAFIA:

La bibliografia es recomanarà a cada estudiant segons la naturalesa de les seves pràctiques.

Treball de Fi de Grau

Tipologia: Treball de Fi de Grau (TFG)

Crèdits: 9,0

Llengua d'impartició: Català, Anglès

OBJECTIUS:

El Treball de Fi de Grau compendia la formació adquirida en el decurs dels ensenyaments del grau.

Ha de permetre a l'estudiant mostrar el nivell d'adquisició de les competències de la titulació i dels principis que fonamentaran la seva futura tasca professional.

El TFG dels estudis de la FEC es pot incloure en un d'aquests dos àmbits:

- Professionalitzador: disseny i/o implementació d'un projecte en un àmbit professional.
- Acadèmic: projectes d'investigació que inclouran la revisió de la literatura, construcció del marc teòric, hipòtesi, part empírica (si escau), discussió, resultats i conclusions.

El treball acadèmic consistirà en la redacció d'una memòria amb les característiques següents:

- L'extensió orientativa serà de 16.000 paraules (annexos i bibliografia no inclosos), sempre que el desenvolupament del treball no requereixi una altra maquetació, prèvia consulta amb el tutor.
- Redactada en català, castellà o anglès.

El treball professionalitzador de PER pot tenir dues formes:

- a) Cas pràctic: consistirà en:
 - Plantejament d'un cas pràctic (recull de peces periodístiques, pla d'empresa, pla de comunicació ?intern o extern?, etcètera).
 - Elaboració d'una memòria. L'extensió orientativa serà de 16.000 paraules (annexos i bibliografia no inclosos), sempre i quan el desenvolupament del treball no requereixi d'una altra maquetació, prèvia consulta amb el tutor.
 - Redactada en català, castellà o anglès.
- b) Creació d'un producte audiovisual o multimèdia de no-ficció (reportatges/documentals, programes televisius, programes radiofònics, pàgines web, etcètera), segons els requeriments fixats pel tutor en cada cas.

RESULTATS D'APRENTATGE:

R1. Ha adquirit coneixements avançats i demostrat una comprensió dels aspectes teòrics i pràctics i de la metodologia de treball en el seu camp d'estudi amb una profunditat que arribi fins a la vanguardia del coneixement.

R2. Sap desenvolupar, presentar i defensar un projecte integrat amb el perfil professional del grau.

R3. Té capacitat de recopilar i interpretar dades i informacions sobre les que fonamentar les seves conclusions incloent, quan sigui necessari i pertinent, la reflexió sobre els aspectes d'índole social, científica o ètica en l'àmbit del seu camp d'estudi.

R4. Sap comunicar a tot tipus d'audiències (especialitzades o no) de manera clara i precisa, coneixements, metodologies, idees, problemes i solucions en l'àmbit del seu camp d'estudi.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber apreciar la diversitat i multiculturalitat.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar en un equip interdisciplinari.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

Específiques

- Conèixer els fonaments teòrics, històrics i pràctics de la comunicació gràfica i del disseny editorial.
- Conèixer els mètodes i problemes de les diferents branques de la investigació de la comunicació en general i del periodisme en particular.
- Conèixer l'organització i gestió dels recursos tècnics, humans i pressupostaris per a una producció televisiva periodística.
- Conèixer les principals tendències culturals i els grups de la indústria cultural i comunicativa.
- Saber analitzar discursos polítics.
- Saber exposar els resultats de la recerca de manera oral, escrita, audiovisual o digital, de forma adequada d'acord amb els cànons acadèmics.
- Tenir capacitat i habilitat d'exposar raonadament idees a partir dels fonaments de la retòrica i de les aportacions de les noves teories de l'argumentació.
- Tenir capacitat per adoptar i mantenir punts de vista oberts i receptius, analitzant les peculiaritats culturals sense valorar automàticament i acríticament.
- Tenir consciència igualitària sobre les persones i els pobles i respecte pels drets humans internacionals, així com coneixement de les grans corrents culturals o civilitzadores en relació amb els valors fonamentals individuals i col·lectius.

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

Transversals

- Actuar amb esperit i reflexió crítica davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.
- 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.

- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.

CONTINGUTS:

Els continguts estaran en funció del plantejament del treball realitzat.

AVALUACIÓ:

L'avaluació del TFG és individual, és a dir, cada estudiant tindrà una nota, que pot ser o no igual a la resta de membres del grup.

S'avaluaran tant la presentació del treball formal com la defensa pública davant de tribunal.

El tribunal serà format per dos professors i/o professionals reconeguts del sector, un dels quals serà el tutor del treball.

El TFG es qualificarà de la següent manera:

- Defensa pública: 25 %.
- Pels treballs acadèmics: 75% la memòria.
- Pels treballs professionalitzadors: 35% la memòria i 40% l'obra presentada.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Quivy, R. i Campenhoudt, L. van (1997). *Manual de recerca en ciències socials*. Barcelona: Herder.
- Coromina, E; Casacuberta, X; Quintana, D; (2000) El treball de recerca. Procés d'elaboració, memòria escrita, exposició oral i recursos. Vic. Eumo Editorial.
- Ferrer, V; Carmona, M; Soria, V; (2012) El trabajo de Fin de Grado. Guia para estudiantes, docentes y agentes colaboradores. Barcelona. McGraw Hill.
- Rigo, A; Genescà, G; (2000) Tesis i Treballs. Aspectes formals. Vic. Eumo Editorial.
- Sancho, Jordi (2014). Com escriure i presentar EL MILLOR TREBALL ACADÈMIC. Guia pràctica per a estudiants i professors. Vic. Eumo Editorial.
- Com elaborar un treball acadèmic: <https://campus.uvic.cat/aules1415/mod/url/view.php?id=1982>.

Complementària

- Adorno, Th. W. (2001). *Epistemología y ciencias sociales*. Madrid, Cátedra i Universitat de València.
- Ander-Egg, E. (1987). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Humanitas.
- Berganza, M.R.; Ruíz San Román, J.A. (coord.) (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Bericat, E. (1998) *La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social. Significado y medida*. Barcelona: Ariel.
- Busquet, J.; Medina, A.; Sort, J. (2006). *La recerca en comunicació. Qué hem de saber? Quins passos hem de seguir?* Barcelona: UOC.

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

ASSIGNATURES OPTATIVES

Brand Building

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

OBJECTIUS:

Brand Building course focuses on challenges and opportunities of marketing new and existing products and services to the global marketplace. It builds on the knowledge acquired in previous Marketing and Advertising courses and applies key marketing and branding concepts in the international business context. It introduces students to international-level strategic and operational marketing tools and decision and influence techniques for building brands.

The course accomplishes its objectives through lectures, analyses and discussions of real business cases of actual global marketing issues, and through the establishment of a Brand's marketing and advertising strategy. It pays special attention to strategies used by international Brands. Specifically, the course analyzes the impact of cultural, economic, technological, political, and legal differences on the branding and marketing process.

On successful completion of this course students should be able to:

- Understand the nature of marketing strategy and its linkages to brand strategy vis-à-vis local and international companies.
- Develop analytical frameworks in the screening of national markets defining the key factors in the firm's internationalization process by evaluating the international business environment, stressing particularly the economic and cultural dimensions.
- Discuss the complexities and paradoxes that are prevalent in so many successful and failing international brands.
- Explore the tensions in adopting a global standardized Brand as opposed to a locally responsive brand in international marketing and relate these to the overall corporate strategy of companies.
- Consider ethical and social responsibility issues, in the development and implementation of the marketing strategy.

RESULTATS D'APRENTATGE:

Comprèn la naturalesa de l'estratègia de màrqueting i les seves connexions amb l'estratègia de marca, tant en empreses locals com internacionals.

Coneix les tècniques d'investigació de marca més significatives per al procés de construcció de les marques.

Defineix els factors claus en el procés de construcció de la marca.

Adquireix i demostra coneixements avançats dels aspectes teòrics i pràctics i de la metodologia de treball en els àmbits de la comunicació i els negocis internacionals.

Elabora informes i documents escrits (principalment de caràcter tècnic) amb correcció ortogràfica i gramatical en català, espanyol i anglès.

COMPETÈNCIES

Generals

- Respectar els drets humans.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitat per treballar en un context internacional.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.

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.

CONTINGUTS:

1. The Global Marketing Imperative.
2. Marketing Macro-environment: Socio-cultural and economic Marketing Macro-environment: Political and legal.
3. International Marketing Micro-environment: Competition. Suppliers. Customers.
4. Segmentation, targeting and positioning. Strategic Planning.
5. Product Management, Parfitt and Collins Model and Branding.
6. Marketing Research and Brand Value Discovery. The Total Brand Experience.
7. Pricing, Brand Value and Affordability.
8. Sales Management: The Brand Ambassadors and the Competitive War.
9. Brand Building and Advertising Process: Strategic Partners for Brand Building.
10. Promotional and Communication Strategies (1).
11. Promotional and Communication Strategies (2).
12. Brands Value Assessment, Share of Market and P&L.

AVALUACIÓ:

Regular term evaluation

The final grade will be determined by the weighted average of various continuous evaluation activities and a final exam.

Class participation

- Time period: Throughout the course
- Type of assessment: Comp
- Type of activity: Conceptual and synthesis
- Grouping: Individual
- Weight (%): 10%

Case discussions and case presentations

- Time period: Throughout the course
- Type of assessment: Comp
- Assessment agent: Teacher
- Type of activity: Application and synthesis
- Grouping: Individual, Group
- Weight (%): 10%

Group Marketing Plan partial submittals

- Time period: Every two weeks
- Type of assessment: Comp
- Assessment agent: Teacher, Self-evaluation, Co-evaluation
- Type of activity: Application and synthesis
- Grouping: Group
- Weight (%): 30%

Group Marketing Plan final submittal and oral presentation

- Time period: May 19th
- Type of assessment: Comp
- Assessment agent: Teacher
- Type of activity: Application and synthesis
- Grouping: Group
- Weight (%): 20%

Final Exam

(A minimum score of 4 is required)

- Time period: Exam week
- Type of assessment: Comp
- Assessment agent: Teacher
- Type of activity: Conceptual and synthesis
- Grouping: Individual
- Weight (%): 30%

Taking the final exam and obtaining a minimum score of 4 are necessary conditions in order to pass the course.

If the student does not obtain a minimum of 4 in the exam, the final grade will be the minimum between 4 and the average of the exam and the continuous evaluation elements.

Taking the final exam and obtaining a minimum score of 4 are necessary conditions in order to pass the course.

If the student does not obtain a minimum of 4 in the exam, the final grade will be the minimum between 4 and the average of the exam and the continuous evaluation elements.

IMPORTANT further specifications on grading and assignment rules:

Participation in this course is graded as a bonus. Participation grade can increase your final grade for no more than 1.0. Your participation mark will be based on your class contribution. Some of the behaviors that contribute to effective class participation are captured in the questions that follow:

- Is the participant a good listener?
- Are the points that are made relevant to the discussion? Are they linked to the comments of others?
- Do the comments add to our understanding of the situation?
- Do the comments show evidence of analysis of the case?
- Does the participant distinguish among different kinds of data (that is, facts, opinions, beliefs, concepts, etc.)?
- Is there a willingness to share?
- Is there a willingness to test new ideas, or are all comments "safe"? (For example, repetition of case facts without analysis and conclusions or a comment already made by a colleague.)
- Is the participant willing to interact with other class members?
- Do comments clarify and highlight the important aspects of earlier comments and lead to a clearer statement of the concepts being covered?

The questions above deal with both the process of class participation and (of equal or greater concern) the content of what you say. Please trust that both quality and frequency are important, but that quantity never can make up for low quality.

Please do not confuse participation with assistance. Having a perfect assistance record still may result in zero participation mark if you do not actively participate in the class discussions. However, if you do not assist to classes, then neither you can participate. Thus, if your assistance falls below 80% of all classes (6 or more absences), your participation will be set to zero irrespective of your contribution during the classes you were present at.

At the beginning of the term, you will self-form groups of 5 students that will develop a Company's Marketing Plan.

Although each group will get one mark, individual marks will be adjusted (upward or downwards) based on the 360° evaluation that you will have to complete during the final exam.

BIBLIOGRAFIA:

Basic bibliography

- Philip Kotler & K.C. Keller (2012). *Marketing Management*, 12th edition. Prentice Hall.
- Jean Noel Kapferer(2012). *The new Strategic Brand Management*, 5th edition. Kogan Page.
- Scott M. Davis (2002). *Brand Asset Management: Driving Porfitable Growth through your Brands*. Jossey-Bass.
- Czinkota, M. R. and Ronkainen, I. A. (2009). *International Marketing*, 9th edition. South-Western College Pub.

Teaching resources

- Power point slides for each session which will be uploaded in (Moodle platform).
- Articles related to subject.
- Business case studies.

Students are required to read all assigned cases and articles. Nevertheless, you will not need to buy or borrow any of these books to successfully complete the course.

Cross-Cultural Studies

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

OBJECTIUS:

This course interrelates cross-cultural communication, language and management skills.

It consists of talks by lecturers from the University of Vic about business culture and by intercultural trainers, consultants and visiting lecturers from foreign universities about the business culture of a specific country.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- To make students aware of their own culturally-induced behaviour.
- To help students develop understanding of the fact that all people exhibit culturally-conditioned behaviours.
- To develop students awareness of how culture affects people at work.
- To provide students with language and cross-cultural skills in order to develop empathy with cultural differences.
- To prepare students for interaction with people from cultures other than their own.
- To develop critical and intellectual discussion.
- To acquire pragmatic competence in cross-cultural business settings.

COMPETÈNCIES

Generals

- Respectar els drets humans.
- Saber apreciar la diversitat i multiculturalitat.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar en un context internacional.

Específiques

- Tenir capacitat per adoptar i mantenir punts de vista oberts i receptius, analitzant les peculiaritats culturals sense valorar automàtica i acríticament.
- Tenir consciència igualitària sobre les persones i els pobles i respecte pels drets humans internacionals, així com coneixement de les grans corrents culturals o civilitzadores en relació amb els valors

fonamentals individuals i col·lectius.

- Tenir habilitats per mantenir relacions interculturals eficaces.

Bàsiques

- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

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.

CONTINGUTS:

Part 1

Introductory sessions to Business Culture (University of Vic)

- The effects of Culture on Business in the global world.
- How the vision of culture has changed across time. Historical perspective.
- The meaning of culture. Business and culture.
- Critical review of concepts and definitions (Hall, Hoffstede, Trompenaars, and Richard D. Lewis).
- Nationalism and culture.
- Cultural stereotypes.
- Culture and verbal and non-verbal interaction.
- Language conventions and culture.
- Directness and indirectness in cross-cultural communication.
- Face.

Part 2

International business culture. Visiting Lecturers should introduce the business peculiarities of different specific areas or regions and explain the way of doing business through their own culture. The talks should cover the following topics:

- Introduction to the culture of the area (cultural images and symbols: personalities, architectural features, popular images, music...) and a short historical perspective of its business culture.
- Examining values and attitudes: commercial values (advertisements and commercials).
- Attitudes and values at work: hierarchies, status, approach to work, negotiation, etc.
- Employment (jobs which pay an hourly wage, jobs with prestige, facts about working hours, benefits or extras e.g. health insurance, qualifications required, etc.) shopping, housing, dating.
- Meetings and negotiations.
- Verbal and non-verbal communication (greetings, introductions, gestures, space conception, etc.) in the business world.

AVALUACIÓ:

Students are required to pass a test after the introductory sessions, which will account for a 30% of the final mark.

Besides, students will be asked to write a group assignment (two or three students) on one of the topics dealt with during the course. Students will hand out their written assignment at the end of the course and will carry out a ten-minute oral presentation commenting on the main points of the assignment and the main

conclusions. This group assignment will account for a 70% of the final mark. Students will be assessed on their critical insight into the matter and their cultural sensitivity.

80% of total attendance to classes and active participation in the course is a compulsory requirement to be assessed.

BIBLIOGRAFIA:

- Camerer, Rudi (2012) . *Intercultural competence in business English*. Cornelsen.
- Manuela Guilherme, Evelyne Glaser and María del Carmen Méndez-García (2010). *The Intercultural dynamics of multicultural working*. Bristol: Multilingual Matters.
- Bowe, Heather (2007). *Communication across cultures: mutual understanding in a global world*. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.
- Lewis, Richard D. (2005). *When cultures collide: leading across cultures*. Boston: Nicholas Brealey Pub.
- Trompenaars, Alfons (2004). *Marketing across cultures*. Chichester: Capstone
- Trompenaars, Alfons (2003). *Business across cultures*. Chichester: Capstone, 2003.
- Gibson, Robert (2002). *Intercultural business communication*. Oxford; New York: Oxford University Press.
- Michael Byram, Adam Nichols and David Stevens (ed.) (2001). *Developing intercultural competence in practice*. Clevedon: Multilingual Matters, cop. 2001.
- Lewis, Richard D. (2000). *When cultures collide: managing successfully across cultures*. London: Nicholas Brealey, 2000.
- Trompenaars, Alfons (1997). *Riding the waves of culture: understanding cultural diversity in business*. London: Nicholas Brealey, 1997.
- Roger E. Axtell (1993). *Do's and taboos around the world*. New York: John Wiley & sons, 1993.

Documentary Workshop

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

OBJECTIUS:

L'assignatura té un plantejament teòric amb sessions de pràctica tècnica que tenen com a finalitat aconseguir que l'alumne comenci a desenvolupar competències de manera efectiva dins el gènere de la no ficció documental. La part teòrica comprèn el plantejament d'assolir uns sòlids coneixements respecte les diferents èpoques i moviments que han influenciat el cinema documental, i la part pràctica comporta l'elaboració d'un projecte relacionat amb un dels gèneres associats a la temàtica documental (assaig, reportatge i/o documental).

RESULTATS D'APRENTATGE:

-
- Adquirir criteris narratius i expressius.
 - Adquirir habilitats creatives per a la posada en forma d'un guió.
 - Adquirir mètodes de treball per a la direcció i l'autoria en el gènere documental.
 - Adquirir habilitats professionals per al treball en equip.
 - Desenvolupar el sentit artístic i ampliar els fonaments culturals.
 - Adquirir fonaments teòrics al voltant dels gèneres de la no ficció audiovisual i interactiva.

COMPETÈNCIES

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

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 d'adquirir una formació integral que permeti aprendre i viure en un context de diversitat lingüística, amb realitats socials, culturals i econòmiques molt diverses.
- Mostrar habilitats per a l'exercici professional en entorns multidisciplinaris i complexos, en coordinació amb equips de treball en xarxa, ja sigui en entorns presencials o virtuals, mitjançant l'ús informàtic i informacional de les TIC.

CONTINGUTS:

Programa teòric d'Història del Gènere Documental

1. Fundació de les pel·lícules de no ficció i inicis del gènere documental (1820-1933). Finals del segle XIX i principis del segle XX:
 - El naixement del gènere a França i als Estats Units. Louis Lumiere i el cinematògraf. (Profeta).
 - L'època de les expedicions socioetnogràfiques. La finalitat antropològica en el cinema documental. Robert Flaherty i el primer documental de la història. (Explorador).
 - Les notícies documentades durant els primers anys del segle XX a Rússia. La finalitat ideològica en el cinema documental. Dziga Vertov s'avança al seu temps a partir de la innovació estilística. (Reporter).
 - Les avantguardes dels anys 20 i 30 plasmades en el documental. La finalitat estètica en el cinema documental. Ruttman, Vigo, Ivens i les simfonies de les grans ciutats. (Pintor).
2. Pel·lícules documentals que canvien el món i el gènere durant la Segona Guerra Mundial. Primera meitat del segle XX:
 - El moviment documental britànic i la figura de John Grierson. La finalitat social en el cinema documental. Riefenstahl i el documental de propaganda nazi. El gènere a altres països. (Advocat).
 - El documental durant la Segona Guerra Mundial. La finalitat patriòtica i exaltadora en el cinema documental. Humphrey Jennings, director de guerra. (Toc de clarinet).
 - L'època de postguerra per al documental. La finalitat probatòria i acusatòria del cinema documental. (Fiscal acusador).
 - Pel·lícules properes a l'art i al neorealisme. La finalitat artística i poètica del llenguatge documental. les aportacions d'Arne Sucksdorf i Bert Haanstra. (Poeta).
3. El documental després de la Segona Guerra Mundial. Segona meitat del segle XX:
 - L'accés als arxius històrics i la reconstrucció de la memòria: la crònica històrica posterior a la Segona Guerra Mundial. La finalitat històrica en el cinema documental. Jean Rouch. (Cronista).
 - El patrocini de les empreses industrials i comercials privades. La finalitat promotora en el cinema documental. La companyia Shell i el maccartisme. (Promotor).
 - El moviment del free cinema a la Gran Bretanya i el cinema directe nordamericà. La finalitat observadora del cinema documental. Robert Drew, Richard Leacock i Fred Wiseman. (Observador).
 - El moviment del cinema vérité a França. la finalitat sociològica en el cinema documental. Jean Rouch, Edgar Morin i Mario Ruspoli. (Agent catalitzador).
4. El documental contemporani fins a l'actualitat. Segona meitat del segle XX i principis del segle XXI:
 - Documentals politicomilitants de resistència. La finalitat reivindicadora en el cinema documental. John Alpert i la producció videogràfica. (Guerriller).
 - Tradicionalisme i experimentació: el documental contemporani i les noves tendències. (Moviment).
 - El cas d'Espanya i de Catalunya: des dels inicis fins a l'actualitat.

Programa pràctic del Taller

Processos de producció / Fases

1. La preproducció / Abans:
 - Idea.
 - Guió (literari, final i storyboard).
 - El productor: pressupost.
 - El realitzador: direcció artística del projecte.
2. La producció o rodatge / Durant:
 - Fonaments del discurs visual: unitats narratives (pla, escena i seqüència), les transicions visuals (tall, encadenat, fos...), la continuïtat o el raccord i l'eix d'acció.
 - Fonaments del discurs sonor: funcions del so, la visualització del so, els efectes sonors, la música, el silenci. etc.
3. La postproducció / Després:

- L'edició: el muntatge i el ritme de la narració.
- La interacció multimèdia. Noves formes de presentació dels productes audiovisuals.
- La comercialització: dossiers de premsa, dossiers tècnics i festivals internacionals de cinema.
- El cas del documental multimèdia interactiu i formes de no ficció interactives per la xarxa.

AVALUACIÓ:

Els estudiants podran tenir dos tipus d'avaluació. Podran puntuar per avaluació continuada els i les estudiants que segueixin el curs, és a dir, que no faltin injustificadament a més d'un 20% de les classes. Aquests estudiants hauran de presentar a final de curs i en grups de 2 persones (o més si s'escau a la naturalesa del projecte) un projecte sencer de documental, format pels documents següents:

- Projecte del programa: introducció, idea, sinopsi, argument, guió, característiques tècniques, oportunitats de comercialització, pla de promoció i pressupost.
- Peça enregistrada del documental/reportatge/assaig (durada variable).

Els qui no facin avaluació continuada tindran un examen teòric el dia que marqui la coordinació de la llicenciatura on entraran els diversos temes del programa i preguntes sobre la bibliografia bàsica.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- 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.

Complementària

- Cerdan, Josetxo; Torreiro, Casimiro. *Documental y vanguardia*. Madrid: Càtedra, 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 1895-1945*. Barcelona: Ariel, 2002.
- Soler, Llorenç. *El reportatge i el documental televisiu*. Barcelona: Edicions 1992.
- Weinrichter, Antonio. *Desvíos de lo real*. Madrid: I&B Editores, 2004.

Global Communication Strategies

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

OBJECTIUS:

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

By the end of the semester, the readings, lectures, individual and group assignments that you and your class members prepare should enable you to:

1. understand the major concepts of global advertising and their importance of global marketing activities in the world;
2. examine the current state of global and cross-cultural advertising in terms of its magnitude and the major advertising agencies involved;
3. recognize the potential influence of cultural factors on global and cross-cultural advertising;
4. distinguish between the ways that advertising agencies function in developed, developing and lesser developed nations;

5. identify the issues facing global and cross-cultural managers with respect to setting objectives and budgets, conducting research, selecting and purchasing media, creating and executing advertising messages;
6. understand the ethical concerns, regulatory environments, and issues of corporate responsibility raised by the globalization of advertising.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitat per treballar en un context internacional.

Específiques

- Tenir capacitat de prestar assessorament en temes de comunicació i màrqueting.

Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.

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.
- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.

CONTINGUTS:

Integrated Marketing Communications

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 components of an integrated marketing communications program?
5. What does the term GIMC mean?

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?

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?

AVALUACIÓ:

Course Evaluation

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

- Class Participation: 10%.
- Case Study & Analysis: 15%.
- Individual Presentation: 15%.
- Group Presentation: 20%.
- Midterm Examination: 20%.
- Final Examination: 20%.

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

Examinations

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

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

BIBLIOGRAFIA:

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

Global Marketing

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

OBJECTIUS:

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

On completion of the course students should have a clear understanding of the use of marketing tools in an international environment. Students are expected to develop an international marketing plan that will include the analysis of all the factors that may influence the entrance of a new product or service into a foreign market. The results of the marketing plan will be presented both orally and in a written form.

COMPETÈNCIES

Generals

- Respectar els drets humans.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitat per treballar en un context internacional.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

Específiques

- Conèixer i usar correctament de forma oral i escrita l'anglès com a forma d'expressió professional en els mitjans de comunicació.

Bàsiques

- 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.
- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.

CONTINGUTS:

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)

AVALUACIÓ:

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

BIBLIOGRAFIA:

- 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.

Internal Communication

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Anglès

OBJECTIUS:

Entendre els elements principals de la comunicació interna, identificar els seus actors i els processos de comunicació en un context de les relacions públiques, aplicació dels coneixements assenyalats en l'elaboració de pràctiques concretes.

RESULTATS D'APRENTATGE:

El resultat de cadascuna de les parts de l'assignatura pretenen que l'estudiant pugui:

- Identificar els actors que intervenen a la comunicació interna.
- Adaptar la comunicació interna a la realitat de cada organització.
- Relacionar les diverses eines dintre dels processos de comunicació interna.
- Comprendre la importància de disposar d'elements de comunicació interna.
- Utilitza adequadament el llenguatge oral (verbal y no verbal) en la interacció personal i professional en català, espanyol i anglès.
- Assolir un coneixement general sobre com es realitza un pla de comunicació interna.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de lideratge.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitats interpersonals.

- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

Específiques

- Conèixer els processos informatius i comunicatius, així com les principals corrents i teories que els formalitzen i critiquen des d'un punt de vista conceptual, metodològic i investigador.
- Conèixer i saber gestionar les eines de la comunicació empresarial i institucional en els àmbits intern i extern.
- Conèixer l'estructura dels mitjans de comunicació i els seus principals formats com a expressions de les formes de vida i de les seves cultures, en la seva relació amb els contextos socials i els seus canvis.
- Conèixer l'estructura, el funcionament i la gestió de l'empresa de comunicació.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.
- Tenir capacitat de prestar assessorament en temes de comunicació i màrqueting.

CONTINGUTS:

1. Comunicació interna i gestió de les persones.
2. Cultura empresarial.
3. Eines de comunicació interna.
4. Planificació de la comunicació interna.

AVALUACIÓ:

- El 40% activitats individuals, el 20% pràctiques en grup i el 40% restant s'obté d'un treball de l'assignatura en grup, al final del quadrimestre (pla de comunicació interna).
- La presentació dels treballs és obligatòria per poder accedir a la realització de la prova teòrica.
- Per poder aprovar l'assignatura i fer la mitjana, cal aprovar la prova teòrica, les pràctiques i el treball de l'assignatura.
- En cas de que no s'entreguin les pràctiques en el dia assenyalat serà igual a tenir un 0.
- No hi ha repesca.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Arranz Juan Carlos. *Gestión de la identidad empresarial y su impacto sobre los resultados*. Barcelona: Gestión 2000, 1997, 168 pp.
- Costa Juan. *Comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de gestión*. Barcelona: Paidós, 1999. 161 pp.
- Del Pozo, Marisa. *Cultura empresarial y comunicación Interna. Su influencia en la gestión estratégica*. Editorial Fragua, 1997. 227 pp.
- Grunig, James; Hunt, Todd. *Dirección de relaciones públicas*, 2a ed. Barcelona: Gestión 2000, 2002. 757 pp.
- Pérez, Rafael Alberto. *Estrategias de comunicación*, 4a ed. Barcelona: Ariel, 2008. 730 pp.
- Villafañe, Justo. *Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid: Pirámide, 1993. 341 pp.
- Arroyo, Luis; Yus Magali (2007). *Los cien errores de la comunicación de las organizaciones*. Madrid: ESIC Editorial.

Complementària

- Lucas Antonio. *La comunicación en la empresa y las organizaciones*. Barcelona: Bosch, 1997. 236 pp.
- Sanz de la Tajada, Luis. *Integración de la identidad y la imagen de la empresa: desarrollo conceptual y aplicación práctica*. Madrid: ESIC, 1994, 302 pp.
- Somoza, Fernando. *Director de comunicación*. Editorial Edipo, 1993. 292 pp.
- Van Riel, Cees. *Comunicación corporativa*. Prentice Hall, 1997. 244 pp.
- Adamo, O., García, V.; Freideiberg, F. *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid: McGrawHill, 2007.

International Affairs

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

OBJECTIUS:

The objective of this course is to provide students with an understanding of world events, encouraging analytical and critical 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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- 1) Students are expected to develop a full understanding of the dynamics of the international system and to process knowledge and critically analyse world events.
- 2) Students are expected to gain and show advanced knowledge of theoretical and practical aspects and of the work methodology in the fields of communication and international business.
- 3) Students are expected to analyse their field of knowledge in the national and international context.
- 4) Students will develop communication skills and improve debating skills.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitat per treballar en un context internacional.

Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.

Transversals

- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.

CONTINGUTS:

1. Course profile
2. Key concepts in International Relations
3. Theories: Realism, Liberalism, Critical approaches (Marxism, poststructuralism, feminism,...)
4. Mapping conflicts: levels of spatial analysis
5. Major actors in IR: states, intergovernmental organizations, transnational organizations
6. Identity and Culture
7. Power and 21st century world order
8. War and peace
9. Terrorism
10. Global challenges

AVALUACIÓ:

- ? 1. Participation in class and seminars: 20%
- 2. Presentation 1 (in groups): 20%
- 3. Presentation 2 (in groups): 30%
- 4. Two written tests: 30%

BIBLIOGRAFIA:

- Key bibliography
 - Heywood, Andrew. Global politics. New York: Palgrave Macmillan, 2014.
 - Huntington, Samuel P. The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order, New York: Simon & Schuster, 1996.
 - Huntington, Samuel Phillips (Summer 1993). «The Clash of Civilizations?». Foreign Affairs, vol. 72, no. 3. Consulted on 24th January 2018 at [http://bev.berkeley.edu/Ethnic%20Religious%20Conflict/Ethnic%20and%20Religious%20Conflict/20045621%20\(1\).pdf](http://bev.berkeley.edu/Ethnic%20Religious%20Conflict/Ethnic%20and%20Religious%20Conflict/20045621%20(1).pdf)
 - Wilkinson, Paul: International Relations. A Very Short Introduction. Oxford: OUP, 2007.
- Additional bibliography
 - Harari, Yuval Noah. Sapiens: A Brief History of Humankind. US: HarpersCollins Publishers, 2015.
 - Kaplan, Robert D. The Revenge of Geography: What the Map Tells Us About Coming Conflicts and the Battle Against Fate. New York: Random House, 2012.
 - Lundestad, Geir. East, West, North, South: Major Developments in International Politics since 1945. London & Thousand Oaks & New Delhi & Singapore: Sage Publications Ltd (7 edition), 2014
 - Marshall, Tim. Prisoners of Geography. Elliott & Thompson Limited, 2015.

International Journalism

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

OBJECTIUS:

L'objectiu principal d'aquesta assignatura és treballar els instruments necessaris per desenvolupar la tasca de periodista d'informació europea/internacional en una redacció d'un mitjà generalista o bé especialitzat. Es complementa l'assignatura amb el coneixement de l'actualitat mundial, coneixements sobre la integració europea, comprensió dels esdeveniments i desenvolupament de la capacitat de situar un fet dins el seu context.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Identificar els principals actors de la política internacional.
- Entendre l'agenda mediàtica dels diversos països, sabent de la importància que cada societat atorga a un mateix esdeveniment.
- Conèixer la història i el funcionament de la Unió Europea.
- Conèixer les principals feines del corresponsal i l'estructuració d'una secció d'internacional d'un mitjà de comunicació en premsa, ràdio i televisió.
- Aprofundir en les característiques dels gèneres periodístics (premsa, ràdio i televisió) per a poder informar sobre temes d'internacional. Entendre les tècniques específiques. Aconseguir dominar la tècnica de l'anàlisi com a base per a la interpretació dels fets.
- Diferenciar entre el llenguatge bel·ligerant i un llenguatge propi del "periodisme de Pau" en la redacció de la informació de conflictes bèl·lics.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitats interpersonals.

Específiques

- Conèixer i usar correctament de forma oral i escrita l'anglès com a forma d'expressió professional en els mitjans de comunicació.
- Conèixer l'estat del món i la seva evolució històrica recent, així com comprendre els seus paràmetres bàsics (polítics, econòmics i culturals).
- Conèixer la realitat sociocomunicatives de la Comunitat Autònoma (estructura, polítiques i funcionament) en el context espanyol, europeu i mundial.
- Saber analitzar discursos polítics.
- Saber cercar, contrastar i jerarquitzar la informació periodística.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.
- Tenir capacitat i habilitat per al·l'exercici de les principals tasques periodístiques, desenvolupades a través d'àrees temàtiques, aplicant gèneres i procediments periodístics.

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

Transversals

- 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:

1. Els reptes del món actual. Cap on anem?

La postguerra mundial i l'objectiu de la unitat d'Europa. El context internacional i l'inici de la Guerra Freda per entendre la integració europea; desenvolupament i evolució del procés d'integració de la Unió Europea des dels 6 primers Estats membres als actuals 27. Revolucions i context actual. Diversitat cultural i conflictes.

2. Marc institucional de la Unió Europea: origen, desenvolupament i evolució.

La construcció europea a través dels tractats. Analitzarem des dels tractats bàsics CEE, CECA, EURATOM; les modificacions posteriors, l'Acta Única i el tractat de Niça, fins al projecte de Constitució i els seus desenvolupaments posteriors.

3. La UE i els altres espais supraregionals.

La política exterior espanyola i la política exterior europea. Relacions entre la UE i altres espais supraregionals. Conflictes internacionals i el paper de la UE/EUA. Qui marca l'agenda de la política internacional? Qui són els actors?

4. Accés a la informació i documentació internacional: fonts i corresponsals.

Com accedir a les fonts i documents comunitaris i el seu ús. La UE i les xarxes socials. La feina del corresposnal estranger a la UE i en altres parts del món.

5. Anàlisis de la informació internacional.

La secció d'internacional en els mitjans de comunicació. Tractament divers dels temes de la secció, periodisme de guerra/periodisme de Pau. Característiques específiques dels gèneres periodístics en relació a la informació internacional (premsa, ràdio, televisió i Internet). Els programes RTV sobre Europa.

AVALUACIÓ:

- Lectures recomanades, exercicis a classe: 30%.
- Reportatge final: 30%.
- Crítica de llibre: 30%.
- Intervencions a classe: 10%.

BIBLIOGRAFIA:

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

Leadership, Business and Society

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

OBJECTIUS:

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

On completion of the course, students should have a clear understanding of company organisation and the role of the firm within society. Students will also be expected to have developed tools of critical analysis, communication and problem-solving.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitat per treballar en un context internacional.

Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.

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.

CONTINGUTS:

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

AVALUACIÓ:

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

BIBLIOGRAFIA:

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

Periodisme Cultural

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

OBJECTIUS:

Aquesta assignatura pretén: posar les bases teòriques del que entenem com a cultura en el sentit més ampli del terme (cinema, arts escèniques, música, literatura, arts visuals...); analitzar els mitjans de comunicació i les polítiques culturals; practicar els diferents gèneres periodístics aplicats a la cultura; y practicar la difusió de la cultura en els diferents mitjans.

RESULTATS D'APRENTATGE:

-
- Assoleix una base teòrica que li permet reconèixer els trets fonamentals de la cultura entesa en el sentit més ampli i analitza els mitjans de comunicació i les polítiques culturals.
 - Sap utilitzar les eines bàsiques de la redacció periodística orientada a la difusió dels esdeveniments culturals.
 - És capaç de difondre i/o comentar productes culturals als diferents mitjans periodístics.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.

Específiques

- Aprendre a reflexionar de manera crítica sobre el valor de la diversitat cultural i el seu reflex en els mitjans de comunicació.
- Conèixer les principals tendències culturals i els grups de la indústria cultural i comunicativa.
- Tenir capacitat i habilitat d'exposar raonadament idees a partir dels fonaments de la retòrica i de les aportacions de les noves teories de l'argumentació.

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

Transversals

- 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:

1. Introducció
 1. Conceptes de cultura, subcultura i contracultura
 2. Nivells de cultura
 3. Cultura mediàtica i la seva evolució. Cultura de masses
 4. Relació cultura i indústria cultural
 5. Polítiques culturals
2. Periodisme cultural
 1. Concepte i límits del periodisme cultural
 2. La professió
 3. El llenguatge
 4. Fonts del periodisme cultural
3. Gèneres de la informació cultural. Pautes per a la praxi
 1. La notícia
 2. La crònica
 3. El reportatge
 4. L'entrevista
 5. El documental
 6. La crítica, la ressenya i l'agenda
 7. Altres: la biografia, la necrològica i l'efemèride
 8. El suplement cultural
4. Informació cultural: estrenes, festivals, fires, premis, indústria, promoció general... Pautes per a la recerca
 1. Informació cultural del cinema
 2. Informació cultural de les arts escèniques
 3. Informació cultural de la música
 4. Informació cultural de la literatura
 5. Informació cultural de les arts visuals
5. Informació cultural des dels diferents mitjans
 1. Premsa escrita: diaris i revistes especialitzades
 2. Ràdio: divulgació informativa i programes culturals
 3. Televisió: divulgació informativa i programes culturals
 4. El periodista cultural on-line
6. Consideracions sobre la pràctica del periodisme cultural al segle XXI (a partir dels treballs exposats a classe)

AVALUACIÓ:

L'avaluació consta de 3 parts:

- L'assistència a classe tindrà un valor del 10% de la nota final.
- S'avaluaran els continguts parcials mitjançant debats, recerques, elaboració de textos i anàlisis de produccions culturals. Aquests continguts tindran un valor del 60% de la nota final.
- Al final del quadrimestre es farà una prova escrita per avaluar el grau de coneixement 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:

- AA.VV. (2007). *Mutantes. Narrativa española de la última generación*. Córdoba: Berenice.
- ACOSTA, J. (1973). *Periodismo y literatura*. Madrid: Guadarrama.
- AGEE, J. (2001). *Escritos sobre cine*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- AREND, H.; FINFIELKRAUT, A. (1989). *La crisis de la cultura*. Barcelona: Pòrtic.
- ARMAÑANZAS, E. (1996). "La cultura, una parcela para periodistas especializados". *Leoia: Revista Zer*. Universidad del País Vasco.
- BARNOW, E. (1996). *El documental. Historia y estilo*. Barcelona: Gedisa.
- BOUZADA FERNÁNDEZ, X. (1999). *Políticas culturales y sociedad democrática*. Barcelona: Asociación Española de la Sociología de la Cultura y de las Artes.
- BUSQUET, J. (1998). *El sublim i el vulgar. Els intel·lectuals i la cultura de masses*. Barcelona: Proa.
- CANTAVELLA, J. (1996). *Manual de la entrevista periodística*. Barcelona: Ariel.
- CASASÚS, J.M.; NÚÑEZ LADEVÉZE, L. (1991). *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel.
- COUSINS, M. (2005). *Historia del cine*. Barcelona: Blume
- DAVIS, P. (1980). *Diccionario del teatro: dramaturgia, estética, semiología*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- FERNÁNDEZ MALLO, A. (2009). *Postpoesía. Hacia un nuevo paradigma*. Barcelona: Anagrama.
- FERNÁNDEZ PORTA, E. (2007). *Afterpop. La literatura de la implosión mediática*. Córdoba: Berenice.
- GOFFMAN, K. (2005). *La contracultura a través de los tiempos. De Abraham al acid-house*. Barcelona: Anagrama.
- GÓMEZ PÉREZ, R. (1996). *La cultura a través del cine*. Madrid: El Drac
- GOMIS, L. (1983). "Literatura y periodismo". Madrid: *Boletín Informativo de la Fundación Juan March*, nº 132.
- GROSENICK, U.; RIEMSCHEIDER, B. (1999). *Art Now*. Köln, London, Los Angeles, Madrid, París, Tokio: Taschen.
- GUARNER, J.L. (1994). *Autorretrato del cronista*. Barcelona: Anagrama.
- GUASCH, A.M. (coordinadora) (2003). *La crítica de arte. Historia, teoría y praxis*. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- INGLEHART, R. (1991). *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid: CIS.
- JULIÀ, I. (2005). *Pulp-Rock. Artículos y entrevistas (1982-2004)*. Lleida: Milenio.
- KAYSER, W. (1965). *Interpretación y análisis de la obra literaria*. Madrid: Gredos.
- MARTÍN SERRANO, M. (coordinador) (1979). *Cultura en el periodismo*. Madrid: Fundación Juan March.
- MESTRE, D. (2008). *Arte, cultura e impostura*. Reus: Comissariat Associació.
- MILLER, T.; YÚDICE, G. (2004). *Política cultural*. Barcelona: Gedisa.
- MIZOEFF, N. (2004). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, L. (1995). *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona: Ariel.
- PARDO, J.L. (2007). *Esto no es música. Introducción al malestar en la cultura de masas*. Barcelona: Galaxia Gutenberg. Círculo de Lectores.
- RIVERA, Jorge B. (2003). *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós. Estudios de Comunicación.
- SALVAT, R. (1982). *Historia del teatro moderno*. Barcelona: 1982.
- SAND, S. (2004). *El siglo XX en pantalla*. Barcelona: Editions du Seuil.
- SILVESTER, C. (1997). *Las grandes entrevistas de la historia (1959-1992)*. Madrid: El País Aguilar.
- SODRÉ, M. (1998). *Reinventando la cultura. La comunicación y sus productos*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- TUBAU, I. (1982). *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Barcelona: ATE. Textos de Periodismo.
- VILA-SANJUÁN, S. (2004). *Crónicas culturales*. Barcelona: Debolsillo.

Periodisme Esportiu

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

OBJECTIUS:

El periodisme esportiu és un dels àmbits amb més auge en els últims anys dins del sector de la comunicació. Els mitjans de comunicació han apostat pels continguts esportius per poder ser líders en el mercat i establir les seves estratègies comercials per poder lluitar amb la competència. Per això, el periodisme esportiu esdevé essencial per conèixer el funcionament dels mitjans de comunicació.

Aquesta assignatura pretén apropar a l'estudiant a aquesta especialitat i té com a objectius principals els següents.

1. Conèixer la història de l'esport i el periodisme esportiu i la seva relació.
2. Analitzar el tractament que es fa de l'esport als diferents mitjans de comunicació (premsa, ràdio, televisió i Internet).
3. Familiaritzar l'alumne amb les tècniques professionals per tal que sigui capaç de treballar en l'àmbit del periodisme esportiu.

RESULTATS D'APRENTATGE:

En acabar el curs de Periodisme Esportiu l'estudiant haurà assolit els següents coneixements:

1. Relacionar els actors del món de l'esport amb els seus principals esdeveniments històrics i socials.
2. Redactar i produir continguts per a seccions especialitzades d'esports, sigui en premsa, ràdio o televisió.
3. Analitzar i ser crític amb els continguts esportius produïts pels mitjans de comunicació, siguin d'àmbit generalista o especialitzat.
4. Reflexionar sobre l'esport des d'un punt de vista crític en relació a la seva importància social.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.

Específiques

- Aprendre a crear i organitzar una agenda de contactes i fonts d'informació.
- Conèixer l'estat del món i la seva evolució històrica recent, així com comprendre els seus paràmetres bàsics (polítics, econòmics i culturals).
- Conèixer la realitat sociocomunicatives de la Comunitat Autònoma (estructura, polítiques i funcionament) en el context espanyol, europeu i mundial.
- Saber cercar, contrastar i jerarquitzar la informació periodística.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.
- Saber tractar la informació de forma divulgativa de valors associats als drets fonamentals, la igualtat de gènere, accés universal i diversitat cultural.
- Tenir capacitat i habilitat per al·l'exercici de les principals tasques periodístiques, desenvolupades a través d'àrees temàtiques, aplicant gèneres i procediments periodístics.

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

Transversals

- 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 conèixer en un context de diversitat lingüística, amb realitats socials, culturals i econòmiques molt diverses.

CONTINGUTS:

1. L'esport i el periodisme esportiu es realimenten.
2. La història de l'esport (1). Els pioners.
3. Conferència de Jaime Arias.
4. La història de l'esport (2). Els professionals.
5. La història de l'esport (i 3). Els cracs mediàtics.
6. La història del periodisme esportiu (1). Premsa escrita.
7. La història del periodisme esportiu (2). Ràdio i Televisió.
8. Col·loqui amb el doctor Joaquín Marín.
9. La història del periodisme esportiu (i 3). Internet
10. El periodisme esportiu a la societat actual (1). Els esportistes com a models socials. L'esport com a fenomen de cohesió social i nacional.
11. El periodisme esportiu a la societat actual (i 2). Els valors inherents a l'esport, avui; quins valors promou l'esport?
12. El llenguatge esportiu.
13. Els departaments de comunicació.
14. L'esport i el periodisme esportiu a l'era de la globalització. Reptes.

AVALUACIÓ:

- No hi haurà examen final. L'avaluació serà contínua. Consistirà en la presentació de 10 pràctiques; per ser avaluat, l'alumne n'haurà de presentar un mínim de 7, tenint en compte que les pràctiques 1, 3, 4, 7 i 9 són obligatòries. Aquestes 10 pràctiques representaran un 40 per cent de la nota final. Les pràctiques es lliuraran al correu electrònic del professor en la data límit establerta (en un document word que haureu d'anomenar de la següent manera a partir del següent model: inicialdelnomcognomUVicPE00.doc. Per exemple: JSanfeliuUVicPE01.doc, en el cas de la primera pràctica de l'alumne Jordi Sanfeliu).
- No s'avaluaran els treballs presentats posteriorment a la data límit establerta. Les pràctiques hauran de tenir 45 línies de 70 espais (3.150 caràcters amb espais).
- Com a treball de final de curs, l'alumne haurà de presentar una entrevista a una persona vinculada amb el món de l'esport (20 per cent de la nota final) i un reportatge (30 per cent de la nota). El dia 17 d'octubre, l'alumne haurà d'haver comunicat per escrit al professor tant l'entrevista com el reportatge, amb una exposició de motius, que li hauran de ser aprovats. Tant l'entrevista (2 pàgines) com el reportatge (4 pàgines) s'hauran de presentar correctament maquetats el dia 25 de gener de 2012, com a data límit.
- El 10 per cent restant sortirà d'una valoració personal en funció del treball fet en els tallers de pràctiques i l'assistència i intervenció a classe.

BIBLIOGRAFIA:

- Artells, Joan Josep. *Barça, Barça Barça. FC Barcelona, esport i ciutadania*. Barcelona: Laia, 1972.
- Boniface, Pascal. *Football et mondialisation*. Armand Colin, 2010.
- Boniface, Pascal. "El fútbol, fenómeno global por excelencia". A *La Vanguardia Dossier: El poder del fútbol*, núm. 20. Barcelona: La Vanguardia Ediciones, 2006. p 6 -16.
- Burguet, Francesc. *Els diaris de la Rambla. Memòries del periodista Lluís Aymamí i Baudina (1899 - 1979)*. Barcelona: Diputació de Barcelona i Col·legi de Periodistes de Catalunya, 1997.
- Burns, Jimmy. *Barça, la passió d'un poble*. Barcelona: Empúries, 1999.
- Espar, Xesco. *Jugar con el corazón. La escelencia no es suficiente*. Barcelona: Plataforma Editorial, 2010.
- Foe, Frnklin. *El mundo en un balón. cómo entender la globalización a través del fútbol*. Barcelona: Debate, 2004.
- Ginesta, X. *Les tecnologies de la informació i la comunicació i l'esport: una anàlisi de la primera divisió espanyola de futbol (2001 - 2008)*. Tesi doctoral. UAB, 2009.
- Kuper, Simon. *Footgall againts the Enemy*. Great Britain: Orion, 1994.
- MacClancy, Jeremy (ed.). *Sport, Identity and Ethnicity*. Oxford: Berg. 1996.
- Moragas de, Miquel. *Cultura, símbols i Jocs Olímpics: la mediació de la comunicació*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1992.
- Nello, Antoni (coord.) *Vers un codi ètic de l'esport*. Barcelona: Ethos Ramon Llull, 2004.
- Palau, Goretti. *Gabinets de comunicació. Periodistes a l'altra banda*. Barcelona: Pòrtic, 2003.
- Pujadas, Xavier i Santacana, Carles. *Història il·lustrada de l'esport a Catalunya*. Barcelona: Empúries, 1994.
- Pujadas, Xavier i Santacana, Carles. *L'esport és notícia. Història de la Premsa Esportiva a Catalunya (1880 - 1992)*. Barcelona: Diputació de Barcelona i Col·legi de Periodistes de Catalunya, 1997.
- Pujadas, Xavier i Santacana, Carles. "De club esportiu a símbol del catalanisme. El Barça (1915-1925)". A: *L'Avenç*, 238 (juliol - agost de 1999).
- Pujadas, Xavier. "Els orígens de l'esport a la Catalunya contemporània: entre la modernització del lleure i la massificació (1870 - 1936)". A: Santacana, Carles (ed.). *L'esport a Catalunya*. Barcelona: Fundació Lluís Carulla, 2008. p. 13 - 28.
- Salvador Duch, Jordi. *Futbol, metàfora d'una guerra freda. estudi antropològic del Barça*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 2005.
- Santacana, Carles. *El Barça i el franquisme*. Barcelona: Mina, 2005.
- Segurola, Santiago (ed.). *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Debate, 1999.
- Solà, Lluís. *Xut*. Barcelona: Bruguera, 1970.
- Soriano, Ferran. *La pilota no entra per atzar*. Badalona: Ara Llibres, 2010.

- Viñas, Carles. *Tolerancia zero. La violencia en el fútbol*. Barcelona: Angle Editorial, 2006.

Periodisme Polític

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

OBJECTIUS:

El periodisme polític és una de les especialitats més desenvolupades en els mitjans de comunicació. De fet, els propis mitjans tenen com a funció en la societat contemporània la creació d'agenda, una funció que es relaciona amb la capacitat que tenen aquests mitjans per marcar el ritme dels esdeveniments, sobretot de caràcter polítics. Quantes vegades hem vist actuar els líders polítics en funció de com volen construir el relat de l'actualitat en els mitjans de comunicació? Quantes vegades hem sentit a dir que un diari ha fet caure un govern?

Per això, aquesta assignatura té per objectiu principal introduir l'alumnat en les singularitats intel·lectuals i pràctiques del periodisme dedicat a la política, tant el que es desenvolupa dins d'un Parlament, en altres institucions de govern o vinculat amb els moviments socials.

Els objectius específics es podrien resumir en:

- Entendre el sistema social com un conjunt de subsistemes relacionats entre si, dels quals el polític és una de les bases essencials.
- Conèixer els diversos actors que participen de la política i les relacions que mantenen entre ells, sigui de forma directa o a través del subsistema de mitjans de comunicació.
- Conèixer la dimensió política dels mitjans de comunicació i la seva participació en els processos de *decision-making*.
- Conèixer els diversos gèneres periodístics i les seves especificitats dins l'àmbit de la política.
- Diferenciar el tractament informatiu dels esdeveniments polítics segons sigui per a premsa, ràdio, televisió o nous mitjans.

RESULTATS D'APRENTATGE:

Al final de l'assignatura, l'alumne serà competent per desenvolupar les especificitats del periodisme polític (anàlisi d'actualitat, reflexió...) en la redacció dels gèneres periodístics, sigui a través dels mitjans tradicionals (premsa, radio i televisió), com en els nous mitjans digitals on es produeix la confluència de formats.

L'alumne no només aconseguirà assumir competències pràctiques en relació a aquesta especialització de la professió periodística, sinó també desenvolupar competències per fer front a l'anàlisi intel·lectual i teòrica del fet noticiós vinculat a l'actualitat política i poder-ne extreure conclusions pel funcionament general de la societat.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.

Específiques

- Conèixer l'estat del món i la seva evolució històrica recent, així com comprendre els seus paràmetres bàsics (polítics, econòmics i culturals).
- Conèixer la realitat sociocomunicatives de la Comunitat Autònoma (estructura, polítiques i funcionament) en el context espanyol, europeu i mundial.
- Saber analitzar discursos polítics.
- Saber cercar, contrastar i jerarquitzar la informació periodística.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.
- Tenir capacitat i habilitat per al·l'exercici de les principals tasques periodístiques, desenvolupades a través d'àrees temàtiques, aplicant gèneres i procediments periodístics.

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

Transversals

- 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 conèixer en un context de diversitat lingüística, amb realitats socials, culturals i econòmiques molt diverses.

CONTINGUTS:

1) ¿Què és política?

De les Nacions Unides a les associacions de barri. Articulació en àrees i seccions de la premsa d'informació general. Funcionament. Continguts radiofònics i de televisió. Dinàmiques, rutines, mancances, llocs comuns del professional dels mitjans. Les peculiaritats de treballar la política: valoració, contextualització i enunciació.

2) El marc "espanyol" del periodisme especialitzat en política. Confusió de poders.

La crisi general del sistema informatiu. Devaluació del missatge polític y degeneració del missatge periodístic. La precarietat posicional del *treballador de la veritat*. La política, entre la saturació, la hipervaloració i el descrèdit sistemàtic. El negoci i la influència contra la dialèctica informativa: realitats interessades.

3) Els gèneres periodístics en la dimensió política. Elements diferencials.

La senzilla complexitat del breu. La notícia estricta. Les cròniques: informatives o d'ambient. La *literatura* de la crònica i la interpretació dels fets. Les entrevistes: especificitats de l'entrevista segons el mitjà i tipologia d'entrevistes (de caràcter o informatives). El reportatge.

La roda de premsa com a font d'informació. Com actuar. Tipologia de preguntes. Preparació de rodes de premsa. Pràctica.

4) El periodisme polític segons els mitjans

Els lletraferits de la premsa generalista: on acaba la informació i on comença la literatura. Límits de la crònica política. Tetúlies i magazines audiovisuals. Les especificitats del periodisme comarcal: el valor de la notícia estricta i el corresponsal de poble.

5) Els periodistes davant la gestió política i els seus agents.

Corrupcions informatives de la política. Teoria i pràctica. Les conductes i tics de poder, actors i sistemes. Política informativa i desinformació política. Intoxicacions, pressions, sobreactuacions i altres mètodes de neutralització i contaminació de la tasca periodística. *L'off the record* i els embargaments. Censures i autocensures. Tot el que és real s'ha de revelar? La desvirtuació del secret professional.

6) Els periodistes davant la submissió al mercat, les "ratlles vermelles" legals i els grups de pressió.

Continguts supeditats: Les interferències empresarials. Els límits redaccionals. Entrebancs i tabús institucionals. Els dèficits de la transició. Factors corporatius d'instrumentalització i desestabilització. "Diaris-partit", clans i periodistes que lluiten per ser notícia. Tractament de la vida privada dels polítics: tot s'hi val per l'interès públic?

7) Propaganda política: "la campanya permanent"

Els gabinets de comunicació i la comunicació dels partits: comunicació corporativa, comunicació de crisi, comunicació interna, comunicació comercial. Política 2.0 i el nou valor de les xarxes socials. Grups de pressió associats. Pamflets oficials. La sobreinformació. Poders fàctics més enllà de la política. Altres condicionaments soterrats. Publicitat política persuasiva i publicitat enganyosa.

8) La propaganda en campanya electoral.

L'estructuració de les campanyes electorals. Seguiment o seguidisme dels periodistes? Autocars de la premsa i blocs electorals dels telenotícies. Mítings, eslògans, lemes, declaracions, contradecaracions i escenificacions. Ús i abús del "canutazo".

9) Llenguatge polític i llenguatge social.

L'estàndard oral no serveix. Imprecisions de lèxic i sintaxi, eufemismes, barroquismes, vulgaritats, desnaturalitzacions i tòpics en en l'empobriment comunicatiu de periodistes i polítics. El llenguatge impostat. Els laberint verbals: Mètodes de distorsió i difuminació.

10) El periodisme polític *in situ*. Servituds de corresponsals i enviats especials.

Els conflictes polítics a petita i gran escala. El combat d'informar i les contradiccions. Empresa i consciència, rigor i èxit. El renovat *síndrome d'Estocolm* i la demagògia sense fronteres. Nivells d'anàlisi. Fonts i retribució per acte informatiu. Conflictes marginats: el negoci de realitats interessades a nivell global.

AVALUACIÓ:

La nota final vindrà determinada pel compromís de l'alumne amb l'assignatura: la redacció dels textos descrits, el comentari de les peces de reflexió encarregades, la participació en les hipòtesis pràctiques i la preparació dels treballs.

L'avaluació està formada per:

- 50%: De sis a deu pràctiques obligatòries (segons calendari) d'avaluació del coneixement i el desenvolupament de les especificitats dels gèneres periodístics. Aquestes es miraran de fer en condicions reals, sigui a través de material real, la presència de polítics a l'aula o la visita a institucions.
- 30%: Reportatge de fons. L'alumne podrà escollir quin suport utilitza. En cas de ser de premsa: Doble pàgina DinA4, maquetat.
- 10%: Crítica literària sobre literatura gris (30 línies, Times New Roman 12, d'un dels llibres de la bibliografia citada).
- 10%: Participació a l'aula.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

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

Per la crítica

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

Complementària

- Alexandre, Víctor. *La paraula contra el mur*. Barcelona: La Busca Edicions, 2006.
- Arrieta, Joan i Astigarraga, Jesús (Eds.). *Conciliar la diversidad. Pasado y presente de la vertebración de España*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2009.
- Bassets, Lluís, et. al. *La rectificació*. Barcelona: Destino, 2006.
- Carrillo, Marc. *La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas*. Cézur Menor: Cuadernos Civitas, 1993.
- Cockerell, Michael. *La televisión inglesa y los primeros ministros*. Barcelona: Planeta, 1990.
- Contreras, José Miguel. *Vida política y televisión*. Pozuelo de Alarcón: Espasa Mañana, 1990.
- Hermida, José M. *La estrategia de la mentira*. Madrid: Temas de Hoy, 1993.
- Iglesias, María Antonia. *La memòria recuperada*. Madrid: Aguilar, 2005.
- Jaén, Esther. *Cómo ser político y no morir en el intento*. Teià: Volter, 2006.
- Julilana, Enric. *La deriva de España*. Barcelona: RBA, 2009.
- Knightley, Phillip. *The first casualty*. Baltimore: John Hopkins University Press, 2004.
- López Bofill, Héctor. *La democràcia cuirassada*. Madrid: Esfera de Libros, 2005.
- Miravittas, Ramon. *Preciosos ridículos*. Teià: Robinbook, 2004.
- Miravittas, Ramon i Bach, Jaume. *En el nombre del Páddel*. Teià: Robinbook, 2003.
- Oliva, Lúcia i Sitjà, Xavier. *Las noticias en televisión*. Madrid: IORTV, 1992.
- Ramírez, Pedro J. *Amarga victoria*. Barcelona: Planeta, 2000.

- Reverte, Jorge M. *Perro come perro*. Barcelona: Crítica, 2002.
- Sánchez, Jordi. *Política, poder i democràcia*. Barcelona: Pòrtic, 2001.
- Soler, Toni. *Vota'm, inútil!* Barcelona: Columna, 2003.
- Tornos, Joaquín [et al.] *Democracia y medios de comunicación*. València: Tirant lo Blanc, 2002.
- Villatoro, Vicenç. *L'engany*. Barcelona: Ara llibres, 2007.

Social Journalism

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

OBJECTIUS:

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

- To know the broad interaction between journalism and society and the different specializations within social journalism.
- To know and use the sources of information needed for working as a social journalist.
- To develop a practical knowledge of the journalism genres as applied to social journalism and its many specializations.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitats interpersonals.

Específiques

- Conèixer i saber gestionar les eines de la comunicació empresarial i institucional en els àmbits intern i extern.
- Conèixer l'estat del món i la seva evolució històrica recent, així com comprendre els seus paràmetres bàsics (polítics, econòmics i culturals).
- Saber cercar, contrastar i jerarquitzar la informació periodística.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.
- Saber tractar la informació de forma divulgativa de valors associats als drets fonamentals, la igualtat de

gènere, accés universal i diversitat cultural.

- Tenir capacitat i habilitat per al'exercici de les principals tasques periodístiques, desenvolupades a través d'àrees temàtiques, aplicant gèneres i procediments periodístics.

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

Transversals

- 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:

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

AVALUACIÓ:

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

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

BIBLIOGRAFIA:

- Esteve Ramírez, Francisco. *Comunicación especializada*. Alicante: Ediciones Tukumán, 1999.
- Bartolomé Crespo, Donaciano. *Periodismo educativo*. Madrid: Síntesis, 2005.
- Bernabé Fraguas, Javier. *Periodismo preventivo: Otra manera de informar sobre las crisis y los conflictos internacionales*. Madrid: Los libros de la Catarata, 2007.
- Cytrynblum, Alicia. *Periodismo social: Una nueva disciplina*. Buenos Aires: La Crujía Editores, 2009.

- Llano, Rafael. *La especialización periodística*. Madrid: Tecnos, 2008.
- Llera Llorente, Mar; Sierra Caballero, Francisco. *Palabras comprometidas: la solidaridad en la información local*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2009.
- Morduchowicz, Roxana (coord.); Martín Barbero, Jesús. *Comunicación, medios y educación: un debate para la educación en democracia*. Barcelona: Octaedro, 2003.
- Raigón Pérez de la Concha, Guillermo. *Introducción al Periodismo social y educativo*. Sevilla: Facultad de Comunicación, 2007.
- Serrano, Pascual. *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. Barcelona: Península, 2009.
- Touraine, Alain. *La mirada social: un marco de pensamiento distinto para el siglo XXI*. Barcelona: Paidós, 2009.
- *Periodisme social: el compromís de la informació*, 5a ed. Madrid: Servimedia, 2008.
- *Consideracions ètiques entorn de la informació sanitària*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Salut, 2004.
- Fernández, Joaquín. *Dos siglos de periodismo ambiental*. Alacant: Ed. Caixa d'Estalvis del Mediterrani, 2001.
- Burkett, David W. *News reporting: science, medicine and high technology*. Iowa State University Press, 1986.
- Calvo Hernando, Manuel. *Manual de periodismo científico*. Barcelona: Bosch, 1997.

Social Media

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Anglès

OBJECTIUS:

Social media have changed the communication paradigm, putting the prosumer in the center of the enterprises. In this subject we will work on the principal social networks, but also in how to make a global digital marketing plan for a brand.

RESULTATS D'APRENTATGE:

-
- Be able to define online marketing strategy.
 - Knowing the main internet tools.
 - Be able to develop a digital marketing plan.
 - Develop personal branding.
 - Be aware of best practices in internet.

COMPETÈNCIES

Generals

- Respectar els drets humans.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

Bàsiques

- 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.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

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.

CONTINGUTS:

Introduction to the Social Media subject (presentation, objectives, competences and evaluation). Brief introduction to web 2.0 Marketing online and the digital marketing plan + Introduction to Social Media + Facebook Twitter and Foursquare + Study case Youtube, Instagram, Vimeo, Pinterest, Linkedin and Google+ + Study case Social Media analytics and reports Social Media management tools Online reputation management SEO: definition, searchers and how to write in internet SEM: definition, types of ads, Google Adwords and analytics Email marketing: mailchimp and public relations 2.0 Web analytics and reports Personal branding Legal issues Mentoring of the project Projects presentation

AVALUACIÓ:

- Exercises (30%) Participation in class (10%) IG management (5%) Success stories in social networks presentation (10%) Projects: develop a digital marketing plan for a leisure project based in Vic (45%)

BIBLIOGRAFIA:

The bibliography will be recommended to each student according to the nature of their internship.

Sports Marketing

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Anglès

OBJECTIUS:

- Introduir l'estudiant de periodisme en els conceptes bàsics del màrqueting i el patrocini esportiu.
- Entendre l'estructura financera dels clubs i les organitzacions esportives.
- Conèixer les estratègies de patrocini dels principals clubs, lligues i organitzacions esportives capdavanteres en el patrocini esportiu.

RESULTATS D'APRENTATGE:

En finalitzar aquesta assignatura l'alumne sap analitzar les estructures financeres de les organitzacions esportives i les seves fonts d'ingressos principals: drets de televisió, patrocini i marxandatge, i abonaments i estadi. L'estudiant domina i coneix el llenguatge econòmic vinculat al funcionament organitzatiu dels clubs i entitats esportives i coneix i sap com es preparen les campanyes de màrqueting que els permetrà posicionar-se en el mercat.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

Específiques

- Conèixer i saber gestionar les eines de la comunicació empresarial i institucional en els àmbits intern i extern.
- Conèixer l'estructura dels mitjans de comunicació i els seus principals formats com a expressions de les formes de vida i de les seves cultures, en la seva relació amb els contextos socials i els seus canvis.
- Conèixer l'estructura, el funcionament i la gestió de l'empresa de comunicació.
- Conèixer l'estructura, el funcionament i la gestió de l'empresa de comunicació.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.
- Tenir capacitat de prestar assessorament en temes de comunicació i màrqueting.
- Tenir capacitat de prestar assessorament en temes de comunicació i màrqueting.

CONTINGUTS:

1. Introducció: d'associacions esportives a multinacionals de l'oci
2. La gestió de les organitzacions esportives: de la maximització de la utilitat a la maximització del benefici
3. L'estructura financera dels clubs i de les organitzacions esportives
4. El pla de comunicació: posicionament en el mercat
5. El marxandatge
6. El patrocini
7. Els drets de televisió
8. La venda d'entrades, abonaments i la rendibilització d'instal·lacions esportives
9. Campanyes de comunicació en l'entorn 2.0
10. Les icones mediàtiques: el patrocini de l'esportista d'elit
11. Cas pràctic 1. FC Barcelona: Unicef i el màrqueting del segle XXI
12. Cas pràctic 2. Reial Madrid: l'aposta pels gal·làctics
13. Cas pràctic 3. Manchester United: l'error Beckham
14. Cas pràctic 4. UEFA Champions League: un model d'èxit
15. Cas pràctic 5. Els Jocs Olímpics: "Els Jocs de la comunicació"
16. Cas pràctic 6. L'NBA: obrir-se al món

AVALUACIÓ:

- L'avaluació serà contínua: 50% repartit entre diverses pràctiques de curs, 40% de treball grupal i 10% actitud.
- Les pràctiques es lliuraran al correu electrònic del professor en la data límit establerta, en un document Word.
- No s'avaluaran els treballs presentats posteriorment a la data límit establerta. Per norma general, les pràctiques hauran de tenir 45 línies de 70 espais (3.150 caràcters amb espais).
- Com a treball de final de curs, els estudiants hauran de treballar una anàlisi de cas de forma grupal.
- El 10 per cent restant sortirà d'una valoració personal en funció del treball fet en els tallers de pràctiques, els textos d'actualitat, i l'assistència i intervenció a classe.

BIBLIOGRAFIA:

- Badia, J. (2009). *El Barça al descobert*. Barcelona: Ara Llibres.
- Calzada, E. (2012). *Show me the Money*. Barcelona: Libros de cabecera.
- Carroggio, M. (1996). *Patrocinio deportivo: del patrocinio de los Juegos Olímpicos al deporte local*. Barcelona: Ariel.

- Evans, T.; Lefever, K. (2011). "Watching the Football Game: Broadcasting Rights for the European Digital Television Market". *Journal of Sport and Social Issues*, vol. 35(1), 33-49.
- Hold, R.; Tomlinson, A.; Young, C. (2011). *Sport and the transformation of modern Europe: states, media and markets (1950-2010)*. Londres: CRESC Series (Routledge).
- Ginesta, X. (2009). *Les tecnologies de la Informació i la Comunicació i l'esport: una anàlisi de la Primera Divisió espanyola de futbol (2001-2008)*. Tesis doctoral. UAB.
- Moragas, M. de. (1992). *Los juegos de la comunicación: las múltiples dimensiones comunicativas de los Juegos Olímpicos*. Madrid: Fundesco.
- Palau, G. (2003). *Gabinets de comunicació. Periodistes a l'altra banda*. Barcelona: Pòrtic.
- Soriano, F. (2010). *La pilota no entra per atzar*. Badalona: Ara Llibres.

Taller Avançat de Ràdio

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

OBJECTIUS:

- Taller Avançat de Ràdio és l'assignatura més avançada en l'àmbit radiofònic que s'imparteix al grau de Periodisme de la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya.
- En aquesta assignatura anual, els estudiants posaran en pràctica tots els seus coneixements relacionats amb el llenguatge radiofònic, alhora que gestionaran i crearan continguts per a l'emissora digital de la Universitat, UVic Ràdio.
- Per poder dur a terme l'assignatura, els estudiants hauran de treballar en equip i portar a terme totes les tasques i habilitats que es requereixen per al funcionament real d'un mitjà de comunicació.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Sap elaborar continguts reals per a una emissora de ràdio.
- Realitza diferents productes comunicatius i radiofònics des d'una mateixa redacció.
- Produeix informacions i continguts per a mitjans de comunicació radiofònics, realitzant totes les tasques necessàries, des de la recerca de la informació i la producció fins a la seva presentació.
- Entén el funcionament d'una emissora de ràdio.
- Pren decisions i lidera equips de treball en el procés de producció.
- Coneix la gestió de continguts i el procés d'emissió de programes i espais en una emissora de ràdio.
- Assumeix diferents responsabilitats en el treball individual o en col·laboració i avalua els resultats obtinguts.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.

- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.

Específiques

- Aprendre a crear i organitzar una agenda de contactes i fonts d'informació.
- Conèixer la realitat sociocomunicatives de la Comunitat Autònoma (estructura, polítiques i funcionament) en el context espanyol, europeu i mundial.
- Saber cercar, contrastar i jerarquitzar la informació periodística.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.
- Tenir capacitat i habilitat per al·l'exercici de les principals tasques periodístiques, desenvolupades a través d'àrees temàtiques, aplicant gèneres i procediments periodístics.

CONTINGUTS:

1. El funcionament d'una emissora de ràdio:
 1. Organització.
 2. Perfils professionals.
 3. Tasques necessàries.
2. Programes i espais radiofònics:
 1. Tipus de productes ofertats.
 2. Procés de producció i elaboració dels programes.
 3. Procés d'emissió dels continguts.

AVALUACIÓ:

- Aquesta és una assignatura pràctica, que demana l'assistència de l'alumne a totes les sessions i activitats que es portin a terme. L'avaluació serà continuada, de manera que totes les activitats que es realitzin es computaran. En ser una assignatura de taller, en categoria d'avançat, la part pràctica comptabilitzarà el 100% de la nota final.
- Al llarg de l'assignatura es portaran a terme activitats de diferent responsabilitat que comptabilitzaran independentment i que faran mitjana per determinar la nota final.

BIBLIOGRAFIA:

- Cebrián Herreros, M. *La radio en Internet*. Madrid: La Crujía, 2008.
- ? . *La radio en la convergència multimedia*. Barcelona: Gedisa, 2001.
- Cortés, C.E. "La radio digital". *Revista Latinoamericana de Comunicació Chasqui*, 2005, núm. 089, p. 70-77.
- O'Neill, B. *Digital Radio in Europe. Technologies, industries and cultures*. Bristol; Chicago, 2010.

Taller de Fotoperiodisme

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

OBJECTIUS:

En aquesta assignatura se simula que la classe és la secció de fotografia d'un diari. Els estudiants han de demostrar al llarg del curs que poden cobrir tots els actes que les altres seccions del diari proposin (política, societat, local, cultura, esports, economia...), han de treballar tant en equip com de manera individual.

Hauran d'estar pendents, també, de l'actualitat i dels fets que envolten el món de la informació per tal de poder aportar fotonotícies al diari.

Es proposaran sortides fotogràfiques al llarg del curs per poder experimentar situacions reals del treball del fotoperiodista.

Objectius

- Aprendre millorar el funcionament de la càmera fotogràfica des del punt de vista tècnic.
- Aprendre composició visual.
- Saber utilitzar la càmera fotogràfica per explicar una notícia.
- Saber editar una fotografia amb el programa informàtic genèric.
- Aprendre a tenir criteri periodístic i saber gestionar la informació d'actualitat i/o d'interès general.
- Aprendre a fotografiar amb un telèfon mòbil.
- Saber buscar una fotonotícia i vendre-la al diari.
- Aprendre a elaborar un reportage fotogràfic pròpi d'actualitat i buscar-ne la rendibilitat.
- Reflexionar críticament sobre el procés d'obtenció d'una fotografia per ser publicada i conèixer les conseqüències que pot tenir.
- Adquirir una consciència crítica del paper del fotoperiodista en la societat.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Saber cobrir fotogràficament qualsevol acte informatiu, entrevista, roda de premsa, manifestació, espectacles culturals i esdeveniments esportius, que plantegi un mitjà de comunicació.
- Compendre el funcionament tècnic de qualsevol càmera fotogràfica del mercat.
- Tenir sentit estètic per adaptar la realitat a través d'una fotografia.
- Edició digital de reportatges fotogràfics.
- Reconèixer un fet de l'actualitat que pugui ser d'interès per a un mitjà de comunicació.
- Saber estar en un acte informatiu: gestionar l'acreditació, respectar les normes, treballar amb altres professionals i conèixer i respectar la llei.
- Reconèixer i saber resoldre els problemes que pot generar fer fotografies a les persones.
- Estar al corrent de l'actualitat, des de l'àmbit comarcal al mundial.
- Saber treballar per la secció de fotografia d'un diari

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

Específiques

- Capacitat i habilitat per al disseny dels aspectes formals i estètics en mitjans escrits, gràfics, audiovisuals i digitals, així com l'ús de tècniques informàtiques per a la representació i transmissió de fets i dades mitjançant sistemes infogràfics.
- Conèixer els fonaments teòrics, històrics i pràctics de la comunicació gràfica i del disseny editorial.
- Conèixer i dominar els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge fotogràfic i els seus gèneres.
- Conèixer l'organització i gestió dels recursos tècnics, humans i pressupostaris per a una producció gràfica.
- Conèixer la imatge espacial i les representacions icòniques en l'espai, tant en la imatge fixa com en moviment.

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

- Mostrar habilitats per a l'exercici professional en entorns multidisciplinaris i complexos, en coordinació amb equips de treball en xarxa, ja sigui en entorns presencials o virtuals, mitjançant l'ús informàtic i informacional de les TIC.

CONTINGUTS:

1. La fotografia a la premsa:
 1. Origen, història.
 2. Mitjans de comunicació convencionals.
 3. Mitjans de comunicació digitals.
 4. L'evolució de les càmeres de reportatge.
 5. Les noves càmeres.
 6. De la fotografia al video.
 7. Reflexions de futur.
2. El fotoperiodisme:

1. L'equip fotogràfic del fotògraf de premsa.
 2. L'equip informàtic del fotògraf de premsa.
 3. La preparació del fotògraf. El reportatge.
 4. La informació gràfica.
 5. Les fonts d'informació.
 6. Relació redactor-fotògraf.
 7. Funcionament d'un diari.
 8. Encàrrecs habituals.
 9. L'agència fotogràfica.
 10. Publicacions especialitzades.
3. Disciplines del fotoperiodisme:
 1. El reportatge. Explicar una història.
 2. La fotografia esportiva.
 3. El retrat per premsa.
 4. La fotografia dels espais. Arquitectura, interiorisme.
 5. La fotografia dels espais naturals.
 6. La fotografia del succés.
 7. Les conferències de premsa.
 8. El míting polític. El candidat.
 4. La fotografia i la llei:
 1. Llei de la propietat intel·lectual.
 2. Drets d'autor i copyright.
 3. Drets d'explotació de les imatges.
 4. La propietat de les fotografies.
 5. Permisos i autoritzacions.
 6. Dret a la pròpia imatge.
 7. L'ètica del fotògraf.
 5. El fotògraf professional:
 1. Treballar d'autònom: avantatges i inconvenients.
 2. Treballar assalariat: avantatges i inconvenients.
 3. Formació: acadèmica i autodidacta.
 4. Credencials: carnet de premsa, autoritzacions.
 5. Eines de treball: equip fotogràfic, vehicles, telèfon mòbil, ordinador, etc.
 6. Disponibilitat: horari, festius i vacances.

AVALUACIÓ:

L'avaluació estarà formada per una part de teoria i una de pràctica. La part de teoria valdrà el 20% de la nota. Repartida entre l'assistència a classe (10%) i d'un comentari personal d'un documental passat a classe (10%).

La part pràctica valdrà el 80% de la nota, i estarà formada per la mitjana de cinc pràctiques individuals (30%) a realitzar de manera dirigida en horari lectiu, una pràctica en grup (10%), i un treball final individual (40%) que els alumnes hauran de desenvolupar al llarg de tot el curs.

BIBLIOGRAFIA:

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

Taller de Producció de Comunicació

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és que l'estudiant posi en pràctica i millori els coneixements assolits al llarg de la titulació en redacció, producció i realització de continguts escrits i audiovisuals, aplicant-los en forma de participació activa en una redacció integral de diversos mitjans de comunicació. L'alumne haurà de treballar en equip i portar a terme totes les tasques necessàries per elaborar continguts per als mitjans de comunicació que conformaran l'assignatura: el bloc d'estudiants UVica't, l'espai Sense Boira, un canal de Youtube vinculat al Sense Boira, i al projecte d'emissora de ràdio digital de la Universitat de Vic.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Saber elaborar continguts escrits i audiovisuals a través d'un mitjà de comunicació multimèdia.
- Poder realitzar diferents tipus de productes comunicatius per a una mateixa redacció.
- Saber produir informacions i continguts per a mitjans de comunicació institucionals i periodístics, realitzant totes les tasques necessàries, des de la recerca de la informació fins a la seva presentació.
- Saber entendre el funcionament d'una redacció integrada.
- Entendre les diferències entre la comunicació institucional i la comunicació periodística.
- Aprendre a prendre decisions i a liderar equips de treball en el procés de producció.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitats interpersonals.

Específiques

- Saber cercar, contrastar i jerarquitzar la informació periodística.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general o públic amb l'actualitat i l'entorn.
- Tenir capacitat i habilitat per al·l'exercici de les principals tasques periodístiques, desenvolupades a través d'àrees temàtiques, aplicant gèneres i procediments periodístics.

CONTINGUTS:

1. El funcionament de la redacció d'un mitjà de comunicació:
 1. Els consells de redacció.
2. Tipus de redaccions existents:
 1. Redaccions integrades.
 2. Redaccions específiques.
3. Les rutines productives pels diferents tipus de mitjans:
 1. Procés de producció de continguts.
 2. Procés de selecció de continguts.
 3. Procés de realització de continguts.

AVALUACIÓ:

- Aquesta és una assignatura pràctica, que demana l'assistència de l'alumne a totes les sessions i activitats que es portin a terme. L'avaluació serà continuada, de manera que totes les activitats que es realitzin es computaran. La part pràctica de l'assignatura es comptabilitzarà amb un 75% de la nota final.
- Hi haurà una part de l'avaluació que serà teòrica, i que correspondrà a un 25% de la nota que s'obtindrà. En aquest cas, els estudiants hauran de fer una anàlisi del funcionament de la redacció d'un mitjà de comunicació, a partir de l'observació directa i del treball bibliogràfic.
- Per fer mitjana entre la part pràctica i la teòrica, l'alumne haurà d'aprovar les dues parts de l'assignatura.

BIBLIOGRAFIA:

- Bel Mallén, J. I. *El derecho a la información local*. Madrid: Editorial Ciencia 3 Distribución, 1990.
- Caro González, F. J.; Jiménez Marín, G. "Periodistas: El acceso al mercado laboral". *Ámbitos*, 2006, núm. 15, p. 313-324.
- García Avilés, J. A. "Estándares profesionales en la convergencia de redacciones multimedia. Hacia una cultura periodística convergente". A: Masip, P.; Rom, J. (eds.). *Les cruïlles de la comunicació: límits i transgressions. Actes del IV Congrés Internacional Comunicació i Realitat*. Barcelona: Trípodos, 2007, p. 345-357.
- Grup de Recerca d'Interaccions Digitals (GRID-UVic). *El canvi digital als mitjans de proximitat: Les transformacions generades per la introducció de les tecnologies digitals en les redaccions de la premsa comarcal i les ràdio i televisions locals*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2007.
- Labio, A. "La profesión periodística ante los intereses de la estructura informativa. Una aproximación al tema". *Ámbitos*, 2001, núm. 6, p. 81-94.
- Masip, P.; Micó, J. L. [et al.]. *Els reptes de la regulació en l'era de la convergència mediàtica*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2010.
- Micó, J. Ll.; Masip, P. [et al.]. "Periodistas polivalentes en la prensa de proximidad. Una tendencia (casi) inevitable en Cataluña". *Textual & Visual Media: Revista de la Sociedad Española de Periodística*, 2010, núm. 3, p. 151-166.
- Nieto, A. *La empresa informativa*. Barcelona: Ariel, 2000.
- Ortega, F.; Humanes, M.L. *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel,

2000.

- Pavlik, J. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press, 2001.
- Saiz Olmo, J. *Periodismo de radio. De los estudios al ciberespacio*. València: Universidad Cardenal Herrera-CEU, 2005.
- Sánchez-Taberner, A. *Dirección estratégica de empresas de comunicación*. Madrid: Cátedra, 2000.
- Scolari, C.A.; Micó, J.L.; Navarro Güere, H.; Pardo Kuklinski, H. (Grup de Recerca d'Interaccions Digitals. GRID). *Nous perfils professionals de l'actual panorama informatiu, audiovisual i multimèdia de Catalunya*. Vic: Eumogràfic, 2006.
- Scolari, C. A.; Navarro Güere, H.; Pardo Kuklinski, H.; Micó, J. L. "Nous perfils professionals i polivalència del periodista a Catalunya". *Quaderns del CAC*, 27, Barcelona, 2008, p. 113-122.
- Tamarit, A. *Periodistas locales*. Madrid: Fragua Comunicación, 2006.
- Tuchman, G. *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.
- Vergara, E. "Medios de comunicación y globalización: ¿destrucción o reconstrucción de identidades culturales?". *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 95-105.