

**GUIA DE
L'ESTUDIANT
2009-2010**

FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

**GRAU EN PUBLICITAT I RELACIONS
PÚBLIQUES**

ÍNDEX

PRESENTACIÓ	1
FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ	2
Estructura	2
Departaments	2
Òrgans de govern	3
CALENDARI ACADÈMIC	4
ORGANITZACIÓ DELS ENSENYAMENTS	5
Metodologia	5
Procés d'avaluació	6
PLA D'ESTUDIS	8
Ordenació temporal de l'ensenyament	8
ASSIGNATURES TRONCALI I OBLIGATÒRIES DE PRIMER CURS	11
Empresa	11
Història Contemporània	14
Història de la Comunicació	18
Llengua Catalana i Espanyola	21
Sociologia General i de la Comunicació	24
Estadística Aplicada a la Comunicació	28
Estructura de la Comunicació	30
Introducció a l'Anglès per a la Publicitat i les Relacions Públiques	33
Taller de Redacció	35
Fonts d'Informació	38
Taller d'Informàtica	40

PRESENTACIÓ

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

Els titulats i titulades de la nostra facultat estan notablement satisfets tant dels resultats com de la bona inserció professional que obtenen curs rere curs. Això ens estimula encara més a millorar en tot el que sigui possible la nostra oferta educativa, els nostres serveis i la nostra organització.

A nivell acadèmic, els plans d'estudi ofereixen optativitat per tal que puguis configurar l'itinerari curricular que més encaixi amb les teves característiques i interessos. Cal, però, que coneguis els perfils dels diferents tipus d'assignatures abans de prendre decisions que afectin la teva matriculació. A la pàgina web trobaràs una descripció més exhaustiva de cadascuna de les matèries.

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

Esperem, en definitiva, que aprofitis al màxim el teu pas per la Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic i que, al final, el teu període d'estudis hagi estat el més agradable i satisfactori possible. Amb aquest objectiu treballem i restem a la teva disposició.

M. Antònia Pujol i Famadas

Degana de la Facultat

FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

Estructura

La Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic imparteix 13 titulacions:

- Diplomatura de Ciències Empresarials
- Diplomatura de Turisme Llicenciatura d'Administració i Direcció d'Empreses
- Llicenciatura de Comunicació Audiovisual
- Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques
- Llicenciatura de Periodisme
- Doble Titulació ADE Publicitat i Relacions Públiques (en cinc anys)
- Doble Titulació Turisme – Publicitat i Relacions Públiques (en quatre anys)
- Grau en Administració i Direcció d'Empreses
- Grau en Comunicació Audiovisual
- Grau en Periodisme
- Grau en Publicitat i Relacions Públiques
- Doble grau ADE Publicitat i Relacions Públiques (en sis anys)

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

La Facultat s'estructura en Deganat, 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 de cada titulació; els departaments són les agrupacions de professors d'una mateixa àrea disciplinària; les àrees funcionals, amb els coordinadors corresponents, són àmbits de desenvolupament de nous projectes, de suport a la docència i de vinculació amb l'entorn i la secretaria dóna el suport administratiu.

El Deganat, la Prefectura d'Estudis, els coordinadors d'ensenyaments i la Secretaria de la Facultat són situats a la quarta planta de l'edifici F1.

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

- Relacions Internacionals
- Formació Continuada
- Pràctiques

Departaments

Els departaments de la Facultat són:

- Departament de Comunicació
- Departament d'Economia i Empresa
- Departament de Llengües, Ciències Socials i Jurídiques.

Òrgans de govern

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

- Degana: Maria Antònia Pujol i Famadas
- Cap d'Estudis: Montse Corrius i Gimbert

Coordinadors d'Ensenyament

- Jordi Serrat i Manen – Coord. de Periodisme
- Montse Casas i Arcarons – Coord. de Comunicació Audiovisual
- Eulàlia Massana Molera / David Tetilla – Coord. de Publicitat i Relacions Públiques
- Cèsar Duch i Martorell – Coord. d'Administració i Direcció Empreses
- Elisabet Paxau i Tura – Coord. de Ciències Empresarials i Turisme

Directors de Departament

- Eusebi Coromina i Pou – Director Dep. de Comunicació
- Cèsar Duch i Martorell – Director Dep. d'Economia i Empresa
- Llorenç Soldevila i Balart Dir. Dep. de Llengües, Ciències Socials i Jurídiques.

També participen en el Consell de Direcció:

- Responsable de Relacions Internacionals: Pere Morera i Pérez
- Responsables de Recerca: Ramon Oller i Piqué
- Responsables de Formació Continuada: Eulàlia Massana i Molera (Comunicació). Elisabet Paxau i Tura (Empresa)
- Responsable de Pràctiques: Dolors Vinyet i Benito

CALENDARI ACADÈMIC

Vacances:

- Nadal: Del 23 de desembre de 2009 al 6 de gener de 2010, inclosos
- Setmana Santa: Del 27 de març al 5 d'abril de 2010, inclosos

Dies festius:

- Diumenge 1 de novembre de 2009 – Tots Sants
- Dilluns 12 d'octubre de 2009 – El Pilar
- Dissabte 5 de desembre de 2009 – No lectiu
- Dilluns 7 de desembre de 2009 – Pont
- Dimarts 8 de desembre de 2009 – La Puríssima
- Divendres 23 d'abril de 2010 – Sant Jordi
- Dissabte 24 d'abril de 2010 – No lectiu
- Dissabte 1 de maig de 2010 – Festa del Treball
- Dilluns 24 de maig de 2010 – Segona Pasqua
- Dijous 24 de juny de 2010 – Sant Joan
- Divendres 25 de juny de 2010 – Pont
- Dissabte 26 de juny de 2010 – No lectiu
- Dilluns 5 de juliol de 2010 – Festa Major
- Dissabte 11 de setembre de 2010 – Diada Nacional

ORGANITZACIÓ DELS ENSENYAMENTS

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 ECTS 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 (6 x 25).

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. Un educador o educadora social, posem per cas, ha de dominar unes competències professionals molt diferents de les que ha de dominar una traductora o un intèrpret.

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 de laboratori, 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.

Consulteu els plans de treball de les assignatures de les titulacions que s'imparteixen també en modalitat online per veure com s'organitza el treball acadèmic en aquesta modalitat.

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 del treball que ha de fer l'estudiant en un període de temps limitat.

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

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

El Pla de treball se 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 de la Universitat de Vic, els ensenyaments oficials de grau s'avaluaran de manera continuada i hi haurà una única convocatòria oficial per matrícula. Per obtenir els crèdits d'una matèria o assignatura s'hauran d'haver superat les proves d'avaluació establertes en la programació corresponent.

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.

Les darreres setmanes del semestre estaran dedicades a la realització de proves i activitats de recuperació per als estudiants que no hagin superat l'avaluació continuada. Els estudiants que no superin la fase de recuperació hauran de matricular i repetir l'assignatura el proper curs.

PLA D'ESTUDIS

Tipus de matèria	Crèdits
Formació Bàsica	60.00
Obligatòria	129.00
Optativa	30.00
Treball de fi de carrera	9.00
Pràctiques	12.00
Total	240.00

Ordenació temporal de l'ensenyament

PRIMER CURS

Primer semestre

	Crèdits	Tipus
Empresa	6.00	Formació Bàsica
Història Contemporània	6.00	Formació Bàsica
Història de la Comunicació	6.00	Formació Bàsica
Llengua Catalana i Espanyola	6.00	Formació Bàsica
Sociologia General i de la Comunicació	6.00	Formació Bàsica

Segon semestre

	Crèdits	Tipus
Estadística Aplicada a la Comunicació	6.00	Formació Bàsica
Estructura de la Comunicació	6.00	Formació Bàsica
Introducció a l'Anglès per a la Publicitat i les Relacions Públiques	6.00	Formació Bàsica
Taller de Redacció	6.00	Formació Bàsica
Fonts d'Informació	3.00	Obligatòria
Taller d'Informàtica	3.00	Obligatòria

SEGON CURS

Primer semestre

	Crèdits	Tipus
Teories de la Comunicació	6.00	Formació Bàsica
Anglès per a la Comunicació i la Publicitat	6.00	Obligatòria
Taller de Producció Radiofònica	6.00	Obligatòria
Taller de Producció Televisiva	6.00	Obligatòria
Teoria i Estructura de la Comunicació d'Empresa	9.00	Obligatòria

Segon semestre

	Crèdits	Tipus
Anglès per a les Relacions Públiques	3.00	Obligatòria
Història de la Publicitat i les Relacions Públiques	3.00	Obligatòria
Introducció al Màrqueting	6.00	Obligatòria
Llenguatges de la Comunicació	6.00	Obligatòria
Psicologia del Consumidor	3.00	Obligatòria
Taller de Comunicació Gràfica I	6.00	Obligatòria

TERCER CURS

Primer semestre

	Crèdits	Tipus
Comunicació Digital Interactiva	3.00	Obligatòria
Creativitat Publicitària I	6.00	Obligatòria
Dret de la Publicitat	3.00	Obligatòria
Gestió d'Empresa	3.00	Obligatòria
Mètodes d'Investigació en Comunicació	6.00	Obligatòria
Taller de Producció Audiovisual	3.00	Obligatòria
Optatives	6.00	Optativa

Segon semestre	Crèdits	Tipus
Estratègia i Planificació de Mitjans	6.00	Obligatòria
Organització d'Esdeveniments	3.00	Obligatòria
Relació amb els Mitjans de Comunicació	3.00	Obligatòria
Taller de Comunicació Gràfica II	6.00	Obligatòria
Taller de Comunicació Interactiva	3.00	Obligatòria
Taller de Fotografia	3.00	Obligatòria
Optatives	6.00	Optativa

QUART CURS

Primer semestre	Crèdits	Tipus
Campanyes Globals de Comunicació	6.00	Obligatòria
Màrqueting Relacional	6.00	Obligatòria
Optatives	9.00	Optativa
Treball de Fi de Grau	9.00	Treball de fi de carrera
Pràctiques en Empreses	12.00	Pràctiques

Segon semestre	Crèdits	Tipus
Comunicació amb Grups Socials	3.00	Obligatòria
Comunicació no Convencional	3.00	Obligatòria
Ètica Professional	3.00	Obligatòria
Optatives	9.00	Optativa

ASSIGNATURES TRONCALS I OBLIGATÒRIES DE PRIMER CURS

Empresa

Crèdits: 6.00

Primer semestre

OBJECTIUS:

L'objectiu principal de l'assignatura és que l'estudiant conegui els elements bàsics de la direcció estratègica d'empreses. L'assignatura s'estructura segons les fases del procés tradicional de la direcció estratègica (anàlisi, formulació i implementació de l'estratègia), però emfasitza l'anàlisi estratègica i la formulació de l'estratègia de negoci, en detriment de la formulació de l'estratègia corporativa i la implantació de l'estratègia.

L'assignatura també pretén que el participant tingui l'oportunitat de practicar competències i habilitats directives clau, com ara, analitzar problemes i prendre decisions, treballar en equip o negociar. A més, aspira a contribuir perquè desenvolupi una actitud reflexiva sobre qüestions com les implicacions ètiques de les decisions i les accions, la professionalitat o el factor humà en les organitzacions.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

- Tenir capacitats d'anàlisi i de síntesi.
- Tenir capacitat per a aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de treballar en equip.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

- Conèixer i diferenciar els conceptes bàsics vinculats a la direcció i la gestió empresarials: empresa, direcció, estratègia i direcció estratègica.
- Saber analitzar la situació d'una empresa: aspectes jurídics, fiscals i laborals, finançament, mercats i productes.
- Conèixer les característiques de l'estructura econòmica i financera i del compte de resultats de l'empresa
- Comprendre la naturalesa dels canvis històrics i les seves conseqüències econòmiques, culturals i socials.

CONTINGUTS:

1. Naturalesa de la direcció (estratègica)
 1. Concepte d'estratègia
 2. Els nivells de l'estratègia
 3. El procés de direcció estratègica
 4. Estratègies deliberades i emergents
2. La creació de valor i els objectius de l'empresa
 1. La creació de valor com a objectiu de l'empresa
 2. Els grups d'interès
 3. La missió i la visió de l'empresa
 4. Els objectius estratègics
 5. La responsabilitat social i l'ètica empresarials
3. Anàlisi externa de l'empresa
 1. Concepte i tipologia de l'entorn
 2. Anàlisi de l'entorn general: perfil estratègic
 3. Anàlisi de l'entorn específic o del sector
 4. Segmentació de la indústria
4. Anàlisi interna de l'empresa
 1. Diagnòstic intern de l'empresa
 2. La cadena de valor
 3. Les matrius d'anàlisi estratègica
 4. Anàlisi dels recursos i capacitats
 5. Estructures econòmica i financera i compte de resultats
5. Estratègia i avantatge competitives
 1. Estratègia i avantatge competitiu
 2. Avantatge en costos
 3. Avantatge en diferenciació
6. Creixement, desenvolupament i expansió de l'empresa
 1. El creixement i el desenvolupament de l'empresa
 2. Les direccions de desenvolupament
 3. L'estratègia d'expansió
7. Implantació de l'estratègia: l'estructura organitzativa
 1. Mecanismes de coordinació
 2. Parts fonamentals de l'organització
 3. Paràmetres de disseny organitzatiu
 4. Factors de contingència
 5. Configuracions estructurals

AVALUACIÓ:

Les sessions de classe d'aquesta assignatura no tenen per objecte rebre la informació sobre els continguts del temari i prendre apunts, perquè aquesta informació està gairebé tota disponible en el llibre de text principal de l'assignatura. Més aviat les classes són per analitzar, comprendre, discutir i aplicar els conceptes clau de la matèria. Per això, convé que l'estudiant prèviament llegeixi els apartats del llibre de text corresponents a la lliçó del dia.

A les hores de treball dirigit (en subgrups) l'estudiant participa, individualment i en equip, en activitats didàctiques diverses, sobre tot discutir casos pràctics. Les hores de treball personal

l'estudiant les dedica a llegir i estudiar el llibre de text, resoldre per escrit els casos pràctics i fer les tasques diverses que comporten les diverses activitats didàctiques de l'assignatura. (El Pla de Treball de l'assignatura específica, de totes les sessions, les lectures prèvies, les tasques a realitzar, els dies d'entrega, etc.).

BIBLIOGRAFIA:

- Guerras, L. i Navas, J. 2007. *Dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*. 4ª edició. Madrid: Civitas.

Enllaços

<http://www.guerrasynavas.com/>

Història Contemporània

Crèdits: 6.00

Primer semestre

OBJECTIUS:

Història Contemporània és una assignatura de sis crèdits de formació bàsica on s'analitza la formació del món contemporani. Amb ella, els alumnes assoleixen uns coneixements fonamentals i imprescindibles en el desplegament de l'itinerari curricular del Grau.

- Conèixer els principals esdeveniments de la història contemporània per tal d'entendre el món actual.
- Entendre la societat actual.
- Analitzar les relacions econòmiques, polítiques, socials, culturals, artístiques i ideològiques de les distintes comunitats internacionals.
- Reflexionar sobre la unitat i la diversitat del procés globalitzador.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat crítica i autocrítica.

Competències Específiques

- Conèixer l'estat del món i la seva evolució històrica recent del món, així com de la comprensió dels seus paràmetres bàsics (polítics, econòmics i culturals).

CONTINGUTS:

Els fonaments del món contemporani els segles XVIII i XIX

- La crisi de l'Antic Règim
 - Les economies preindustrials
 - La societat estamental
 - Les monarquies absolutes
 - De la Reforma Protestant a la Il·lustració
- L'adveniment i difusió del capitalisme industrial
 - La Revolució Industrial britànica
 - Pautes d'industrialització
- La internacionalització dels factors
 - El colonialisme i l'imperialisme

- Els moviments migratoris
- La mundialització de l'economia
- Les revolucions liberals i nacionalistes
 - Naixement i evolució del liberalisme i del nacionalisme
 - Les transformacions polítiques de la Gran Bretanya
 - La independència dels EUA
 - El significat i la difusió de la Revolució Francesa
- La nova cultura urbana
 - La urbanització de la societat
 - L'opinió pública i els mitjans de comunicació
 - El socialisme i l'anarquisme
 - El progrés científic i tècnic
 - Els moviments culturals i artístics

Les tensions de la primera meitat del segle XX

- Les disjuncions econòmiques i les tensions polítiques i socials
 - La crisi finisecular
 - El moviment obrer i lluites socials
 - El nou paper dels EUA
- La crisi del model liberal i les alternatives
 - La revolució russa i el model soviètic
 - La crisi econòmica d'entreguerres
 - El New Deal
 - Els totalitarismes
- L'Europa convulsionada: Les dues guerres mundials
 - La I Guerra Mundial
 - La II Guerra Mundial
- La vitalitat cultural i artística
 - Les avantguardes artístiques

Els contrastos d'un món asimètric a la segona meitat del segle XX

- La reconstrucció postbèl·lica
 - El Pla Marshall
 - Bretton Woods i el GATT
- La bipolarització est-oest
 - Els episodis de la Guerra Freda
- La cohesió social i política europea
 - Dels tractats de Roma al de Maastricht
 - La integració de la Europa de l'est
 - La integració Mediterrània
- La revolució cultural i artística
 - De la postmodernitat a la globalització
- Els reptes del tombant de mil·lenni: La globalització
 - Desenvolupament i subdesenvolupament
 - La postguerra freda
 - Economia i ecologia
 - La tecnologia i el benestar social
 - La pluriculturalitat

AVALUACIÓ:

L'avaluació final de l'assignatura és el resultat de la mitjana aritmètica ponderada de les diferents parts. El fet de no lliurar un exercici escrit té una penalització de -0.3 punts de la nota final per cadascun dels exercicis no presentats.

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:

- Jaime Antúnez (ed.) (2001), *Crónica de las ideas*. Madrid: Encuentro.
- Rafael Aracil i Antoni Segura (1993), *Història econòmica mundial i d'Espanya*. Barcelona: Teide.
- R. Aracil, J. Oliver i A. Segura (1995), *El mundo actual. De la Segunda Guerra Mundial a nuestros días*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Luís A. Aranguren (1981), *Diccionario del pensamiento contemporáneo*.
- Luís A. Aranguren et al. (2000), *El procés de globalització mundial. Cap a la ciutadania global*. Barcelona: Intermon.
- P. Ariès i G. Duby (1989), *Historia de la vida privada. 5. De la Primera Guerra Mundial a nuestros días*. Madrid: Taurus.
- Jacques Attali (1999), *Diccionario del siglo XXI*. Barcelona: Paidós
- Noam Chomsky (1997), *La aldea global*. Tafalla: Txalaparta.
- C.M. Cipolla (Editor) (1980-1981), *Historia económica de Europa* (vols. 3-5). Barcelona: Ariel.
- Josep Ferrater Mora (1999), *Diccionario de filosofía*. Barcelona: Ariel.
- Ramon Folch (1999) *Diccionario de socioecología*. Barcelona: Planeta.
- Josep Fontana (Dir.) (1993), *Historia Universal Planeta*. (vols. 9-12). Barcelona: Planeta.
- Alain Frachon i Daniel Vernet (2006), *La América mesiánica. Los orígenes del neoconservadurismo y las guerras del presente*. Barcelona: Paidós.
- Roger Garaudy (1992), *Los integristas. Ensayo sobre fundamentalismos en el mundo*. Barcelona: Gedisa.
- Eric Hobsbawm (1995), *Historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica.
- Denis Huisman (1997), *Diccionario de las mil obras clave del pensamiento contemporáneo*. Madrid: Tecnos.
- Robert D. Kaplan (2000), *La anarquía que viene. La destrucción de los sueños de la postguerra fría*. Barcelona: Ediciones B.
- Patricio Lóizaga (dir.) (1996), *Diccionario de pensadores contemporáneos*. Barcelona.
- Joan Antón Mellón (ed.) (1998), *Ideologías y movimientos políticos contemporáneos*. Madrid: Tecnos.
- Nicolás Negroponte (2000), *El mundo digital: un futuro que ya ha llegado*. Barcelona: Ediciones B.
- Pepa Roma (2001), *Jaque a la globalización*. Barcelona: Grijalbo.
- Emmanuel Tood (2003), *Després de l'imperi. Assaig sobre la descomposició del sistema americà*. Lleida: Pagès Editors.
- José Maria Vidal Villa (1995), *Cap a una economia mundial. Nord-Sud cara a cara*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Pasquale Villani (1997), *La edad contemporánea, 1945 hasta hoy*. Barcelona: Ariel.

- Immanuel Wallerstein (1997), *El futuro de la civilización capitalista*. Barcelona: Icaria.
- Peter Watson (2002), *Historia intelectual del siglo XX*. Barcelona: Crítica.

Enllaços

- <http://www.xtec.net/~aguiu1/socials/index.htm>
- <http://www.gobiernodecanarias.org/educacion/9/Usr/Apdorta/resocial.htm>
- <http://www.socialesweb.com/http://pandora.uab.es/weblib/pagines/ecanales.html>
- <http://www.uv.es/~apons/http://www.xtec.net/~jdolcet/socials/>
- <http://www.csic.es/cbic/BGH/recinter.htm>
- <http://www.iespana.es/jocana59/enlaces/index.htm>
- <http://www.historiasiglo20.org/>
- <http://www.ucm.es/BUCM/ghi/0500.htm>
- http://www.upf.edu/bibtic/nova_url.htm
- <http://www.gobiernodecanarias.org/educacion/geohis/>
- <http://personal4.iddeo.es/jllovet/ghcweb/index.html>
- <http://www.geocities.com/SunsetStrip/Studio/2982/historia.html>
- <http://webs.racocatala.cat/seglexx/http://www.xtec.net/~csoria1/>
- <http://www.xtec.net/~jperez/hmc/>
- <http://idd02n6r.eresmas.net/spanish.htm>
- <http://www.buscabiografias.com/>
- <http://www.biografiasyvidas.com/>
- <http://www.orange.fr/bin/frame.cgi?u=http%3A//pp.auto.search.ke.voila.fr/>
- <http://www.cinehistoria.com/>
- <http://www.cinescola.info/>
- <http://www.xtec.net/~jbuxader/index.htm>

Història de la Comunicació

Crèdits: 6.00

Primer semestre

OBJECTIUS:

L'objectiu principal de l'assignatura és proporcionar instruments de reflexió sobre el paper de les tecnologies comunicatives en societat. Per això s'ha optat per estudiar diversos escenaris històrics configurats diversament quant a la tecnologia vigent, les estructures de poder i de saber imperants i les crisis vinculades directament o indirecta amb les transformacions comunicatives. La finalitat del curs és que l'aplicació del model teòric sobre el qual es desplega l'assignatura serveixi de referència a l'hora de comprendre i abordar els escenaris comunicatius presents i futurs que es configuren amb les noves tecnologies. En aquest sentit, el coneixement de la història es converteix en un complement i un context per a la reflexió comunicativa.

Que l'assignatura focalitzi sobre les dinàmiques tecnològiques (i dels seus efectes polítics i epistèmics) té a veure amb la complementarietat dels continguts de l'assignatura amb els d'altres matèries que s'imparteixen durant el mateix any i que sí que tenen una finalitat indiscutiblement historicista. De tota manera, però, evidentment, les condicions històriques (polítiques, econòmiques, culturals) formen la part substantiva dels continguts de l'assignatura.a.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

- Conèixer les principals qüestions relacionades amb la societat de la informació, el seu funcionament i tendències.
- Conèixer la història, teories i tendències de la publicitat i les relacions públiques.
- Conèixer l'estructura, fonaments i pràctiques habituals dels mitjans de comunicació i els seus principals formats.

CONTINGUTS:

Unitats docents

1. Ciències socials i història de la comunicació
 1. Epistemologia de les ciències socials
 2. Epistemologia de la història i de la comunicació
2. Les tecnologies de l'Oralitat i de l'Escriptura
 1. De l'oralitat a l'escriptura. La sargantana aixafada contra el mur
 2. De l'oralitat a l'escriptura. Aquells espais daquells temps
3. Edat mitjana i silenci comunicatiu
 1. El silenci a l'Scriptorium. La reforma carolíngia i la lectura silenciosa
4. La modernitat comunicativa
 1. Esquerdes a la fe. Els principis de la modernitat
 2. Impremta. Les revolucions abans de la revolució
5. L'esfera pública i els estats moderns
 1. Estats de dret. L'esfera pública i el nou model legal
 2. Estats de dret. El nacionalisme i la sincronització estatal

6. Conclusió. El model d'anàlisi i de comprensió

AVALUACIÓ:

Avaluació
Pràctiques

1. Nota grupal de tot el semestre 30%
 1. Exposició i treball 15%
 2. Guies de lectura 15%
2. 1r exercici parcial individual (novembre) 35%
3. 2n exercici parcial (febrer) 35%

NOTA DEL CURS: 100% (cada part ha d'estar aprovada per separat, si no, no fa mitjana)

BIBLIOGRAFIA:

Lectura obligatòria per a l'assignatura.

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

Lectures obligatòries per cadascuna de les unitats docents.

Unitat 1.

- Tozzi, V. (1994). Introducció. A: White, H., *El texto histórico como artefacto literario y otros escritos*. Barcelona: Paidós. Pàgs. 9-42.
- DeFleur, M. i Ball Rokeach, M. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. Pàgs. 19-71 (Cap. 1, Etapas del desarrollo de la comunicación humana).

Unitat 2.

- Havelock, E.A. (1996). *La musa aprende a escribir. Reflexiones sobre oralidad y escritura desde la Antigüedad al presente*. Barcelona: Paidós. Pàgs.11-16 (Prólogo) i 19-39 (cap. 1, Programa de investigación).
- Ong, W. (1987). *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. Mèxic, D.F.: Fondo de Cultura Económica. Pàgs. 7-25 i 81-116.

Unitat 3.

- Quer, P. Sincronitzar la vista: La lletra escrita emprèn el vol. A: Rodríguez, J.R. i Campalans, C. (eds.), *Història de les sincronies*. Vic: Eumo Editorial (en premsa).
- Scolari, C. La Galaxia McGutenberg. Una mirada semio-ecològica sobre las interfaces de la escritura. A: Rodríguez, J.R. i Campalans, C. (eds.), *Història de les sincronies*. Vic: Eumo Editorial (en premsa).

Unitat 4.

- Eisenstein, E. (1994). *La revolución de la imprenta en la Edad Moderna europea*. Madrid: Akal. Pàgs. 5-12 (Prólogo); 15-22 (cap. 1, Una revolución no reconocida) i 51-93 (cap. 3, Características de la cultura impresa)
- Paz Gago, J.M. (2006). *La máquina maravillosa. Tecnología y arte en el Quijote*. Madrid: Sial Ediciones. Pàgs. 59-70 (cap. 3, Aquí se imprimen libros. Tecnologías de la comunicación: la

imprensa) i 71-83 (cap. 4, La cabeza encantada. Nuevas tecnologías de la comunicación en la novela cervantina).

- Briggs, A. i Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet*. Madrid: Taurus. Pàgs. 89-125 (cap. 3, Medios y esfera pública a comienzos de la era moderna en Europa).

Unitat 5.

- Habermas, J. (1999). *Historia y crítica de la opinión pública*. Madrid: Gustavo Gili. Pàgs. 65-93 (cap. II, Estructuras sociales de la publicidad).
- Campalans, C. i Rodríguez, M. (2007). Els orígens de la nació quotidiana. Comunicació presentada a la conferència internacional Media History / History in the media, 28-30 març de 2007, University of Wales-Abberyswith. Gregynog (Gal·les).
- Hobsbawm, E. (1988). Pròleg a l'edició catalana i Tradicions massificadores: Europa 1870-1914. A: Hobsbawm, E. i Ranger, T. (eds.), *L'invent de la tradició*. Vic : Eumo Editorial. Pàgs. 7-9 i 247-288.

Llengua Catalana i Espanyola

Crèdits: 6.00

Primer semestre

OBJECTIUS:

A Llengua Catalana i Espanyola pretenem reforçar i consolidar els coneixements bàsics i generals en llengua que l'estudiantat 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 i especialitzats en llengua de la carrera universitària.

En concret, els objectius són:

- Adquirir coneixements avançats de les llengües catalana i espanyola;
- Saber distingir i redactar els diferents tipus de textos acadèmics bàsics i saber utilitzar els aspectes lingüístics i els recursos variats que cada llengua emprà en les diverses situacions comunicatives, i
- Conèixer i saber aplicar la normativa del codi lingüístic del català i la de l'espanyol.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

- Tenir capacitat d'anàlisi i de síntesi.
- Tenir capacitat per organitzar i planificar.
- Saber buscar, analitzar i entendre informació provinent de diverses fonts.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües oficials a Catalunya.
- Tenir capacitat per fer exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i les tasques.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

- Saber expressar-se amb correcció oral i escrita en català i castellà.
- Conèixer i distingir els elements, les formes i els processos dels llenguatges publicitaris en diferents suports i mitjans de comunicació.

AVALUACIÓ:

La qualificació final de l'assignatura de **Llengua Catalana i Espanyola** és la mitjana de les notes obtingudes en l'avaluació de cada llengua per separat, tenint en compte que cal aprovar prèviament i obligatòria la matèria de totes dues llengües.

A **Llengua Catalana** es faran tres pràctiques de textos, i cadascuna té un valor del 20% de la nota; una prova individual, que té un valor del 40% de la nota i que cal aprovar obligatòriament, i

una prova d'ortografia, que cal aprovar obligatòriament i que s'avalua amb un apte / no apte. Al final del quadrimestre hi haurà una sessió de recuperació de matèria suspesa, que permetrà recuperar la prova individual i la prova d'ortografia, però no hi haurà cap exercici de recuperació de les pràctiques de textos. Si l'assignatura se suspèn després d'aquesta recuperació parcial, no hi ha opció a cap més recuperació dins el mateix curs escolar i la matèria queda pendent.

A **Llengua Espanyola** es faran tres exàmens de gramàtica normativa, que valdran el 60% de la nota. Per fer mitjana s'hauran d'aprovar tots els exàmens. El 25% de la nota sortirà de la mitjana de les redaccions quinzenals. El 15% restant correspondrà a l'assistència.

BIBLIOGRAFIA:

Llengua catalana

Tipologia textual i composició de textos

- Bibiloni, Gabriel. *Llengua estàndard i variació lingüística*. València: Eliseu Climent, 2000. (1a edició: 1997.)
- Cassany, Daniel. «Què és el codi escrit?», dins *Descriure escriure. Com s'aprèn a escriure*. Barcelona, Empúries, 1995, p. 21-26. (1a edició: 1987.)
- Castellà, Josep M. *De la frase al text. Teories de l'ús lingüístic*. Barcelona: Empúries, 1996. (1a edició: 1992.)
- Coromina, Eusebi. «Signes de puntuació», dins *El 9 Nou / El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Premsa d'Osona, 2008, p. 173-188.
- Toutain, Ferran. *Sobre l'escriptura*. Barcelona: Blanquerna Tecnologia i Serveis, S.L., Facultat de Comunicació Blanquerna, 2000.

Manuais i gramàtiques

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

Diccionaris generals

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

Llengua espanyola

Diccionaris

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

Gramàtiques i manuals de referència

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

Enllaços

Llengua catalana

- Diccionari normatiu de la llengua catalana DIEC (<http://dlc.iec.cat>)
- Recurs per millorar les competències lingüístiques i comunicatives en l'àmbit acadèmic i professional (http://antalya.uab.es/gab-llengua-catalana/web_argumenta_obert/)
- Recull de nous termes CERCATERM (<http://www.termcat.cat>)
- Llibre d'estil de Vilaweb (<http://10anys.vilaweb.com/llibreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf>)
- Portal lingüístic de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (<http://esadir.cat>)
- Portal sobre llengua catalana enlloc.com (<http://www.enlloc.com/enlloc/index.html>)
- Portal de recursos lingüístics de les universitats de parla catalana (Xarxa Vives d'Universitats: Llengua.info)(<http://www.llengua.info>)

Llengua espanyola

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

Sociologia General i de la Comunicació

Crèdits: 6.00

Primer semestre

OBJECTIUS:

Els profunds canvis produïts en les darreres dècades en l'esfera del consum i la seva importància en les estratègies empresarials justifica l'interès pel seu estudi i, per tant, l'adquisició, per part de l'alumne, d'aquelles competències que li proporcionin uns coneixements generals i crítics del consum com a fenomen social, així com d'aquells factors econòmics, socials, grupals i personals que influeixen en les decisions de l'individu com a subjecte consumidor.

L'assignatura pretén endinsar l'alumne en la comprensió de la societat actual, definida des de les seves pràctiques de consum. Així, s'intentarà reflexionar al voltant del caràcter multidimensional del consum, no només atenent la vessant d'intercanvi utilitatista sinó també tenint en compte les dimensions socioculturals i d'organització social que li estan vinculades.

Al llarg d'aquesta assignatura es persegueixen els següents objectius generals:

- Entendre la importància del consum com a eix definitori de la societat actual així com les seves múltiples implicacions psicosocials
- Dotar l'alumne dels coneixements necessaris al voltant del fenomen del consum i els canvis produïts en aquest àmbit, que han significat l'aparició i desenvolupament de l'actual societat, així com de les reflexions i debats teòrics que sobre el consum s'han dut a terme.
- Familiaritzar l'alumne amb les diverses decisions de compra del consumidor i els processos implicats
- Identificar i avaluar la importància de les influències de l'entorn rebudes per l'individu a través dels diferents processos i estructures socials (la cultura, les classes socials, els grups de referència/pertinença...) que condicionen el seu consum i decisions de compra
- Capacitar l'alumne en la cerca, gestió i transmissió d'informació relacionada amb el consum i el comportament del consumidor alhora que donar a conèixer el ventall de conceptes, metodologies i tècniques emprats en la seva anàlisi.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi
- 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 de treballar en equip
- Saber apreciar la diversitat i la multiculturalitat

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

- Conèixer l'evolució històrica recent del món i comprendre'n els paràmetres bàsics
- Conèixer i saber explicar els grans paradigmes de la sociologia
- Conèixer els mètodes i tècniques per a l'anàlisi del comportament del consumidor i els processos de compra

CONTINGUTS:

BLOC I. INTRODUCCIÓ A L'ESTUDI DEL CONSUM

1. EL FENOMEN DEL CONSUM: CONCEPTES BÀSICS I PARADIGMES

- Introducció. Conceptualització: Consum, Consumisme i Societat de Consum. El comportament del consumidor i l'estratègia de màrqueting. Segmentació del Mercat. Tendències actuals en el comportament del consumidor. Estructura i evolució de la despesa segons categories de Producte. Descripció dels diferents paradigmes explicatius del consum
- PERSPECTIVA HISTÒRICA DEL CONSUM: EIXOS EVOLUTIUS
- Tipus de consum segons el marc històric, social i cultural. De la norma de consum fordista als estils diferenciats de vida
- MODELS DEL COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR
- Aproximació al concepte de model. Classificació dels models globals del comportament del consumidor

BLOC II. L'ENTORN I LES INFLUÈNCIES EXTERNES DEL COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR

1. VARIABLES DE L'ENTORN DE LA DEMANDA

- Factors sociodemogràfics. Factors econòmics. Factors polítics i legals. Factors culturals. Factors tecnològics. Factors mediambientals
- LA CULTURA
- Definició i característiques de la cultura. Els components de la cultura: llenguatge, símbols, valors, normes i rols. Socialització i culturització. Tendències culturals i el seu anàlisi. Aspectes subculturals del comportament del consumidor. Cultura i estratègia de Màrqueting.
- L'ESTRATIFICACIÓ SOCIAL: LES CLASSES SOCIALS I ELS ESTILS DE VIDA
- Definició i trets característics. Paràmetres de classificació: estatus ocupacional, nivell de renda, nivell formatiu, poder i consciència de classe. Mesura de les classes socials. Alternatives de mesura: mesures subjectives, mesures reputacionals, mesures objectives. Aplicacions del comportament de consum en relació a la classe social: actitud davant l'estalvi, relació amb l'adquisició dels productes... Els estils de vida, superació de les variables sociodemogràfiques
- ELS GRUPS SOCIALS I L'ANÀLISI DE LA UNITAT FAMILIAR
- Definició de grup. Les funcions del grup. L'estructura de grup: estatus, rol i normes de conducta. Interacció social i influència interpersonal. La figura del líder, perfil i funció a l'àmbit del consum. Tipus de grups: pertinença vs referència, formals vs informals, primaris vs secundaris. La família com a unitat de consum: els cicles de vida familiar, rols dels membres i decisions col·lectives. Canvis recents en l'estructura familiar.

AVALUACIÓ:

S'avaluarà progressivament l'adquisició dels coneixements propis de la matèria mitjançant la resolució d'un examen, exercicis i l'execució d'un treball final amb l'objectiu de verificar l'evolució de l'alumne al llarg del curs. Les diferents parts de que consta l'avaluació global de l'assignatura (examen, treball i pràctiques) s'han d'aprovar de forma independent.

Els crèdits teòrics s'avaluaran mitjançant un examen imprescindible per aprovar l'assignatura, on es combinaran (aproximadament a parts proporcionals) preguntes tipus test amb preguntes de desenvolupament. Els continguts de l'examen inclouran tant els apunts de classe com el dossier

de l'assignatura. La prova tindrà una durada estimada de 2 hores. El pes de la prova teòrica sobre la nota final és d'un 40%.

La valoració dels crèdits pràctics es basarà, d'una banda, en la realització i presentació (en suport escrit i digital) d'un projecte de recerca que equivaldrà al 40% de la nota. Del treball es valorarà la presentació, la correcció de l'estil, l'organització de l'exposició, l'adequació dels continguts teòrics, el plantejament dels objectius o hipòtesis de treball, i la profunditat dels resultats i recomanacions. Com en el cas de la prova teòrica, l'alumne ha de lliurar i aprovar-lo obligatòriament per tal de superar l'assignatura. D'altra banda, en la configuració de la nota final, s'inclouran els exercicis obligatoris proposats per cadascun dels temes del programa, que computen un 20% de la nota.

BIBLIOGRAFIA:

Obligatòria

- Bernard Dubois; Alex Rovira Celma. *Comportamiento del consumidor y marketing*. Ed. Prentice Hall. 1998 (Temes 1,3,5,6,7)

Lectures recomanades

- Alonso, L.E.; Conde, F. *Historia del consumo en España: Una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo*. Madrid: Debate, 1994 (capítol 2).
- Alonso Rivas, Javier (2000): *Comportamiento del Consumidor*. Madrid: ESIC.
- Álvarez Álvarez, J.L. *Los comportamientos económicos de los españoles: consumo y ahorro*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, Colección Opiniones y Actitudes, 23, 1999.
- Assael, Henry (1987): *Consumer Behavior and Marketing Action*. Ed. PWS-Kent Publishing Company.
- Baudrillard, J. *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Esplugues de Llobregat: Plaza & Janés, 1974.
- Baudrillard, J. *El sistema de los objetos*. Madrid: Siglo XXI, 1999a, 16a edició. (Últim capítol: Conclusión: hacia una definición del consumo).
- Bocoock, R. *El consumo*. Madrid: Talasa Ediciones, 1995.
- Borràs Català, V. *El consumo, un análisis sociológico. La estructura del consumo y los grupos sociales en la región metropolitana de Barcelona*. Barcelona: Cedecs, 1998 (capítol 1).
- Bourdieu, P. *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid. Taurus, 1988 (capítol: Conclusión: clases y enclasmientos, pàg. 478-495).
- Conde F.; Alonso L.E. *Crisis y transformación de las sociedades de consumo: de los modelos nacionales al modelo glocal*. A: Estudios sobre Consumo, 36, pàg. 13-27, 1996a.
- Featherstone, M. *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu, 2000.
- Instituto Nacional de Consumo. *Las tendencias del consumo y del consumidor en el siglo XXI*. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo/Instituto Nacional de Consumo, 2001. També disponible a Internet: <http://www.consumo-inc.es> www.consumo-inc.es
- León, J.L.; Olabarria, E. *Conducta del consumidor y marketing*. Bilbao: Deusto, 1991 (cap. 2, 3 i 4).
- Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama, 1998.
- Loudon, David L.; Albert J. Della Bitta (1995): *Comportamiento del Consumidor. Conceptos y Aplicaciones*. Ed. McGraw-Hill.
- Múgica, J.M.; Ruiz de Maya, S. (1997): *El Comportamiento del Consumidor*. Barcelona: Ariel.
- Quintanilla, Ismael (2002): *Psicología del Consumidor*. Madrid: ESIC Editorial.
- Rebollo Arévalo, A. *La estructura del consumo en España*. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo/Instituto Nacional de Consumo, 2001, 2a edició ampliada i revisada [També

disponible a Internet: <http://www.consumo-inc.es> www.consumo-inc.es].

- Ritzer, George, *La McDonalización de la sociedad*: Barcelona: Ariel, 1996.
- Ruiz de Maya, S.; J. Alonso Rivas (2001): *Experiencias y Casos de Comportamiento del Consumidor*. Madrid: ESIC Editorial.
- Schiffman, Leon G.; Leslie Lazar Kanuk, (1997): *Comportamiento del Consumidor*. Mèxic: Prentice-Hall. Tercera edició.
- Solomon, M.R., (1997): *Comportamiento del Consumidor*. Ed. Prentice-Hall, tercera edició.
- Veblen, Th. *Teoría de la clase ociosa*. Mèxic D.F: Fondo de Cultura Económica, 1974.

Estadística Aplicada a la Comunicació

Crèdits: 6.00

Segon semestre

OBJECTIUS:

En aquesta assignatura de primer curs 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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Saber cercar, analitzar i comprendre la informació provinent de diverses fonts.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat per a la presa de decisions.
- Tenir capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per treballar en diferents entorns tecnològics amb software específic.
- Tenir capacitat de crítica i d'autocrítica.
- Tenir capacitat per al treball en equip.
- Tenir habilitat per treballar en un equip interdisciplinari.
- Tenir compromís ètic al treball.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica
- Tenir habilitat per a la recerca.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir capacitat per a adaptar-se a situacions noves.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

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

CONTINGUTS:

1. Conceptes generals:
 1. Objecte de l'estadística.
 2. Població i mostra.
 3. El procés de l'anàlisi estadística.
2. Els 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. Mostreig:
 1. Mètodes de mostreig.
 2. Càlcul de la dimensió de la mostra.
5. Distribucions bidimensionals.
 1. Distribucions marginals i condicionades.
 2. Regressió lineal simple.
 3. Aplicació pràctica: SPSS

BIBLIOGRAFIA:

- Casa Aruta, E. *200 problemas de estadística descriptiva*. Barcelona: Vicens Vives, 1991.
- Jauset, J.A. *Estadística para periodistas, publicitarios y comunicadores*. Editorial UOC, 2007.
- Jauset, J.A. *La investigación de audiencias en televisión*. 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.
- Ríos, S. *Iniciación estadística*. Madrid: Paraninfo, 1992.
- Tomeo Perucha, V; Uña Juárez, I. *Lecciones de estadística descriptiva*. Thomson, 2003.
- Visauta Vicaut, B. *Análisis estadístico con SPSS para Windows*. McGraw-Hill, 2002.

Estructura de la Comunicació

Crèdits: 6.00

Segon semestre

OBJECTIUS:

L'assignatura permet conèixer i analitzar la situació contemporània 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.

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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar
- Tenir capacitat per comunicar-se oralment i escrit en llengües pròpies
- Tenir capacitat de realitzar exposicions i treballs escrits raonats i coherents
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

- Conèixer les principals qüestions relacionades amb la societat de la informació, el seu funcionament i tendències.
- Conèixer la història, teories i tendències de la publicitat i les relacions públiques.
- Conèixer l'estructura, fonaments i pràctiques habituals dels mitjans de comunicació i els seus principals formats.

CONTINGUTS:

1. Indústries culturals
 1. Concepte d'empresa mediàtica
 2. Desenvolupament
 3. Polítiques culturals
 4. Models d'estructuració mediàtica
 5. Els mitjans de comunicació: de la transnacionalització fins la Globalització
 6. Nacionalització, internacionalització i globalització de la indústria audiovisual
2. Història contemporània de la comunicació
 1. La premsa: formació dels primers grups fins a la digitalització
 2. La televisió: concentració, internacionalització del producte
 1. Situació actual del servei públic
 3. La ràdio: oligopoli i expansió internacional

1. Nous suports (DAB i ràdio digital)
4. El cinema: situació de mercat
5. Sector discogràfic
 1. Context internacional
 2. Pirateria o Música a la xarxa
6. El videojoc o Oferta nacional i internacional
3. La Identitat en al comunicació global
 1. La identitat cultural mediàtica a Europa. Els grups audiovisuals europeus
 2. La teoria del pensament únic
4. El futur dels mitjans de comunicació
 1. Indústries emergents (tecnocultura)
 2. Convergència i multimèdia
 3. Comunicació global: integració i desenvolupament

AVALUACIÓ:

L'assignatura és presencial i l'avaluació és continuada (requereix una assistència mínima del 80% de les sessions)

- Seminari de lectures – 40%
- Treball de curs – 50%
- Exercicis d'avaluació – 10%

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Bernays, Edward (2008) *Propaganda*. Barcelona: Melusina.
- Bustamente, Enrique (1998) *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.
- (2002) *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.
- Chomsky, Noam; Ramonet, Ignacio (1995) *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.
- Díaz Nosty, Bernardo (Dtor.) (2007) *Tendencias 2007. Medios de Comunicación*. Fundación Telefónica.
- Gillmor, Dan (2004) *We the Media*. California: O'Reilly.
- Herman, Edward S.; McChesney, Robert (1999) *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Madrid: Cátedra.
- *Informe de la Comunicació a Catalunya*. Incom, UAB.
- Thomson, John B. (1997, 2ª ed.) *Los media y la posmodernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Complementària

- Flichy, Patrice (1982) *Las multinacionales del audiovisual. Por un análisis económico de los media*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Frattini, Eric; Colías, Yolanda (1996) *Tiburones de la comunicación. Grandes líderes de los grupos multimedia*. Madrid: Pirámide.
- Levis, Diego (1997) *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Barcelona: Paidós. Papeles de

Comunicación, 17.

- McLuhan, Marshall (1996) *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- McQuail, Denis (1992) *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Miguel, Juan Carlos (de) (1993) *Los grupos multimedia*. Barcelona: Bosch.
- Reig, Ramon (1998) *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Barcelona: Paidós. Papeles de Comunicación, 17

Introducció a l'Anglès per a la Publicitat i les Relacions Públiques

Crèdits: 6.00

Segon semestre

OBJECTIUS:

Introducció a l'Anglès per a la Publicitat i les Relacions Públiques té per objectiu introduir el llenguatge específic de l'entorn professional de la publicitat en anglès. Es fa èmfasi en la capacitat comunicativa en anglès de nivell intermedi-avançat a partir de treballs en grup. Es tracta el vocabulari específic i s'aprofundeix en les habilitats d'expressió i comprensió oral i escrita. L'estudiant també ha de revisar punts de gramàtica de la llengua anglesa de manera autònoma. Aquesta assignatura és l'equivalent de les assignatures Anglès I i Anglès II de la Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques. L'aprenentatge de llengua anglesa és clau en el context de la publicitat i les relacions públiques tant durant la formació dins la universitat, com en la pràctica professional. Una gran part de les referències bibliogràfiques i fonts d'informació diverses, així com la comunicació oral i escrita dins d'aquest àmbit, és majoritàriament en llengua anglesa.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

- Saber-se expressar amb correcció oral i escrita en anglès.
- Saber-se comunicar per escrit en situacions professionals habituals en entorns publicitaris i de comunicació empresarial: anuncis, rodes de premsa i presentació de projectes.

CONTINGUTS:

1. Promotional Activities & Branding

Finding out how to promote a product, describing characteristics of brands, discussing advantages and disadvantages

LANGUAGE FOCUS: Simple and complex sentences, language to describe promotional activities, adjectives for describing brands

CASE STUDY: Brand management

2. Telephone Skills

Listening to telephone calls and taking messages, role-playing, listing and giving examples

LANGUAGE FOCUS: telephoning

3. New Product Development

Finding out how a new product is developed,

LANGUAGE FOCUS: Verb tenses, language related to product development

CASE STUDY: Product design

4. Meetings

Finding out how to prepare an effective meeting, structuring a meeting, chairing and participating.

LANGUAGE FOCUS: Modals: present and past, language of meetings

5. Advertising

Finding out how to plan an advertising campaign.

LANGUAGE FOCUS: Questions and negative forms, language of advertising, adjectives for describing adverts

CASE STUDY: Advertising campaign

6 Communication with Partners

Finding out about the organisation of customer care, dealing with complaints, expressing causes

LANGUAGE FOCUS: forms of communication

AVALUACIÓ:

Tipus d'activitat % nota Aprovar Resultat obligatori d'aprenentatge

1 Class Reader 20 R5, R7

2 Project work 1-3 15 R1, R2, R3, R7, R10

3 Telephone Test 10 R4

4 Meeting Test 10 R1

5 Grammar Tests 1-4 25 sí R9

6 Dossier Tests 1-3 20 R8, R6, R7, R10

BIBLIOGRAFIA:

Dossier:

Introducció a l'Anglès per a la Publicitat i les Relacions Públiques

Llibre de gramàtica:

Yule, G. (2008) *Oxford Practice Grammar*. OUP. pag. 2-53

Llibre de lectura:

Mayle, P. (1990) *Up the Agency: The Funny Business of Advertising*. St Martins Press: New York

Taller de Redacció

Crèdits: 6.00

Segon semestre

OBJECTIUS:

El Taller de Redacció té per objectiu 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. 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 elements 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 dels 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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

- Tenir capacitat d'anàlisi i de síntesi.
- Tenir capacitat per organitzar i planificar.
- Saber buscar, analitzar i entendre informació provinent de diverses fonts.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües oficials a Catalunya.
- Tenir capacitat per fer exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i les tasques.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

- Conèixer i utilitzar els recursos lingüístics i literaris correctament adequant-los als diferents mitjans de comunicació.
- Tenir capacitat per analitzar des d'una perspectiva lingüística, pragmàtica i ideològica la producció dels mitjans de comunicació escrits.
- Saber exposar i raonar idees a partir dels fonaments de la retòrica, l'argumentació i la persuasió.
- Tenir capacitat i habilitat per donar forma creativa als missatges.

CONTINGUTS:

1. L'oralitat i l'escriptura
 1. Característiques de la llengua formal respecte de la llengua col·loquial.
 2. Transformació escrita del codi oral espontani.
2. La llegibilitat lingüística: recursos de redacció
 1. Característiques del llenguatge dels mitjans de comunicació: la llengua eficaç.
 2. El llenguatge referencial. L'estàndard de masses.
3. El registre informatiu
 1. Característiques formals: superestructura, macroestructura i microestructura.
 2. La llengua neutra formal: abstracció-conceptualització; objectivitat.
 3. Síntesi de textos. Relació entre els textos.
 4. L'estructura de la notícia. La piràmide invertida.
4. La modalització
 1. Traces modalitzadores. Funció. Contrast de textos: modalitzats / no modalitzats.
5. Els llibres d'estil
 1. Convencions i normativa als mitjans de comunicació.
6. La llegibilitat visual
 1. Disseny general d'una pàgina. Tipus de lletra. Aspectes convencionals de la llengua.

AVALUACIÓ:

1. L'avaluació continuada del Taller de Redacció avalua la progressió de l'alumne en totes les activitats del curs. Durant el quadrimestre, es fan pràctiques d'ensinistrament, activitats de reflexió i discussió de lectures i exercicis, correcció d'exercicis i pràctiques d'avaluació, tot el grup a l'aula i grups petits en tutories.
2. La qualificació final de la matèria és la nota mitjana obtinguda de les pràctiques d'avaluació. Per poder fer aquesta nota mitjana, cal aprovar obligatòriament les pràctiques que corresponen al tema Oral espontani / escrit formal, Llegibilitat i llengua eficaç i Redacció de textos informatius, i també cal tenir un nivell universitari de la normativa de la llengua: es permetran únicament fer deu faltes en qualsevol text, tingui la llargada que tingui.
3. Per poder fer l'avaluació del curs, s'ha d'haver assistit a classe i haver participat activament en les activitats en un 70% del total, com a mínim.
4. Al final del quadrimestre es podrà recuperar com a màxim el contingut suspès del 50% de l'assignatura (els continguts d'una o bé de dues proves parcials). Si l'assignatura se suspèn després d'aquesta recuperació parcial, no hi ha opció a cap més recuperació dins el mateix curs escolar i la matèria queda pendent.

BIBLIOGRAFIA:

- Avui. *Llibre d'estil*. Barcelona: Empúries, 1997.
- Cassany, Daniel. *La cuina de l'escriptura*. Barcelona: Empúries, 2005.
- Cassany, Daniel. *Esmolar l'eina. Guia de redacció per a professionals*. Barcelona: Empúries, 2007.
- Catalunya Ràdio. *Conceptes i materials bàsics de redacció. Les notícies a la ràdio. Pensem, redactem, revisem*. Barcelona: Catalunya Ràdio, 2008. [No editat.]
- Coromina, Eusebi. «El llenguatge eficaç», dins CAMPS, A. (coord.) *Context i aprenentatge de la llengua escrita*. Barcelona: Barcanova, 1994, p. 153-174.

- Coromina, Eusebi. *El 9 Nou / El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Premsa d'Osona, 2008.
- Coromina, Eusebi; Casacuberta, Xavier; Quintana, Dolors. *El treball de recerca. Procés d'elaboració, memòria escrita, exposició oral i recursos*. Vic: Eumo Editorial, 2000.
- *Diccionari de comunicació empresarial. Publicitat. Relacions Públiques. Màrqueting*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana i Termcat, 1999.
- Gomis, Llorenç. *Teoria dels gèneres periodístics*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, Generalitat de Catalunya, 1989.
- Grijelmo, Álex. *El estilo del periodista*. 11a edició, revisada i ampliada. Madrid: Taurus, 2003. (1a edició: 1997.)
- Martínez Albertos, José Luis. *Curso general de redacción periodística*. 5a ed. Madrid: Paraninfo, 2001. (1a edició: 1983.)
- Oliva, Lúcia; Sitjà, Xavier. *Las noticias en radio y televisión*. Barcelona: Omega, 2007.
- Pujol, Mario. «L'anàlisi dels errors de puntuació», dins *Articles de Didàctica de la Llengua i de la Literatura*, núm. 20, gener de 2000, p. 43-57.
- Tuson Valls, Amparo. «Parla com un llibre / Escriu com parla. Això és possible?», dins *Anàlisi de la conversa*. Barcelona: Empúries, 1995.

Enllaços

- Argumenta: recurs per treballar les competències lingüístiques i comunicatives en l'àmbit acadèmic i professional: http://antalya.uab.es/gab-llengua-catalana/web_argumenta_obert/
- Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, portal lingüístic: <http://esadir.cat>
- Diccionari de la llengua catalana de l'Institut d'Estudis Catalans, 2a edició: <http://dlc.iec.cat/>
- Real Academia de la Lengua Española: <http://www.rae.es>
- TERMCAT, centre de terminologia catalana: <http://www.termcat.cat>
- Vilaweb, llibre d'estil: <http://10anys.vilaweb.com/lilibreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf>

Fonts d'Informació

Crèdits: 3.00

Segon semestre

OBJECTIUS:

L'objectiu general de la matèria és capacitar els estudiants en les tècniques documentals més necessàries per desenvolupar-se en el món de la Publicitat i les Relacions Públiques. 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 pretén oferir un esquema clar dels diferents tipus de fonts d'informació generals aplicables a l'estudi de la Publicitat i les Relacions Públiques. 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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses
- Tenir capacitat crítica i autocrítica
- Tenir habilitat d'investigació
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

- Saber buscar, seleccionar, avaluar i organitzar la informació dels mitjans tradicionals i digitals
- Conèixer i analitzar les fonts d'informació i els sistemes de cerca i recuperació d'informació

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
 1. Referències bibliogràfiques
 2. Citacions

AVALUACIÓ:

Consulteu les condicions generals d'avaluació, els exercicis i el pes que tenen a la nota final a l'Aula Virtual de l'assignatura, al Campus Virtual de la UVic.

BIBLIOGRAFIA:

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

Taller d'Informàtica

Crèdits: 3.00

Segon semestre

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
 - Conèixer software bàsic d'ofimàtica, centrant-se en aspectes avançats
 - Conèixer alternatives de software lliure al software d'ofimàtica comercial
 - Conèixer els formats estandarditzats d'intercanvi de dades i la gestió de la informació a internet
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

CONTINGUTS:

1. Introducció a les TIC
2. Entorns Operatius
3. Eines de Productivitat: Presentacions corporatives digitals
4. Eines de Productivitat: Processament de textos

AVALUACIÓ:

Tipus d'acció Dades % nota Aprovar obligatori (Sí/No) Resultat d'aprenentatge relacionat

Exercicis Sessions Presencials Tot el curs 10 No 2, 3, 4

Treball en grup – 20 Sí 1, 2, 3

Examen – 70 Sí 1, 2, 3, 4

Sistema d'avaluació

Descripció de les accions d'avaluació:

- Exercici 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.
- Treball en grup: es tracta de realitzar un treball en grup. Es pot fer ús de qualsevol material de suport i exposar-lo a classe.
- Examen: Per superar l'examen hi ha dues alternatives:
- Avaluació contínua: Consta de dos exercicis individuals (avaluació 1 i 2 en el pla de treball) que s'han d'aprovar per separat. En cas que alguna avaluació no se superi, es pot recuperar

en l'examen final.

- Examen Final: Consta de 2 blocs (equivalents a les dues avaluacions) que cal aprovar per separat.

La nota final de l'examen és una mitjana ponderada dels dos blocs.

BIBLIOGRAFIA:

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