

**GUIA DE
L'ESTUDIANT
2013-2014**

FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

GRAU EN COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL

ÍNDEX

PRESENTACIÓ	1
FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ	2
Estructura	2
Departaments	2
Òrgans de govern	4
CALENDARI ACADÈMIC	6
ORGANITZACIÓ DELS ENSENYAMENTS	7
Objectius generals	7
Metodologia	7
Procés d'avaluació	8
PLA D'ESTUDIS	10
Ordenació temporal de l'ensenyament	10
ASSIGNATURES DE PRIMER CURS	16
Història Contemporània	16
Història de l'Art	19
Història de la Comunicació	22
Llengua Catalana	24
Llengua Espanyola	28
Sociologia General i de la Comunicació	30
Economia i Empresa	33
Estructura del Sistema de Comunicació	36
Fonts d'Informació	39
Introducció a l'Anglès per a la Comunicació Audiovisual	41
Taller d'Informàtica	45
Taller de Redacció Periodística	47
ASSIGNATURES DE SEGON CURS	50
Anglès Escrit per a la Comunicació Audiovisual	50
Taller de Comunicació Gràfica I	53
Taller de Guió	56
Taller de Redacció i Locució en Mitjans Audiovisuels	58
Teories de la Comunicació	60
Anglès Oral per a la Comunicació Audiovisual	63
Llenguatges de la Comunicació	65
Taller de Ràdio	67
Taller de Televisió	69
Teoria i Estructura de la Comunicació a l'Empresa	72
ASSIGNATURES DE TERCER CURS	75
Comunicació Digital Interactiva	75
Dret de la Comunicació	78
Mètodes d'Investigació en Comunicació	81
Narrativa Audiovisual i Multimèdia	83
Taller de Comunicació Gràfica II	87
Taller de Fotografia I	90
Bandes Sonores	94
Investigació d'Audiències	97
Taller d'Infografia	100
Taller de Comunicació Interactiva	102
Taller de Producció Audiovisual	104
Teoria de la Imatge	106
ASSIGNATURES DE QUART CURS	108
Direcció i Producció Audiovisual i Multimèdia	108
Nous Formats Audiovisuels	113
Pràctiques en Empreses	115
Treball de Fi de Grau	117

Art Digital i Nous Mitjans	121
Ètica Professional	124
Taller de Postproducció Audiovisual	127
OPTATIVES	129
Comunicació Mòbil	129
Cross-Cultural Studies	131
Entrepreneurship	133
Fonaments de Programació	135
Global Communication Strategies	138
Història del Cinema	141
International Affairs	145
International Marketing	146
Introducció a l'Animació Digital	147
Introducció als Videojocs	150
Leadership and Management Skills	152
Marketing Innovation	153
Media Convergence	158
Social Media	160
Taller d'Anuncis Televisius	161
Taller d'Àudio Digital	163
Taller d'Infografia Interactiva	165
Taller de Documentals	167
Taller de Fotografia II	170
Taller de Guió Cinematogràfic	173
Taller de Tràiler	175
Taller de Videoclips	177

PRESENTACIÓ

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

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

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

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

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

Amb aquest objectiu treballem i restem a la teva disposició.

FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

Estructura

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

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

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

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

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

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

- Relacions Internacionals
- Formació Continuada
- Pràctiques

Departaments

- Departament de Comunicació
- Departament d'Economia i Empresa

Departament d'Economia i Empresa

- Alejandra Aramayo Garcia
- Núria Arimany Serrat
- Francesc Baqué Puig
- Jordi Casas Vilaro
- Enric Casulleras Ambros
- Josep A. Corral Marfil
- Fina Domènech Rierola
- Xavier Ferràs Hernandez
- Joan Freixanet Solervicens
- Miquel Genis Serra
- Ferran G. Jaen Coll
- Felix Jurado Escobar
- Raymond Lagonigro Bertran
- Rafa Madariaga Sánchez

- Joan Carles Martori Cañas
- Daniel Nicholls
- Ramon Oller Pique
- Lola Palomo Chicarro
- Anna Pérez Quintana
- Sara Puigví Vila
- Maria Antònia Pujol Famadas
- Josep Terradellas Cirera
- Xavier Vicente Soriano

Departament de Comunicació

- Oreste Attardi Colina
- Jordi Badia Perea
- Mar Binimelis Adell
- Núria Bover Jiménez
- Josep Burgaya Riera
- Gonçal Calle Rosingana
- Francesc Xavier Carmona Sanchez
- Montse Casas Arcons
- Ignasi Coll Parra
- Gerard Coll Planas
- Irene Colom Valls
- Carme Colomina Salo
- Ruth Contreras Espinosa
- Eusebi Coromina Pou
- Jordina Coromina Subirats
- Montse Corrius Gimbert
- Arnau Costa Torrents
- Clara De Uribe Gil
- Oscar Fernández Ferrer
- Efrain Foglia Romero
- Maria Forga Martel
- Gerard Franquesa Capdevila
- Arnau Gifreu Castells
- Nacho Gil González
- Ricard Giramé Parareda
- Zahaira González Romo
- Carles Grau Batrina
- Fina Guix Soldevila
- Emma Hitchen
- Teresa Julio Gimenez
- Irene Llop Jordana
- Anna Masferrer Giralt
- Joan Masnou Suriñach
- Santos Mateos Rusillo
- Ramon Miravittlas Pous
- Henry Naranjo Pérez
- Héctor Navarro Guere
- Julio Panizo Alonso
- Cristina Perales Garcia
- M.Àngels Piñana Garriga
- Santi Ponce Vivet
- Rosa Pons Cerda

- Pere Quer Aiguadé
- Jordi Ribot Punti
- Francesc Roma Casanovas
- Jordi Serrat Manen
- Llorenç Soldevila Balart
- Marc Vaillo Daniel
- Conrad Xalabarder Aulet

Òrgans de govern

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

Degà

- Xavier Ferràs i Hernández

Vicedegà de Promoció i Relacions Externes

- Xavier Ginesta i Portet

Vicedegà de Recerca, Transferència de Coneixement i Qualitat

- Jordi de San Eugenio i Vela

Cap d'Estudis

- Eulàlia Massana i Molera

Coordinadora d'Administració i Direcció d'Empreses

- Anna M. Sabata i Aliberch

Coordinadora del Curs d'Adaptació al grau d'Administració i Direcció d'Empreses

- Carme Viladecans i Riera

Coordinador de Periodisme

- Sergi Sola i Saña

Coordinador de PIRP

- Guillem Marca Francés

Coordinadora de Comunicació Adiovisual

- Anna Palomo Chinarro

Coordinador de Màrqueting i Comunicació Empresarial

- Santiago Jordán Ávila

Directors de Departament

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

Coordinador de Formació Continuada

- Cèsar Duch i Martorell

Coordinador acadèmic de Relacions Internacionals

- Pere Morera i Pérez

CALENDARI ACADÈMIC

Calendari acadèmic 2013-2014

Docència:

- Les 36 setmanes del curs acadèmic es distribuïran entre el 2 de setembre i el 27 de juny
- Les 30 setmanes de docència es distribuïran entre el 6 de setembre i el 4 de juny

Docència 1rQ:

- Del 9 de setembre al 25 de gener

Docència 2nQ:

- Del 3 de febrer al 30 de maig

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

Vacances de Nadal:

- Del 21 de desembre de 2013 al 6 de gener de 2014, inclosos

Vacances de Setmana Santa:

- Del 14 al 21 d'abril de 2014, inclosos

Dies festius:

- Dissabte 12 d'octubre de 2013 - El Pilar
- Divendres 1 de novembre de 2013 - Tots Sants
- Dissabte 2 de novembre de 2013 - No lectiu
- Divendres 6 de desembre de 2013 - La Constitució
- Dissabte 7 de desembre de 2013 - No lectiu
- Diumenge 8 de desembre de 2013 - La Puríssima
- Dijous 1 de maig de 2014 - Festa del treball
- Divendres 2 de maig de 2014 - Festa UVic
- Dissabte 3 de maig de 2014 - No lectiu
- Llegendes Dilluns 9 de juny de 2014 - Segona Pasqua (festa local pendent d'aprovació)
- Lectiu Dilluns 23 de juny de 2014 - Pont
- No lectiu Dimarts 24 de juny de 2014 - Sant Joan
- Pont Dissabte 5 de juliol de 2014 - Festa Major (festa local)
- Festiu Dijous 11 de setembre de 2014 - Diada Nacional

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

ORGANITZACIÓ DELS ENSENYAMENTS

Objectius generals

1. Tenir coneixement teòric i metodològic de la professió.
 1. Tenir coneixement dels fonaments teòrics de la comunicació audiovisual i multimèdia.
 2. Tenir coneixement de la metodologia d'investigació en comunicació audiovisual i multimèdia.
1. Tenir coneixement i domini dels llenguatges de la comunicació
 1. Tenir coneixement i domini de la llengua catalana i castellana
 2. Tenir coneixement avançat de la llengua anglesa
 3. Tenir coneixement i domini dels sistemes de significació gràfics, audiovisuals i multimèdia
 4. Tenir coneixement de les formes d'analitzar, sintetitzar, corregir i produir textos.
1. Tenir coneixement del context cultural i professional
 1. Tenir coneixement del context cultural, artístic, econòmic, social i històric
 2. Tenir capacitat de respectar i aplicar la pràctica professional als drets fonamentals
 3. Tenir coneixement de la concepció cultural europea
1. Tenir coneixements instrumentals i de mètodes de treball professionals
 1. Tenir coneixement i domini de tècniques instrumentals de la professió
 2. Tenir mètode de treball, qualitat, rigor i professionalitat per tal d'assegurar nivells homologats de qualitat en la professió.
1. Tenir coneixements associats a perfils professionals
 1. Formats Televisius: Professionalitzar-se en el sector televisiu
 2. Comunicació Digital Interactiva: Professionalitzar-se en el sector multimedia interactiu (*online*, *offline*)
 3. Cinema i Cultura Audiovisual: Professionalitzar-se en el sector del cinema i la cultura audiovisual
 4. Business and Communication: Professionalitzar-se en els aspectes comunicatius i empresarials amb perfil internacional
 5. Gestió de la Informació Multimèdia: Professionalitzar-se en l'àmbit de la gestió de la informació en entorns multimèdia.

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	60
Obligatòria	129
Optativa	30
Treball de Fi de Grau	9
Pràctiques Externes	12
Total	240

Ordenació temporal de l'ensenyament

PRIMER CURS

Primer

	Crèdits	Tipus
Història Contemporània	6,0	Formació Bàsica
Història de l'Art	6,0	Formació Bàsica
Història de la Comunicació	6,0	Formació Bàsica
Llengua Catalana	3,0	Obligatòria
Llengua Espanyola	3,0	Obligatòria
Sociologia General i de la Comunicació	6,0	Formació Bàsica

Segon

	Crèdits	Tipus
Economia i Empresa	6,0	Formació Bàsica
Estructura del Sistema de Comunicació	6,0	Formació Bàsica
Fonts d'Informació	3,0	Obligatòria
Introducció a l'Anglès per a la Comunicació Audiovisual	6,0	Formació Bàsica
Taller d'Informàtica	3,0	Obligatòria
Taller de Redacció Periodística	6,0	Formació Bàsica

SEGON CURS

Primer

	Crèdits	Tipus
Anglès Escrit per a la Comunicació Audiovisual	6,0	Formació Bàsica
Taller de Comunicació Gràfica I	6,0	Obligatòria
Taller de Guió	9,0	Obligatòria
Taller de Redacció i Locució en Mitjans Audiovisuals	6,0	Obligatòria
Teories de la Comunicació	6,0	Formació Bàsica

Segon

	Crèdits	Tipus
Anglès Oral per a la Comunicació Audiovisual	3,0	Obligatòria
Llenguatges de la Comunicació	6,0	Obligatòria
Taller de Ràdio	6,0	Obligatòria
Taller de Televisió	6,0	Obligatòria
Teoria i Estructura de la Comunicació a l'Empresa	6,0	Obligatòria

TERCER CURS

Primer

	Crèdits	Tipus
Comunicació Digital Interactiva	3,0	Obligatòria
Dret de la Comunicació	3,0	Obligatòria
Mètodes d'Investigació en Comunicació	6,0	Obligatòria
Narrativa Audiovisual i Multimèdia	6,0	Obligatòria
Optatives	6,0	Optativa
Taller de Comunicació Gràfica II	3,0	Obligatòria
Taller de Fotografia I	3,0	Obligatòria

Segon

	Crèdits	Tipus
Bandes Sonores	3,0	Obligatòria
Investigació d'Audiències	3,0	Obligatòria
Optatives	6,0	Optativa
Taller d'Infografia	3,0	Obligatòria
Taller de Comunicació Interactiva	3,0	Obligatòria
Taller de Producció Audiovisual	9,0	Obligatòria
Teoria de la Imatge	3,0	Obligatòria

QUART CURS

Primer

	Crèdits	Tipus
Direcció i Producció Audiovisual i Multimèdia	6,0	Obligatòria
Nous Formats Audiovisuals	6,0	Obligatòria
Optatives	9,0	Optativa
Pràctiques en Empreses	12,0	Pràctiques Externes
Treball de Fi de Grau	9,0	Treball de Fi de Grau

Segon

	Crèdits	Tipus
Art Digital i Nous Mitjans	3,0	Obligatòria
Ètica Professional	3,0	Obligatòria
Optatives	9,0	Optativa
Taller de Postproducció Audiovisual	3,0	Obligatòria

OPTATIVITAT

Menció en Business and Communication

Per obtenir aquesta menció, de la qual quedarà constància al títol, cal:

- fer el Treball de Fi de Grau vinculat a la menció

OBJECTIUS:

La menció Business and Communication té com a objectiu donar a l'estudiant una visió internacional sobre aspectes de la comunicació empresarial, el màrqueting i l'emprenedoria.

REQUISITS:

Per obtenir aquesta menció, de la qual quedarà constància al títol, cal:

- fer el Treball de Fi de Grau vinculat a la menció
- dels 30 crèdits optatius que cal cursar, un mínim de 24 han de ser de les assignatures optatives detallades a continuació

	Crèdits
International Affairs	6,0
Media Convergence	3,0
Social Media	3,0
Leadership and Management Skills	6,0
Business English	3,0
Branding	6,0
Global Communication Strategies	6,0
International Marketing	6,0
Cross-Cultural Studies	6,0
Entrepreneurship	6,0
Marketing Innovation	6,0

Menció en Cinema i Cultura Audiovisual

Per obtenir aquesta menció, de la qual quedarà constància al títol, cal:

- fer el Treball de Fi de Grau vinculat a la menció

OBJECTIUS:

La menció de Cinema i Cultura Audiovisual té com a objectiu principal iniciar a l'alumne en l'exercici professional dins del sector del cinema i de la cultura audiovisual, tant en els aspectes crítics com productius. S'aprofundirà en l'anàlisi del cinema i de les diferents formes dels llenguatges audiovisuals.

REQUISITS:

Per obtenir aquesta menció, de la qual quedarà constància al títol, cal:

- fer el Treball de Fi de Grau vinculat a la menció
- dels 30 crèdits optatius que cal cursar, un mínim de 24 han de ser de les assignatures optatives detallades a continuació

	Crèdits
Història del Cinema	6,0
Crítica Audiovisual	3,0
Cultura Pop. Cultura de Masses	3,0
Taller de Fotografia II	3,0
Taller de Documentals	6,0
Taller de Guió Cinematogràfic	6,0
Introducció a l'Animació Digital	6,0
Taller de Tràiler	3,0

Menció en Comunicació Digital Interactiva

Per obtenir aquesta menció, de la qual quedarà constància al títol, cal:

- fer el Treball de Fi de Grau vinculat a la menció

OBJECTIUS:

La menció de Comunicació Digital Interactiva té com a objectiu principal iniciar a l'alumne en l'exercici professional dins del sector multimèdia interactiu. S'aprofundirà en l'anàlisi de les noves formes de comunicació digital interactiva.

REQUISITS:

Per obtenir aquesta menció, de la qual quedarà constància al títol, cal:

- fer el Treball de Fi de Grau vinculat a la menció
- dels 30 crèdits optatius que cal cursar, un mínim de 24 han de ser de les assignatures optatives detallades a continuació

	Crèdits
Arquitectura de la Informació	3,0
Introducció als Videojocs	3,0
Comunicació Mòbil	6,0
Disseny d'Interfícies i Usabilitat	3,0
Taller de Comunicació Col·laborativa	3,0
Fonaments de Programació	6,0
Taller de Producció de Comunicació	6,0
Taller d'Àudio Digital	3,0
Programació Web Avançada	3,0
Taller d'Infografia Interactiva	6,0

Menció en Formats Televisius

Per obtenir aquesta menció, de la qual quedarà constància al títol, cal:

OBJECTIUS:

La menció de Formats Televisius té com a objectiu principal iniciar a l'alumne en l'exercici professional dins del sector televisiu, posant especial èmfasi en els nous formats de breu durada. S'aprofundirà en l'anàlisi dels formats i gèneres televisius que fins avui són referents per a la producció i la transmissió de continguts.

REQUISITS:

Per obtenir aquesta menció, de la qual quedarà constància al títol, cal:

- fer el Treball de Fi de Grau vinculat a la menció
- dels 30 crèdits optatius que cal cursar, un mínim de 24 han de ser de les assignatures optatives detallades a continuació

	Crèdits
Història del Cinema	6,0
Taller de Videoclips	6,0
Comunicació i Educació	6,0
Taller de Documentals	6,0
Taller d'Anuncis Televisius	3,0
Taller de Tràiler	3,0

Optatives sense itinerari

	Crèdits
Taller Avançat de Ràdio	6,0
Arquitectura de la Informació	3,0
Bases de Dades	3,0
Fonaments de la Programació	6,0
Visualització de la Informació	3,0
Gestió del Coneixement	3,0

ASSIGNATURES DE PRIMER CURS

Història Contemporània

Formació Bàsica

Primer

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Josep Burgaya Riera

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.

Objectius:

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

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Tenir habilitat per relacionar els diferents factors que modulen les conjuntures històriques.
- Saber identificar els principals actors, institucions i estructures socials.
- Saber resumir o adaptar textos especialitzats mitjançant un llenguatge o lèxic comprensible per a un públic majoritari.
- Saber exposar els resultats de la recerca de manera oral, escrita, audiovisual o digital, de forma adequada d'acord amb els canons acadèmics.
- Saber exposar els resultats de la recerca de manera oral, escrita, audiovisual o digital, de forma adequada d'acord amb els canons acadèmics.

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^a 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^a 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 ponderada de les diferents parts on s'avaluen activitats diverses com exercicis (20%), proves parcials de contingut (20%), de vocabulari (20%), lectures (20%), treball en equip (20%). El fet de no lliurar o presentar una activitat té una penalització de -0.3 punts de la nota final per cadascuna de les activitats no presentades. 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:

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

Història de l'Art

Formació Bàsica

Primer

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Santos Miguel Mateos Rusillo

OBJECTIUS:

Aquesta assignatura facilita als estudiants una visió general i històrica de la producció artística contemporània, tot aportant el marc conceptual per valorar-la estèticament.

Durant tot aquest ?passeig? per dos segles d'història artística, s'analitzarà fonamentalment:

- La producció artística contemporània des de l'arribada de la Modernitat a la Postmodernitat;
- La utilització de l'art com a mitjà de propaganda política;
- La relació entre el món de l'art, les revolucions tecnològiques i la cultura de masses.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer la producció artística contemporània de la Modernitat a la Postmodernitat.

CONTINGUTS:

1. Qüestions fonamentals al voltant de l'art, l'artista i l'estètica.
 - 1.1. Objectius.
 - 1.2. Orígens dels conceptes.
 - 1.3. Evolució de l'art, de la figura de l'artista i de l'experiència estètica.
2. El naixement de l'Art Modern.
 - 2.1. L'arribada de la Modernitat: del Realisme al calaix de sastre del Postimpressionisme.
 - 2.2. "Art Nouveau" i l'obra d'art total.
 - 2.3. William Morris i les "Arts & Crafts": la tensió epocal art-artesania-indústria.
 - 2.4. El cartellisme: punt de trobada entre el llenguatge artístic, el disseny gràfic i la publicitat.
 - 2.5. Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec i Alphonse Mucha, pares del cartellisme.
 - 2.6. El cartellisme català: els concursos, Ramon Casas i Alexandre de Riquer.
 - 2.7. El camí cap al funcionalisme racionalista: menys és més.
 - 2.8. El procés de depuració formal i funcional del cartell: Leonetto Cappiello i el "Plakatstil" alemany.

3. L'Art Modern i el naixement de l'art de masses.
 - 3.1. El naixement de la fotografia i del cinema.
 - 3.2. Art i fotografia.
 - 3.3. Paul Valéry i Walter Benjamin: l'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica.
 - 3.4. Les Primeres Avantguardes del segle XX.
 - 3.5. La Bauhaus: gresol de la Modernitat.
 - 3.6. Art i disseny al servei d'una causa: el constructivisme rus.
 - 3.7. Cartell i avantguarda: Cassandre.
 - 3.8. Introducció de l'art auràtic en la cultura de masses: el cas de la Monna Lisa.
 - 3.9. Art i cultura de masses: el cas de Dalí.
4. Ètica i estètica: Art i propaganda política.
 - 4.1. El paper de l'art en els règims totalitaris d'Alemanya, Itàlia i Rússia.
 - 4.2. El cas espanyol durant la Guerra Civil: el Pavelló d'Espanya a "l'Exposition Internationale des Arts et des Techniques dans la Vie Moderne" de París de 1937.
 - 4.3. El cas espanyol durant la Guerra Civil: la salvaguarda del patrimoni artístic.
 - 4.4. El cartellisme polític: de la I a la II Guerra Mundial.
 - 4.5. El cartellisme polític: la Guerra Civil espanyola.
 - 4.6. Cinema i propaganda política.
5. L'art a l'època d'esplendor de la cultura de masses.
 - 5.1. La crisi del Moviment Modern: la resposta pop i postmoderna.
 - 5.2. L'obra d'art auràtica a l'època de la seva reproductibilitat digital.
 - 5.3. La relació actual entre art auràtic i cultura de masses: apocalíptics o integrats.

AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/No)	Resultat d'aprenentatge relacionat
Pràctica 1		20 %	No	1
Pràctica 2		10 %	No	2
Pràctica 3		20 %	No	2
Pràctica 4		10 %	No	2, 3, 4
Pràctica 5		10 %	No	5
Examen		30 %	No	1, 2, 3, 4, 5

Sistema d'avaluació continuada conformat per:

- conjunt de pràctiques (70 % de la nota final),
- examen (30 % de la nota final).

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:

- *Art i poder. L'Europa dels dictadors: 1930-1945*, Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, 1996.
- BENJAMIN, Walter. *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*, Barcelona: Edicions 62,

- 1983.
- BUSQUET DURAN, Jordi. *El sublim i el vulgar. Els intel·lectuals i la «cultura de masses»*, Barcelona: Proa, 1998.
 - CLARK, Toby. *Arte y Propaganda en el siglo XX. La imagen política en la era de la cultura de masas*, Madrid: Ediciones Akal, 2000.
 - COLORADO, Arturo. *Hipercultura visual. El reto hipermedia en el arte y la educación*, Madrid: Editorial Complutense, 1997.
 - FURIÓ, Vicenç. *Sociología del arte*, Madrid: Ediciones Cátedra, 2000.
 - GOMBRICH, E.H. *La Historia del arte*, Madrid: Debate, 2002.
 - GOMPERTZ, Will. *¿Qué estás mirando? 150 años de arte moderno en un abrir y cerrar de ojos*, Madrid: Taurus, 2013.
 - JIMÉNEZ, José. *Teoría del arte*, Madrid: Tecnos, 2002.
 - MORRIS, William. *Cómo vivimos y cómo podríamos vivir?*, Logroño: Pepitas de calabaza ed., 2004.
 - MORRIS, William. *Noticias de ninguna parte*, Barcelona: Ediciones Minotauro, 2004.
 - MORRIS, William. *Escritos sobre arte, diseño y política*, Sevilla: Editorial Doble J., 2005.
 - RAMÍREZ, Juan Antonio. *Medios de masas e Historia del Arte*, Madrid: Ediciones Cátedra, 1976.
 - SCHARF, Aaron. *Arte y fotografía*, Madrid: Alianza Editorial, 2001.
 - SOUGEZ, Marie-Loup. *Historia de la fotografía*, Madrid: Ediciones Cátedra, 1994.
 - TALENS, Jenaro; ZUNZUNEGUI, Santos (coord.). *Historia general del cine. Orígenes del cine*, vol. I, Madrid: Ediciones Cátedra, 1998.
 - VALÉRY, Paul. "La conquista de la ubicuidad", a *Piezas sobre arte*, Madrid: Visor, 1999.

Història de la Comunicació

Formació Bàsica

Primer

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Francesc Roma Casanovas
- Santos Miguel Mateos Rusillo

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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.

CONTINGUTS:

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

AVALUACIÓ:

Ítems del sistema d'avaluació:

- Pràctiques i exercicis individuals 50%
- Examen individual 50%

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:

- Borderia, E.; Laguna, A. & Martínez, F. A. (1996). *Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencias*. Madrid: Síntesis.
- 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.
- Vázquez Montalbán, M. (2000). *Historia y comunicación social*. Barcelona: Mondadori.
- Williams, R. (ed.). (1992). *Historia de la comunicación. Vol. 1: Del lenguaje a la escritura*. Barcelona: Bosch.
- Williams, R. (ed.). (1992). *Historia de la comunicación. Vol. 2: De la imprenta a nuestros días*. Barcelona: Bosch.

Llengua Catalana

Obligatòria

Primer

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordina Coromina Subirats
- Llorenç Soldevila Balart
- Nuria Bover Jimenez

OBJECTIUS:

- Treballar els aspectes descriptius i normatius de les llengües catalana i espanyola que facilitin la competència lingüística en català i espanyol estàndard i la pràctica de l'escriptura per part dels estudiants.
- Compondre textos amb coherència, cohesió i precisió lèxica.
- Conèixer la diversitat funcional de totes dues llengües.
- Familiaritzar els estudiants amb l'estructura dels textos i els diversos formats textuais.
- Desenvolupar la destresa en l'ús de la llengua escrita a partir d'exercicis pràctics.
- Analitzar els recursos d'estil i els mecanismes lingüístics associats.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- 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 per aplicar el coneixement a la pràctica.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber resumir o adaptar textos especialitzats mitjançant un llenguatge o lèxic comprensible per a un públic majoritari.

CONTINGUTS:

- Llengua catalana
- Llengua espanyola
- La llengua estàndard. Els gèneres discursius de l'àmbit professional
- Acentuació
- Tipologia de textos: expositius, argumentatius, descriptius, narratius, instructius
- Puntuació
- Principis d'adequació del text. El paràgraf
- Ortografia
- Aspectes de la cohesió sintàctica
- Morfología lèxica

- Qüestions de morfosintaxi
- Género
- Precisió lèxica
- Número
- Pràctiques textuais
- Adjetivo
- Determinativos
- Pronombre
- Verbo
- Adverbio
- Conjunció
- Preposició

AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/No)	Resultat d'aprenentatge relacionat
Bloc ortogràfic	Quadrimestral	Apte/No apte	Sí	1, 3
Pràctica text explicatiu	Mensual	30%	No	1, 2, 3, 4, 5, 6
Pràctica text argumentatiu	Mensual	30%	No	1, 2, 3, 4, 5, 6
Pràctica a l'aula	Mensual	40%	Sí	1, 2, 3, 4, 5, 6

Sistema d'avaluació

La nota final de l'assignatura és la mitjana de les qualificacions obtingudes en l'avaluació contínua de cada llengua, en el benentès que cal aprovar-les prèviament totes dues per separat.

En la matèria de llengua catalana, l'examen del final del quadrimestre permet recuperar la qualificació del bloc ortogràfic i la de la pràctica individual, però no pas les de les dues pràctiques anteriors (text explicatiu i text argumentatiu).

En la matèria de llengua espanyola, al llarg del semestre es fan dues proves parcials que donaran el 50% de la nota. Aquestes proves poden ser recuperables en una prova de validació final. La resta, l'altre 50%, s'obtindrà de les redaccions, que s'han de lliurar el dia que es fixi. Un endarreriment en el lliurament suposarà un descompte del 20% de la nota. Les redaccions no són recuperables.

Les dates dels exàmens es fixaran al començament del curs i són inamovibles. Els alumnes hauran d'examinar-se el dia que s'hagi assignat i no es podran fer exàmens individuals a no ser per les causes majors indicades per llei: mort de familiar proper, baixa o citació judicial. Es recorda que el plagi és un delictes i, per tant, està penalitzat. La primera detecció de plagi suposarà un 0 de l'activitat i una segona detecció comportarà un suspens en l'assignatura.

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/livreestil/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]

Llengua Espanyola

Obligatòria

Primer

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Espanyol

PROFESSORAT

- M. Teresa Julio Gimenez
- Nuria Bover Jimenez

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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- 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 de crítica i autocrítica.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber aprofitar els recursos lingüístics i literaris que siguin més adequats als diferents mitjans de comunicació, amb un ús correcte tant oral com escrit de la llengua.
- Saber resumir o adaptar textos especialitzats mitjançant un llenguatge o lèxic comprensible per a un públic majoritari.
- Conèixer les llengües catalana i espanyola (oral i escrita) en un nivell avançat.

CONTINGUTS:

A les classes de les primeres hores de la setmana es repassaran aspectes relacionats amb l'accentuació, la puntuació i l'ortografia. El manual que es farà servir és el de Leonardo Gómez Torrego: *Hablar y escribir correctamente*, vol. I, Madrid, Arco Libros.

A les classes de les segones hores de la setmana es treballaran els següents temes (vol. II del mateix manual):

1. El gènere
2. El nombre
3. L'adjectiu
4. El determinant
5. El pronom
6. El verb
7. La morfologia
8. L'adverbi
9. La conjunció
10. La preposició

AVALUACIÓ:

Al llarg del semestre es faran dues proves parcials que donaran el 50% de la nota. Aquestes proves poden ser recuperables en una prova de validació final (repesca). La resta, l'altre 50%, s'obtindrà de les pràctiques que es lliuraran el dia que s'hagi determinat. Les pràctiques no són recuperables.

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

Formació Bàsica

Primer

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Gerard Coll Planas

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 vol ser 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 de mètode. 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.

En conseqüència, i per assolir aquest objectiu, caldrà que, a la fi del curs, l'alumne conegui i identifiqui els principals actors, institucions i estructures socials, així com els diferents autors i paradigmes que han tractat de descriure d'una manera científica la realitat social.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.

CONTINGUTS:

1. Introducció a la Sociologia
 1. Què és la sociologia
 2. Els orígens de la sociologia
 3. La sociologia com a ciència
 4. Conceptes bàsics
 5. Debats fonamentals
1. 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
2. La interacció social i el procés d'institucionalització
 1. El procés d'institucionalització

- 2. Els rols socials
- 3. Estructura i canvi social
 - 1. El concepte d'estructura social
 - 2. Classe social
 - 3. Estatus
 - 4. El gènere i la sexualitat
 - 5. Factors i dinàmiques del canvi social
 - 6. La immigració
- 4. Institucions socials
 - 1. La família
 - 2. L'educació
 - 3. El treball
 - 4. La religió
 - 5. Els mitjans de comunicació
- 5. Autors, corrents i teories
 - 1. Karl Marx
 - 2. Emile Durkheim
 - 3. Max Weber
 - 4. Corrents contemporanis

AVALUACIÓ:

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

Sistema d'avaluació

Amb la finalitat de comprovar que l'alumnat ha assolit perfectament els objectius d'aprenentatge inicialment fixats, els estudiants hauran de demostrar els coneixements adquirits mitjançant un procés d'avaluació continuada que consta de tres blocs:

1. En grups de tres persones s'haurà de realitzar una investigació sociològica en què s'integrin elements teòrics prèviament estudiats amb dades empíriques. Es presentarà de forma escrita (en dues entregues) i en dues presentacions orals. El darrer dia de classe es podran tornar a lliurar les entregues revisades per tal de pujar la nota inicial. Cada entrega valdrà el 20% de la nota i cada presentació, el 5%. Per tant, en total, el treball representa el 50% de la nota.
2. A nivell individual s'ha de fer una ressenya crítica de la lectura obligatòria ("Divertim-nos fins a morir"), que valdrà un 10% de la nota final.
3. Exàmens de caire teòric sobre la totalitat dels continguts explicats a classe durant el present quadrimestre. Es faran dos parcials cadascun dels quals suposarà el 20% de la nota final.

BIBLIOGRAFIA:

Manuals

- 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. (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.

Economia i Empresa

Formació Bàsica

Segon

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Anna M. Perez Quintana
- Enric Casulleras Ambros
- Jose Antonio Corral Marfil
- Josep Terradellas Cirera
- Rafael De Madariaga Sanchez

OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és introduir als estudiants del Grau de Comunicació Audiovisual al coneixement del sistema econòmic i de la gestió empresarial. En l'àmbit de l'economia, es tracta de donar-los les eines necessàries per a la comprensió de l'activitat pròpia del sector emmarcat en el funcionament del sistema econòmic i fer-los capaços d'analitzar la informació especialitzada, tant en el marc nacional com internacional.

L'assignatura té importància cabdal com a base general per a la comprensió del que l'estudiant farà professionalment en l'entorn empresarial. Donat que es tracta d'una assignatura introductòria als conceptes i eines d'anàlisi de les dades, correspon al primer curs del Pla d'Estudis. La major part de l'activitat del futur graduat tindrà a veure amb la significació econòmica del que fa, emmarcat la majoria de vegades en l'exercici de la professió dins d'una organització empresarial, per la qual cosa li és del tot necessari conèixer i saber interpretar la significació econòmica i empresarial del que farà.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

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

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics i metodològics de la realització i gestió dels processos de producció en els sistemes capitalistes.
- Saber analitzar i representar les dades.
- Entendre el funcionament del sistema econòmic i els seus tres aspectes bàsics: producció, distribució i pautes de consum.

CONTINGUTS:

Economia i Empresa per a Graus de Comunicació.

Economia

1. Economia. Una distinció útil: Ciència econòmica vs. Sistema econòmic.
 - a) Ciència Econòmica. Definició i perspectiva històrica.
 - b) L'activitat econòmica: El flux circular de la renda.
2. El mercat com a mecanisme. Assignació de recursos.
 - a) Mercats competitius: oferta i demanda.
 - b) Mercats reals: competència imperfecta.
 - c) El poder de mercat i la regulació pública.
3. El funcionament global de l'economia.
 - a) Les macromagnituds reals. La demanda i la oferta agregades.
 - b) El paper del diner i les institucions financeres.
 - c) Les externalitats i el paper del sector públic: la política econòmica; l'estat del benestar.
 - d) La dinàmica econòmica: creixement i crisis. Inflació i atur.
4. Les relacions econòmiques internacionals.
 - a) Fluxos reals: tipus de canvi, exportacions, importacions i balança de pagaments.
 - b) Fluxos monetaris: tipus de canvi, tipus d'interès, actius internacionals.
 - c) La globalització: definició, causes i conseqüències.
 - d) Les organitzacions econòmiques internacionals: FMI, Banc Mundial, OMC.
 - e) La crisi financera i econòmica 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:

L'avaluació és continuada i exigeix l'assistència obligatòria a classe. L'avaluació es farà amb una mitjana aritmètica de l'avaluació de **cada part de l'assignatura: Economia i Empresa**. Per a fer mitjana cal tenir una nota mínima de 5 a cada part de l'assignatura.

1. Per la primera part, **Economia**, es farà un control (data assenyalada al pla de treball). La nota del control val el 90% de la nota. La resta (10%) valorarà l'assistència, la participació i la implicació dels estudiants en el desenvolupament de l'assignatura. En cas de no superar la part de l'assignatura, al juny hi haurà un examen de recuperació.

2. La part de l'assignatura corresponent a l'àrea d'**empresa** s'avaluarà contínuament durant el període de classes. L'avaluació es dividirà en tres parts: el Test I, el Test II i els casos pràctics. Un cop finalitzada l'assignatura, al juny, només es podrà repesca una de les tres parts. La nota final de la part d'empresa serà la mitjana aritmètica de les notes obtingudes en les tres parts, sempre que s'hagi obtingut en cadascuna de les parts almenys una qualificació de 4 sobre 10.

BIBLIOGRAFIA:

- Krugman, P. Wells, R. Graddy, K. (2013): *Fonaments d'economia*. Ed. Reverté
- Putterman, L (1994): *La naturaleza económica de la empresa*. Madrid: Alianza Editorial, 1a ed.
- Requeijo, J. et alt. (2001): *Los indicadores económicos*. Madrid: Editorial AC, 2a ed.
- Serra Ramoneda, A. (1993): *La empresa análisis económico*. Barcelona: Editorial Labor, 1a ed.

Enllaços

- <http://www.idescat.cat/>
- <http://www.ine.es/>
- <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>

Estructura del Sistema de Comunicació

Formació Bàsica

Segon

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Cristina Perales Garcia

OBJECTIUS:

L'assignatura permet conèixer i analitzar la situació actual de la indústria cultural internacional, així com la catalana i espanyola. Es treballarà la manera com els diversos mitjans de comunicació (premsa, ràdio, televisió i noves tecnologies) han configurat sistemes de comunicació complexos, amb múltiples sinergies entre actors participants, aproximant-nos-hi des del punt de vista històric, polític, social i econòmic.

Objectius:

L'assignatura té com a objectiu formar l'alumnat en les bases de l'economia-política i les regles de funcionament de les empreses de mitjans de comunicació, amb especial atenció a l'evolució i situació actual dels grups mediàtics a nivell internacional, però també als mercats català i espanyol.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments i les pràctiques habituals dels processos de producció, distribució i recepció de la comunicació audiovisual.
- Conèixer l'estructura dels mitjans de comunicació i els seus principals formats.
- Conèixer l'impacte social de les tecnologies informatives i la comunicació.

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 i haver superat les quatre parts de la nota.

- Prova teòrica 1: 30%
- Prova teòrica 2: 30%
- Treball de curs: 40%

El treball en grup consistirà en fer una radiografia del sistema de mitjans d'un dels països membres del Consell d'Europa i, posteriorment, exposar-ho a l'aula. El professor donarà durant el curs les pautes per fer el treball i farà el seguiment durant les classes marcades com a tutoria.

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 [etc.]: Iberoamericana [etc.], 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. *Actas del I Congreso Nacional ULEPICC-España "Pensamiento crítico, comunicación y cultura"*. Sevilla: ULEPICC, 2006. p. 1-18.

Fons d'Informació

Obligatòria

Segon

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Irene Llop Jordana

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 Comunicació Audiovisual. 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 Comunicació Audiovisual. 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 Fons 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 Fons 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 de crítica i autocrítica.

CONTINGUTS:

1. Conceptes bàsics de la Documentació
 1. Informació
 2. Documentació
 3. Document
 4. Indexació
2. Fons 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.; 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.

Introducció a l'Anglès per a la Comunicació Audiovisual

Formació Bàsica

Segon

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Emma Louise Hitchen
- Gonzalo Calle Rosingana
- Joan Masnou Suriñach

OBJECTIUS:

L'assignatura Introducció a l'Anglès per a la Comunicació Audiovisual té per objectiu que l'estudiant sàpiga utilitzar la llengua anglesa en l'entorn professional. Es fa èmfasi en la capacitat comunicativa en anglès de nivell intermedi-avançat a partir d'exercicis pràctics basats en situacions relacionades amb el món de la comunicació audiovisual.

Es tracta el vocabulari específic i s'aprofundeix en les habilitats d'expressió i comprensió oral i escrita. També es revisa la gramàtica de la llengua anglesa. L'aprenentatge de llengua anglesa és clau en el context de la comunicació audiovisual tant durant la formació a 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, són majoritàriament en llengua anglesa.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en una llengua estrangera.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Dominar el vocabulari específic de la comunicació audiovisual.

CONTINGUTS:

Part A: Audiovisual Communication

1. New Media

1.1. Skills

1.1.1. Briefing a website designer

1.1.2. Analysing problems and providing solutions

1.1.3. Planning and writing a blog

1.1.4. Creating a podcast

1.2. Language focus

1.2.1. Technical vocabulary of websites

- 1.2.2. Using adjective to enhance a text
- 1.2.3. Words with multiple meanings
- 1.2.4. The vocabulary of spoken language
- 1.2.5. Collocations
- 1.3. Listening
- 1.3.1. A meeting with a website designer
- 1.3.2. A podcast
- 1.4. Reading
- 1.4.1. A project vision statement
- 1.4.2. A web page

2. *Radio*

- 2.1. Skills
- 2.1.1. Understanding the language of presenters
- 2.1.2. Understanding the production process
- 2.1.3. Planning a news list
- 2.1.4. Giving post-production feedback
- 2.2. Language focus
- 2.2.1. Introducing radio programmes
- 2.2.2. The language of radio production
- 2.2.3. Phrases followed by a noun or gerund
- 2.2.4. Giving instructions
- 2.2.5. Phrasal verbs
- 2.3. Listening
- 2.3.1. Briefing someone over the phone
- 2.4. Reading
- 2.4.1. Radio commissioning brief
- 2.4.2. 24-schedule of a radio producer
- 2.4.3. A news list
- 2.4.4. Post-production feedback email

3. *Television*

- 3.1. Skills
- 3.1.1. Understanding the pre-production process
- 3.1.2. Organising a filming schedule
- 3.1.3. Filming on location
- 3.1.4. Editing a TV documentary
- 3.2. Language Focus
- 3.2.1. The language of television production
- 3.2.2. Expressing modality
- 3.2.3. Vocabulary of filming procedures and equipment
- 3.2.4. Asking for and making suggestions
- 3.2.5. Vocabulary of editing a television documentary
- 3.3. Listening
- 3.3.1. Planning the agenda of a news broadcast
- 3.3.2. Planning the making of a TV documentary
- 3.3.3. Filming on location
- 3.3.4. Editing a TV documentary
- 3.4. Reading
- 3.4.1. A filming schedule
- 3.4.2. An email giving editing instructions

4. *Film*

- 4.1. Skills
- 4.1.1. Writing a screenplay
- 4.1.2. Pitching successfully
- 4.1.3. Organising a shoot
- 4.1.4. Writing a film review

- 4.2. Language focus
 - 4.2.1. Features of written dialogue
 - 4.2.2. Technical vocabulary of filming
 - 4.2.3. Vocabulary of film distribution
 - 4.2.4. Language connectors
 - 4.2.5. Language of film reviews
- 4.3. Listening
 - 4.3.1. A pitching session
 - 4.3.2. A pre-filming meeting
- 4.4. Reading
 - 4.4.1. Scenes from a screenplay
 - 4.4.2. A query letter
 - 4.4.3. Internet advert for a pitching training session
 - 4.4.4. A film review

Part B:

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

AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/No)	Resultat d'aprenentatge relacionat
in-course exercises	-	20%	sí	
reading book exercise	-	10%	sí	
creating a podcast	-	10%	sí	
soap opera project	-	10%	sí	
vocabulary tests	-	25%	sí	
grammar tests	-	25%	sí	

Sistema d'avaluació:

L'avaluació de l'assignatura Introducció a l'Anglès per a la Comunicació Audiovisual és continuada. La nota final és la mitjana de les accions d'avaluació. Si la mitjana no està aprovada, NO es podrà recuperar. Per fer mitjana de les notes de curs caldrà obtenir un cinc sobre deu de la part de gramàtica. Si no s'obté aquesta nota de gramàtica, al final del curs hi haurà un examen de recuperació. En el cas que l'alumnat no presenti alguna de les activitats de les accions d'avaluació en el termini indicat, la nota del treball serà zero.

BIBLIOGRAFIA:

Obligatòria

- Llibre de gramàtica i vocabulari: Malcolm Mann and Steve Taylore-Knowles. (2008). *Destination B2: Grammar and Vocabulary*. Oxford: Macmillan

Recomanada:

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

Taller d'Informàtica

Obligatòria

Segon

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Eulalia Massana Molera
- 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

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.

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 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.
- Examen: 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 proporcionarà el material necessari a través del Campus Virtual

Taller de Redacció Periodística

Formació Bàsica

Segon

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordina Coromina Subirats
- Manuel Llanas Pont

OBJECTIUS:

- L'assignatura es planteja com l'aprenentatge d'un seguit de tècniques bàsiques necessàries per poder escriure de manera informativa als mitjans de comunicació.
- El curs busca, així mateix, que l'estudiant sàpiga aplicar el codi lingüístic (la normativa fonamental) en l'expressió escrita i que aprengui a ordenar el discurs escrit amb competència i eficàcia en diferents registres i usos.
- Aquesta és una assignatura transversal en les carreres de Comunicació (Periodisme, CAV i PiRP) però en cada estudi té una orientació diferent. En el Grau de Comunicació Audiovisual es posa èmfasi en la redacció de notícies.
- L'equivalent d'aquesta assignatura en les antigues llicenciatures és Teoria i Tècnica dels Mitjans Escrits I.
- S'entén que l'assignatura és clau per a la professió ja que un bon comunicador audiovisual no només ha de saber editar peces audiovisuals. El text escrit té una gran importància en l'exercici de la seva feina.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.

CONTINGUTS:

1. L'oralitat i l'escriptura: llengua col·loquial i llengua formal.
 1. La importància de l'escriptura
 2. No s'escriu com es parla
 3. La transformació escrita de la informació oral als mitjans de comunicació
 4. Citacions i talls de veus en premsa, ràdio i televisió
2. La llegibilitat lingüística: recursos bàsics de redacció.
 1. La llengua als mitjans de comunicació
 2. L'escriptura funcional a la ràdio i la televisió
3. El registre informatiu.
 1. L'estructura de la notícia (titular, entradeta, cos)
 2. Les 6 W
 3. La tècnica de la piràmide invertida
 4. Criteris de noticiabilitat
4. La modalització

1. Textos modalitzats als mitjans de comunicació
2. Aproximació bàsica als gèneres periodístics
3. L'opinió en els informatius
5. Els llibres d'estil
 1. Convencions i normativa als mitjans de comunicació
 2. Criteris bàsics d'ortotipografia

AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/No)	Resultat d'aprenentatge relacionat
Exercici llegibilitat	Es comunicarà al Campus Virtual	La nota final serà la mitjana resultant de les 5 accions obligatòries.	No	1, 2, 3
Escriure una notícia	Es comunicarà al Campus Virtual	La nota final serà la mitjana resultant de les 5 accions obligatòries.	No	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Escriure una notícia	Es comunicarà al Campus Virtual	La nota final serà la mitjana resultant de les 5 accions obligatòries.	No	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Escriure una notícia	Es comunicarà al Campus Virtual	La nota final serà la mitjana resultant de les 5 accions obligatòries.	No	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Recensió llibre	Es comunicarà al Campus Virtual	La nota final serà la mitjana resultant de les 5 accions obligatòries.	No	1, 2, 8
Exercici voluntari per apujar nota	Veure pla de treball	No	2, 8	
Exercici de recuperació d'una de les proves d'avaluació: notícia	Després del període de docència	La nota servirà per recuperar un dels exercicis de la notícia si està suspès	No	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

Sistema d'avaluació

Per poder acollir-se a l'avaluació caldrà assistir a classe en un 70% del total de les sessions, com a mínim, a més de fer regularment les pràctiques. A les aules d'ordinadors es faran dos tipus de pràctiques:

- les pràctiques d'ensinistrament, que es comentaran i corregiran demanera col·lectiva a classe (seminaris, subgrups) i de manera individual en tutories si l'alumne ho demana;
- les pràctiques puntuables o accions d'avaluació. De les 5 pràctiques puntuables, l'estudiant n'haurà d'haver fet com a mínim 4 per optar a superar l'assignatura.

La qualificació final de la matèria serà la nota mitjana obtinguda de les diverses activitats puntuables. Es valorarà la progressió de l'alumne.

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.
- 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/>
- Grijelmo, Àlex. *El estilo del periodista*. Madrid: Santillana-Taurus Ediciones, 2008. (16a edició.)
- Oliva, Lúcia; Sitjà, Xavier. *Las noticias en radio y televisión*. Barcelona: Omega, 2007. (5a edició.)
- TERMCAT, centre de terminologia catalana: <http://www.termcat.cat>
- Vilaweb, llibre d'estil: <http://10anys.vilaweb.com/lilibreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf>

ASSIGNATURES DE SEGON CURS

Anglès Escrit per a la Comunicació Audiovisual

Formació Bàsica

Primer

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Gonzalo Calle Rosingana
- Joan Masnou Suriñach

OBJECTIUS:

L'objectiu general del curs és que l'estudiant sàpiga utilitzar la llengua anglesa escrita en un context professional. El curs pretén millorar l'expressió escrita a nivell intermedi-avançat i introduir alhora el vocabulari i conceptes específics a partir de situacions relacionades amb la comunicació audiovisual.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- 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 habilitats interpersonals.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber expressar opinions i argumentacions complexes sobre temes de comunicació audiovisual en anglès.
- Dominar el vocabulari específic de la comunicació audiovisual.
- Saber comunicar-se per escrit en situacions professionals habituals a l'àrea de la comunicació audiovisual.

CONTINGUTS:

1. Expressió oral: es demana als alumnes la participació activa en les activitats orals proposades a classe. Dur a terme la presentació d'una notícia d'actualitat i una presentació oral.
2. Comprensió escrita: lectures curtes de diferents tipologies de textos acadèmics i la lectura d'un llibre no graduat.

3. Expressió escrita: es demana als estudiants la producció escrita de diversos tipus de text acadèmic.

4. Gramàtica:

5.1 Connectors and linking words.

5.2 Modal verbs

5.3 The passive

5.4 Infinitive and gerund

5.5 Reported Speech and reported questions

6. Vocabulari:

6.1 Health and fitness

6.2 Food and drink

6.3 Education and learning

6.4 Weather and the environment

6.5 Money and shopping

AVALUACIÓ:

L'avaluació és continuada al llarg del curs. L'estudiant haurà de fer:

- Grammar and Vocabulary test (20%)
- Writing portfolio (45%)
- Reading Comprehension test (15%)
- Oral Presentation (10%)
- Class speaking practice (10%)

La mitjana de les diferents parts de l'avaluació només es farà un cop s'hagi aprovat l'apartat de Grammar and Vocabulary.

Al final de curs l'alumne tindrà l'oportunitat de repetir la prova de Grammar and Vocabulary en cas que hagi suspès la mitjana de proves d'aquest apartat o bé en el cas que no s'hagi examinat d'aquestes proves.

Al final de curs l'alumne que hagi aprovat la prova de Grammar and Vocabulari però que tingui la mitjana de curs suspesa, tindrà l'oportunitat de presentar-se a una prova d'expressió escrita sempre i quan hagi lliurat un mínim del 80% dels textos que ha d'incloure el Writing Portfolio.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Dossier de curs
- Llibre de gramàtica: Malcolm Mann and Steve Taylore-Knowles. (2008). *Destination B2: Grammar and Vocabulary*. Oxford: Macmillan
- Llibre de lectura. Bill O'Reilly. *Those Who Trespass: a Novel of Murder and Television*. New York:

Broadway Books Cambridge, 2004.

Taller de Comunicació Gràfica I

Obligatòria

Primer

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Henry Naranjo Perez

OBJECTIUS:

Es busca un coneixement teòric-pràctic i una reflexió crítica del disseny gràfic, com a component de la comunicació visual. Es farà un èmfasi especial en el fet que l'alumne conegui els principals conceptes i eines al voltant del disseny de la informació gràfica.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

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

CONTINGUTS:

1.Introducció al disseny

- El disseny gràfic i el procés de comunicació
- Fonaments de la comunicació gràfica.

2.La forma i l'espai

- Llenguatge visual
- La composició, la Representació.
- El color. Aspectes preceptua-les i funcionals
- La retícula i la modulació de l'espai.

3.Organització i significat

- La tipografia aplicada.
- Relació Text - Imatge. Problemes de llegibilitat i visibilitat.
- Informació i coneixement
- Espai pàgina.
- Espai pantalla.
- Principis del disseny de informació

AVALUACIÓ:

Per assolir els competències marcats per l'assignatura els criteris globals d'avaluació son:

- **Concepte:** Plantejament i desenvolupament coherent i argumentat de la idea.
- **Procés.** Desenvolupament sistemàtic i progressiu de les pràctiques. Mètode i síntesi. Implica l'Assistència i participació activa a classe ..
- **Innovació.** Resposta creativa que aportí valor diferencial.
- **Presentació.** Perfecció i qualitat tècnica. Cura en els detalls

- 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
- Treballs de recerca.

Qualificació:

Pràctiques: 60%

Projecte final en grup: 40%.

BIBLIOGRAFIA:

Principal

Costa, Joan: *Diseñar para los ojos*: Barcelona: Costa punto com editor, 2007.

Dondis, Donis A.: *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 15ª edición, 2002.

Hervás Ivars, Christian: *El Diseño gráfico en televisión: técnica, lenguaje y arte*. Barcelona, Cátedra, 2002

Martín, J.; Mas, M.: *Manual de tipografía. Del plomo a la era digital*. València: Campgràfic, 2002.

Navarro, Héctor (Ed): *Disseny gràfic i Disseny Web*. Vic: Eumo Editorial, Col·lecció MediaTK, 2010.

SAMARA, Timothy: *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*: Barcelona , Editorial Gustavo Gili, 2008.

Solana, Gemma; Boneu, Antonio: *Uncredited: Diseño Gráfico y títulos de crédito*: Barcelona, Index Book, 2007.

Tufte, Edward: *Envisioning information*: Connecticut Graphics Press Cheshire, 1990.

Wigan, Mark: *Imágenes de secuencia*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2008.

Secundaria

Aicher, O.: *El mundo como proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili, 1994.

Murphy John; Michael Rowe: *Cómo diseñar marcas y logotipos*. Barcelona: GG, 1989

Arfuch, L; Chaves, N.; Ledesma, M.: *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós, 1997.

McCandless, David: *Information is beautiful*. London Ed. Collins. 2009.

Ware, Colin: *Information Visualization. Perception for design*. Morgan Kaufmann series in interactive technologies, 1999

Webgrafia bàsica

www.unostiposduros.com

www.tipografia.cl/blog

www.maquetadores.blogspot.com

www.typeculture.com/index.php
www.garcia-media.com.ar
www.visual.gi
www.artofthetitle.com
www.titulosdecredito.org

Taller de Guió

Obligatòria

Primer

Crèdits: 9.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Maria Francisca Forga Martel
- Rosa Maria Pons Cerda

OBJECTIUS:

El Taller de Guió és una matèria sobre el llenguatge i l'estructura del text en el mitjà televisiu. L'objectiu de l'assignatura és ensenyar els fonaments del guió a partir de les característiques del mitjà on s'ha d'inserir i aprendre en un primer nivell a redactar guions correctes i adequats als seus format i gènere, amb especial atenció a l'entreteniment i la ficció.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber escriure amb fluïdesa textos o guions de ficció i no ficció.

CONTINGUTS:

1. El llenguatge audiovisual.
2. El guió. Definició. Objectius. Estructura. Gèneres i formats.
3. Vídeos promocionals (empresa i institucional).
4. Programes d'entreteniment: entrevista, plató i petit reportatge.
5. Ficció: telesèrie i adaptació literària.

AVALUACIÓ:

Es preveu una avaluació continuada de la matèria que es basarà en la redacció de diferents guions al llarg del curs d'acord amb el format i gènere que es treballi a cada moment.

Els treballs es realitzaran en grup i serviran per avaluar la progressió de l'alumnat en totes les activitats del curs.

No es faran recuperacions finals sinó reescriptures i correccions dels exercicis al llarg del curs.

La qualificació final de la matèria és la nota mitjana obtinguda de les pràctiques avaluable.

Per poder fer l'avaluació del curs, s'ha d'haver assistit a classe i haver participat en les activitats en un 70% del total com a mínim.

BIBLIOGRAFIA:

- Avui. *Llibre d'estil*. Barcelona: Empúries, 1997.
- 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.]
- Comparato, Doc. *De la creació al guió. Arte y técnica de escribir para cine y televisión*. Buenos Aires: La Crujía, 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. *El 9 Nou / El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Premsa d'Osona, 2008.
- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals: www.ccma.cat/llibredestil/
- Cros, Anna; Segarra, Mila; Torrent, Anna M. *Llengua oral i llengua escrita a la televisió*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000.
- Cuní, Josep. *La ràdio que triomfa. L'abecedari d'això que en diem magazín*. Barcelona: Pòrtic, 1999.
- Escudero, Nel. *Las claves del documental*. Madrid: RTVE Instituto, 2007.
- Grijelmo, Àlex. *El estilo del periodista*. 11a edició, revisada i ampliada. Madrid: Taurus, 2003. (1a edició: 1997.)
- Tharrats, Joan. *El guió, segons com. Escriure per a cine i televisió amb les seves circumstàncies*. Barcelona: Trípod, 2009.
- Oliva, Lúcia; Sitjà, Xavier. *Las noticias en radio y televisión*. Barcelona: Omega, 2007.
- Termcat, Centre de Terminologia Catalana: www.termcat.cat
- Tirado Ruiz, J.A.; Ruiz del Àrbol, M.; Albar, M.I. *Técnicas para leer y escribir en radio y televisión*. Barcelona: Bosch, 2003.
- Vallverdú, Francesc. *El català estàndard i els mitjans audiovisuals*. Barcelona: Televisió de Catalunya i Edicions 62, 2000.
- Vilaweb, llibre d'estil: <http://10anys.vilaweb.com/llibreestil/>

Taller de Redacció i Locució en Mitjans Audiovisuals

Obligatòria

Primer

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Cristina Perales Garcia
- Maria Francisca Forga Martel

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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

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

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics i tecnològics del mitjà radiofònic i el seu llenguatge.
- Saber redactar, produir i locutar un espai radiofònic.
- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents gèneres (tant per a discursos de ficció com de no ficció) i nivells de complexitat.
- Saber crear, produir i locutar textos per guions televisius en diversos gèneres informatius, d'entreteniment o de ficció.

CONTINGUTS:

1.- *Introducció als mitjans audiovisuals*: La ràdio. La televisió.

2.- *Locució a ràdio i televisió*: Comunicació no verbal. Locució informativa. Locució musicada per 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.

Teories de la Comunicació

Formació Bàsica

Primer

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordi De San Eugenio Vela
- M. Del Mar Francina Binimelis Adell

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 la societat contemporània. 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 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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els principals corrents epistemològiques i teories dels processos comunicatius de masses.
- Conèixer els principals corrents epistemològiques i teories dels processos comunicatius de masses.
- Conèixer des del punt de vista teòric i pràctic els elements, les formes i els processos dels llenguatges de la comunicació.

CONTINGUTS:

Tema 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

Tema 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.

Tema 3: La perspectiva interpretativa de la teoria de la comunicació

- L'escola de Palo Alto
- L'interaccionisme simbòlic
- Erving Goffman
- El construccionisme
- L'etnometodologia

Tema 4: La perspectiva funcionalista de la teoria de la comunicació

- Orígens, funcions i principis crítiques al funcionalisme

Tema 5: La perspectiva crítica de la teoria de la comunicació

- L'Escola de Frankfurt
- L'economia política
- Els estudis culturals

Tema 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 en grups, sessions de discussió i altres activitats d'avaluació.

BIBLIOGRAFIA:

Básica

- De Fleur, M. i 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. i Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Moragas, M. d. (1981). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Rodrigo, M. (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Bellaterra: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Rodrigo, M. i Estrada, A. (2008). *Les teories de la comunicació*. 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.

Complementària

- Al llarg del quadrimestre acadèmic es suggeriran diferents propostes ampliades de bibliografia pertinents per a l'assignatura.
- Els documents electrònics d'interès per a l'assignatura es publicaran en el Campus Virtual.

Anglès Oral per a la Comunicació Audiovisual

Obligatòria

Segon

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Anna M. Masferrer Giralt

OBJECTIUS:

L'assignatura promou l'ús de la llengua anglesa en l'àrea de la comunicació audiovisual. S'incideix principalment a millorar la competència comunicativa oral a nivell intermedi-avançat i introdueix alhora el vocabulari i conceptes específics a partir de situacions relacionades amb la comunicació audiovisual.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en una llengua estrangera.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Respectar els drets humans.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber expressar opinions i argumentacions complexes sobre temes de comunicació audiovisual en anglès.
- Dominar el vocabulari específic de la comunicació audiovisual.
- Saber comunicar-se per escrit en situacions professionals habituals a l'àrea de la comunicació audiovisual.

CONTINGUTS:

Topics and areas of communication:

1. Pronunciation

- 1.1. The International Phonetic Alphabet
- 1.2. Vowel sounds
- 1.3. Word stress
- 1.4. Intonation and stress
- 1.5. Connected speech

2. Conversation

- 2.1. Small talk
- 2.2. Building a conversation

3. Presentation techniques

- 3.1. Presentation on film techniques

4. The Pitch

Language contents:

1. Listening: students should be able to understand specific information of spoken exchanges without necessarily understanding every word.
2. Speaking: students will be introduced to a number of tasks which will involve them in usual everyday life situations. Students will also hold debates and discuss about issues related to the audiovisual world and deliver a presentation on film techniques. Furthermore, they will prepare a pitch.
3. Reading: Students will be introduced to texts related to the above mentioned topics. They will also be asked to read an unabridged book.
4. Writing. Students will be asked to practise academic writing
5. Grammar: Relative clauses and participles, Unreal past, Inversions and possessives
6. Vocabulary: Entertainment, Fashion and design, Work and business.
7. Functions at upper intermediate level: agreeing & disagreeing, giving opinions, interrupting & dealing with interruptions.

AVALUACIÓ:

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

- Reading book (15%)
- Grammar & Vocabulary tests (30%)
- Oral practice (55%)
 - oral presentation on film techniques (15%)
 - class speaking practice (15%)
 - reading aloud (10%)
 - pitch (15%)

Grammar and vocabulary tests: to pass the course a 5 out of 10 is required. If you fail, there will be a resit of the grammar and vocabulary part in June. No other resit will be done.
Undelivered or late assignments count as 0.

BIBLIOGRAFIA:

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

Llenguatges de la Comunicació

Obligatòria

Segon

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

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

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'anàlisi 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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- 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 de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer des del punt de vista teòric i pràctic els elements, les formes i els processos dels llenguatges de la comunicació.

CONTINGUTS:

0. Els llenguatges i la mirada semiòtica

1. Del signe al text

1.1. Roland Barthes

1.2. Vladimir Propp

- 1.3. Algirdas Greimas
- 1.4. Umberto Eco
- 2. Del text als textos
 - 2.1. Intertextualitat
 - 2.2. Hipertext
 - 2.3. Narratives transmediàtiques
- 3. Dels textos a la ideologia
 - 3.1. Construccionisme i anàlisi del discurs
 - 3.2. 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).

Taller de Ràdio

Obligatòria

Segon

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Raul Martinez Corcuera

OBJECTIUS:

Aquesta assignatura implica un coneixement i desenvolupament de tècniques i habilitats de redacció, locució, producció i realització radiofònica des del coneixement teòric i l'aproximació pràctica al llenguatge radiofònic.

Es treballa la locució i la redacció radiofònica de textos radiofònics.

Es treballa la falca com a format preferent de la publicitat radiofònica i es capacita en l'anàlisi crítica de les produccions publicitàries radiofòniques.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics i tecnològics del mitjà radiofònic i el seu llenguatge.
- Conèixer la planificació sonora i de les representacions acústiques de l'espai, així com els elements constitutius del disseny i la decoració sonora.
- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents gèneres (tant per a discursos de ficció com de no ficció) i nivells de complexitat.

CONTINGUTS:

1. El llenguatge radiofònic. La ràdio com a mitjà i els seus elements sonors
2. El llenguatge verbal: veu i paraula. Locució i redacció radiofònica. El ritme
3. Altres elements sonors: La música. Els efectes sonors. El silenci
4. Redacció Audiovisual
5. El temps i la planificació sonora.
6. Figures del muntatge radiofònic. El guió. Tipologia
7. Publicitat radiofònica I. Objectius i funcions de la publicitat. Anàlisi de la publicitat actual.
8. Publicitat radiofònica II. Fórmules de realització, estils i formats publicitaris.
9. La persuasió en la comunicació publicitària

AVALUACIÓ:

Per la condició preferentment pràctica de l'assignatura, cal una assistència i participació activa a totes les sessions. Es farà una avaluació continuada. El professorat podrà establir la recuperació d'una pràctica suspesa en la data establerta per la facultat. Per a l'avaluació es valorarà

1. Producció i realització de pràctiques en grup durant el curs amb especial atenció a les notes de les pràctiques avaluable.

a. Locució text radiofònic. Nota grup Producció i realització de la peça radiofònica (10%) Nota individual. Locució (10%)

b. Campanya de 3 falques. Nota grup Producció i realització de la peça radiofònica (20%).

c. Adaptació text radiofònic. Nota grup Producció i realització de la peça radiofònica (30%) i presentació de l'informe de producció i realització de la producció (10%) com a proposta teòrica del curs. Inclou anàlisi del llenguatge radiofònic, propostes de muntatge i realització treballades a les sessions de teoria. Nota individual Locució (10%).

2. Presentació de treball d'anàlisi de 2 falques radiofòniques actuals. (10%)

BIBLIOGRAFIA:

Bibliografia bàsica

Balsebre, A. (2000) El lenguaje radiofónico. Madrid: Cátedra, col·lecció ?Signo e Imagen?.

Rodero, E.; Alonso, C.; Fuentes, J.A. (2004): La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios. Barcelona: Ariel.

Complementària

Balsebre, A. (2006): Los mitos de la publicidad radiofónica: estrategias de la comunicación publicitaria en la radio española. Madrid: Cátedra.

Beltrán Moner, R. (1984) La ambientación musical, IORTV, Madrid.

Gutiérrez, M.; Perona, J.J. (2002): Teoría y técnica del lenguaje radiofónico. Barcelona: Bosch.

Taller de Televisió

Obligatòria

Segon

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Rosa Maria Pons Cerda

OBJECTIUS:

L'assignatura està pensada per adquirir els coneixements bàsics sobre narrativa i llenguatge audiovisual i introduir l'estudiant en el procés videogràfic, cinematogràfic i televisiu. A partir de la síntesi necessària entre teoria i pràctica, es desenvolupa la ideació, producció i realització de diferents peces audiovisuals, posant en joc els mètodes, els processos i les competències dels diferents perfils professionals.

Objectius

- Donar una base teòrica i metodològica per a la comprensió del llenguatge audiovisual, la ideació i realització de formats audiovisuals diversos.
- Conèixer les similituds entre el llenguatge cinematogràfic i el televisiu.
- Identificar les habilitats i dificultats personals en el treball en equip, prenent consciència de la importància de la cultura organitzativa.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.
- Tenir capacitat per crear i dirigir la posada en escena integral de produccions audiovisuals o multimèdia.
- Saber realitzar l'ordenació tècnica dels materials sonors i visuals conforme a una idea utilitzant les tècniques narratives i tecnològiques necessàries per a l'elaboració, composició, acabat i masterització de diferents productes audiovisuals i multimèdia.

CONTINGUTS:

- Aspectes fonamentals del llenguatge i la narrativa audiovisual. Fonaments de la tradició cinematogràfica. El temps i l'espai, el-lipsis i transicions, del pla a l'escena, de l'escena a la seqüència, el camp i el fora camp, tipologia i valor dels plans i els moviments, l'eix d'acció, la continuïtat i el raccord. La realització continua i discontinua.
- Operativa de càmera. Funcions bàsiques d'una càmera professional. Tècniques. La composició i la posada en escena.

- Qualitats, aportacions i característiques del so. Tractament del so directe i de la postproducció de so.
- Fonaments de la direcció d'art, la direcció de fotografia i la direcció musical.
- Qualitats, aportacions i característiques de la llum. La il·luminació bàsica de la figura humana. Tractament de la llum a plató. Control de la llum natural.
- Pautes per l'adaptació de la literatura al cinema. Aspectes fonamentals del guió de ficció cinematogràfic.
- Bases històriques i conceptes del muntatge. Narrativitat i expressivitat. Edició bàsica amb el programa Final Cut.
- Mètodes per la realització televisiva i la direcció cinematogràfica. La realització continua amb multicàmera.
- Bases per la direcció d'actors. Realització d'una escena de ficció amb multicàmera.
- Mètodes de la producció televisiva i la producció cinematogràfica. Organització i gestió d'un equip. Treball amb equips de vídeo, televisius i cinematogràfics.

AVALUACIÓ:

L'avaluació és continuada i acumulativa.

- Durant el curs s'han d'assolir tant coneixements teòrics com tècniques i mètodes de treball. Es portaran a terme 9 exercicis avaluable, 4 individuals i 6 en grup. Els exercicis en grup són en equips de 3, 5 i 15 persones. S'avaluaran els coneixements i les competències de l'alumne, lligades als objectius de l'assignatura.
- Per aprovar l'assignatura cal haver fet tots els exercicis i la prova de coneixements en les dates que s'especifica al calendari de l'assignatura. La no assistència als exercicis pràctics, implica que aquell percentatge de la nota no es pot recuperar.
- Només es reevaluarà el 20% de la nota corresponent a la prova de coneixements.
- Tots els enunciats dels exercicis es podran consultar al campus.

BIBLIOGRAFIA:

- Fernández Díez, F.; Martínez Abadía, J. *Manual básico de Lenguaje y Narrativa Audiovisual*. Paidós. Papeles de Comunicación. Barcelona, 1999.
- Fernández Díez, F.; Martínez Abadía, J. *La dirección de producción para cine y televisión*. Paidós Comunicación. Barcelona, 1994.

De referència

- Barroso García, Jaime *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis, 1996.
- Caine, Michael *Actuando para el cine*. Madrid: Plot Ediciones, 2003.
- Cooper, Pat; Dancyger, Ken. *El guió de cortometraje*. Madrid: IORTV. 2002.
- Etedgui, Peter *Diseño de producción & dirección artística*. Barcelona: Océano, 2001.
- Jullier, Laurent *El sonido en el cine*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2007.
- Loiseleux, Jacques *La luz en el cine*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2005.
- Manzano Espinosa, Cristina *La adaptación como metamorfosis. Transferencias entre el cine y la literatura*. Madrid: Fragua, 2008.
- McKee, Robert *El Guión*. Barcelona: Alba Editorial, 2002.
- Millerson, Gerard *Técnicas de realización y producción el televisión*. Madrid: IORTV, 1990.
- Miralles, Alberto *La dirección de actores en cine*. Madrid: Cátedra, 2000.
- Montiel, Alejandro *Teorías del cine*. Madrid: Montesinos, 1992.
- Pinel, Vincent *El montaje. El espacio y el tiempo del film*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2004.
- Truffaut, François. *El cine según Hitchcock*. Madrid: Alianza Editorial, 1974.

- Sartori, Giovanni *Homovideos. La sociedad teledirigida*. Madrid: Santillana, 1998.
- Siety, Emmanuel *El plano*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma". 2004.
- Vilches, Lorenzo *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós, 1993.

Teoria i Estructura de la Comunicació a l'Empresa

Obligatòria

Segon

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Clara E. De Uribe Gil
- Irene Colom Valls

OBJECTIUS:

L'assignatura és una introducció a la comunicació empresarial i institucional en relació amb el màrqueting. En concret, s'aprofundeix en la comunicació publicitària i les relacions públiques.

S'introdueixen els conceptes teòrics que emmarquen les dues disciplines i s'estudien els processos estratègics de planificació, execució de les accions i control dels resultats per a la pràctica comunicativa, posant un èmfasi especial a la utilitat del pla de comunicació.

En l'estudi de la planificació estratègica de la comunicació, s'aprofundeix en els conceptes de públic i públic objectiu i en el desenvolupament de l'estratègia creativa i de mitjans. En aquest sentit, i per tal que l'estudiant tingui una visió completa de les diferents formes de comunicació empresarial existents, es contemplen els diferents mitjans publicitaris, convencionals i no convencionals i les activitats i tècniques de relacions públiques més destacades.

Després d'una visió dels subjectes que intervenen en la gestió de la comunicació, a l'estructura del sector, i a la figura del director de comunicació, també es treballa la comunicació, sobretot publicitària, des del punt de vista dels efectes sobre el consumidor.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- 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 realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer el funcionament del departament de comunicació dins de les empreses i institucions.

CONTINGUTS:

1. Publicitat, relacions públiques, comunicació i màrqueting
2. La campanya publicitària
 1. Etapes de la campanya publicitària
 2. El brífling i el pressupost
 3. Objectius publicitaris
3. La campanya de relacions públiques
 1. La planificació estratègica de les relacions públiques
 2. Investigació i diagnòstic. Metes i objectius
4. Públic objectiu, consumidor i mapa de públics
5. L'estratègia creativa
6. L'estratègia de mitjans
 1. Mitjans convencionals i mitjans no convencionals
 2. Internet i nous formats
7. Formes comunicatives comercials
 1. La promoció de vendes
 2. El *merchandising*, el *packaging*
 3. El màrqueting directe
8. Tècniques de les relacions públiques
 1. Relació amb els mitjans de comunicació
 2. Comunicació de crisi
 3. Comunicació interna
 4. Organització d'esdeveniments, patrocini...
9. Gestió de la comunicació
 1. La comunicació dins l'empresa
 2. Estructura del sector de la publicitat i les relacions públiques
10. Els efectes de la comunicació
 1. Efectes socials de la comunicació publicitària
 2. Legislació de la publicitat i les relacions públiques

AVALUACIÓ:

L'avaluació constarà de 2 parts, i s'haurà d'aprovar cada una per separat.

1. Treballs de l'assignatura (60%)
2. Examen de la part teòrica (40%)

BIBLIOGRAFIA:

- Bigné, Enrique. *Promoción comercial*. Madrid: ESIC, 2003.
- Bassat, Lluís. *El libro rojo de la publicidad. Ideas que mueven montañas*. Barcelona: Plaza & Janés, 2002.
- Capriotti, Paul, ed. *La marca corporativa. Estratègies de gestió i comunicació*. Vic: Eumo, 2005.
- Castellblanque, Mariano. *Estructura de la actividad publicitaria. La industria de la publicidad de la A a la Z. Espanya: un caso extrapolable*. Barcelona: Paidós, 2001.
- Cutlip, Scott; Center, Allen; Broom, Glen. *Relaciones Públicas eficaces*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Díez de Castro, Enrique Carlos y Martín Armario, Enrique. *Planificación publicitaria*. Piràmide, 1999.
- Díez de Castro, Enrique, et al. *Comunicaciones de Marketing*. Madrid: Piràmide, 2001.
- García Uceda, Mariola. *Las claves de la publicidad*. Madrid: ESIC, 2001.

- Garrido, Francisco Javier. *Comunicación estratégica*. Barcelona, Gestión 2000, 2001.
- Gobé, Marc. *Branding emocional. El nuevo paradigma para conectar las marcas emocionalmente con las personas*. Barcelona: Divine Egg Publicaciones, 2005.
- González Lobo, Ángeles. *Manual de planificación de medios. Todo lo que hay que saber para planificar correctamente los medios [...]*. Madrid: ESIC, 2003.
- Grunig, James; Hunt, Todd. *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Herreros Arconada, Mario. *La publicitat. Fonaments de la comunicació publicitària*. Barcelona: Pòrtic, 2000.
- León, José Luis. *Los efectos de la publicidad*. Barcelona: Ariel, 1996.
- Matilla, Kathy. *Conceptos fundamentales en la Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: UOC, 2009.
- Munuera, José; Rodríguez, Ana Isabel. *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: ESIC, 2006.
- Rodríguez, Ignacio; Suárez, Ana; García de los Salmones, María del Mar. *Dirección publicitaria*. Barcelona, UOC, 2008.
- Seitel, Fraser. *Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas*. Madrid: PrenticeHall, 2002.
- Xifra, Jordi. *Planificación estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2005.

ASSIGNATURES DE TERCER CURS

Comunicació Digital Interactiva

Obligatòria

Primer

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Eulalia Massana Molera

OBJECTIUS:

Comunicació Digital Interactiva té per objectiu principal que l'estudiant s'apropriï les reflexions teòriques de la comunicació digital com a eina de treball professional. Per tal d'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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- 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 crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Saber dissenyar i dirigir projectes.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

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. Projecte pràctic de comunicació digital

AVALUACIÓ:

L'avaluació constarà de tres parts diferents, i s'haurà d'aprovar cada una per separat.

- 50% 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, si escau, amb la Comunicació Audiovisual. La data de lliurament serà el 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. La data de lliurament serà una setmana després del dia en que s'haurà exposat el contingut.
 - D'aquests treballs pràctics, l'elaboració del contingut sobre el tema concret i l'exposició a classe tindran un valor del 30 %.
 - Les respostes a les propostes de reflexió de cada una d'aquestes presentacions tindrà un valor total del 20 %. Es farà la mitjana de tots els exercicis.
- 20% Treball teòric 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 15 de novembre. La segona està per confirmar (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 digital.
 - Es faran lliuraments parcials que seran revisats per la professora però no seran avaluats.
 - Es proposa utilitzar l'eina de GoogleDocs.
 - Es faran tutories en hora de classe 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 / Mèxic 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.

Dret de la Comunicació

Obligatòria

Primer

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- M. Dolores Palomo Chinarro

OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és iniciar a l'alumne del Grau de CAV en l'estudi de l'ordenament jurídic en general i, en particular, del dret que afecta a la comunicació audiovisual, per tal que arribi a conèixer de forma crítica el seu règim jurídic, la terminologia pròpia, la regulació dels continguts audiovisuals (en especial les limitacions legals del dret a comunicar lliurement i les que afecten a l'àmbit publicitari als mitjans de comunicació), sense deixar de banda l'estudi de les diferents instàncies normatives (incloses les supranacionals) i el dels organismes amb competència en matèria audiovisual.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Respectar els drets humans.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els aspectes bàsics del sistema polític i constitucional espanyol, especialment els que afecten el dret de la comunicació, informació i les noves tecnologies.
- Conèixer les institucions de la Unió Europea i el dret que generen.

CONTINGUTS:

Tema 1.- Introducció al món del dret

- 1.1. Concepte, característiques, finalitat i aplicació del dret per part dels tribunals de justícia
- 1.2. La importància de la constitució espanyola de 1978 i el principi de jerarquia normativa
- 1.3. La pluralitat de instàncies normatives en matèria de comunicació audiovisual: les normes estatals, les autonòmiques i la incidència del dret comunitari

Tema 2.- Marc normatiu de la comunicació audiovisual

- 2.1. L'anacrònic marc legislatiu anterior a la normativa vigent sobre la comunicació audiovisual a Catalunya i a l'estat espanyol
- 2.2. La seva traducció en la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya (LCAC) i en la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual (LGCA)

2.3. Les normes supranacionals: directives del Parlament europeu i del Consell en matèria audiovisual

Tema 3.- Principis generals de la comunicació a la LCAV

3.1. La veracitat informativa des del punt de vista legal i jurisprudencial

3.2. La protecció dels drets fonamentals per part dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual:

-Protecció dels drets a l'honor, intimitat i pròpia imatge (Llei orgànica de 1982)

-Protecció dels drets dels infants i els joves: els menors

-Protecció de la propietat intel·lectual

3.3. El dret de rectificació segons la Llei orgànica de 1984

Tema 4.- Regulació dels continguts audiovisuals

4.1. Els principis bàsics de la programació audiovisual a l'empesa de la LCAC

4.2. Les obligacions dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual

4.3. Els drets dels usuaris de serveis de comunicació audiovisual

4.4. Els drets dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual:

-El dret al secret professional

-El dret a la clàusula de consciència (Llei orgànica de 1997)

Tema 5.- La publicitat, la televenda i el patrocini als mitjans audiovisuals

5.1. La incidència dels continguts de publicitat, televenda i patrocini en el finançament i en els productes de la comunicació audiovisual en base a la LCAC i la LGCA

5.2. La publicitat i televenda il·lícites, prohibides o encobertes. Formes de presentació

5.3. El patrocini televisiu

5.4. La normativa sobre publicitat institucional

Tema 6.- El Consell de l'Audiovisual de Catalunya i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals

6.1. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC): naturalesa, composició, funcions i potestats

6.2. La potestat reglamentària del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)

6.3. El règim sancionador: infraccions i sancions

6.4. Organització i funcionament de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals

6.5. El contracte programa

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 text sobre articles doctrinals, anàlisi de la documentació jurídica que es lliurarà, com ara sentències, contractes... Aquests exercicis tindran un valor del 40% 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 50% 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:

- Aguilera Fernández, A. *La libertad de expresión del ciudadano y la libertad de prensa o información*. Granada: Comares, 1990.
- Balaguer Callejón, M.L. *El derecho fundamental al honor*. Madrid: Tecnos, 1992.
- Bel Mallén, I.; Corredoira, Y.; Alfonso, L. (coords.) *Derecho de la información*. Barcelona: Ariel, 2003.
- Carmona Salgado, Concepción. *Libertad de expresión e información y sus límites*. Madrid: EDERSA, 1991.
- Carrillo, Marc. *Los límites a la libertad de prensa en la Constitución española de 1978*. Barcelona: PPU, 1987.
- — *La clàusula de consciència i el secret professional dels periodistes*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya, 1992.

- — *La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas*. Madrid: Cívitas, 1993.
- Carreras Serra, Francesc de i d'altres. *Libertad de expresión*. Bellaterra: Departamento de Ciencia Política y Derecho público. PPU, S.A. [Anuario 1990].
- Carreras i Serra, Lluís de. *Derecho español de la información*. UOC, 2003.
- — *Règim jurídic de la informació: periodistes i mitjans de comunicació*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació/Generalitat de Catalunya, 1996.
- — *Régimen jurídico de la información: periodistas y medios de comunicación*. Barcelona: Ariel, 1996. [Ariel Derecho].
- — *La ràdio i la televisió a Catalunya, avui*. Barcelona: Edicions 62, 1987. [Llibres a l'abast].
- Chinchilla Marín, Carmen. *La Radiotelevisión como servicio público esencial*. Madrid: Tecnos, 1988.
- — *Sobre el derecho de rectificación*. Poder Judicial, 6. Juny de 1987.
- — *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 Romaní, 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.
- González Encinar, J.J. i altres. *Derecho de la comunicación*. Barcelona: Ariel, 2002.
- Herrero-Tejedor, Fernando. *Honor, intimidad y propia imagen*. Madrid: Colex, 1994.
- Mieres Mieres, Luis Javier. *Intimidad personal y familiar prontuario de jurisprudencia constitucional*. Elcano Aranzadi cop., 2002.

Mètodes d'Investigació en Comunicació

Obligatòria

Primer

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Ruth Sofia Contreras Espinosa

OBJECTIUS:

L'objectiu d'aquesta assignatura és oferir una introducció a la recerca científica en comunicació. Concretament, l'objectiu és 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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- 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 de crítica i autocrítica.
- Tenir habilitats interpersonalmentals.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els mètodes i problemes de les diferents branques de la investigació de la comunicació en general i la comunicació audiovisual en particular.

CONTINGUTS:

1. Les bases del coneixement científic
 - 1.1. Què és el coneixement científic
 - 1.2. El mètode científic
 - 1.3. Les àrees d'investigació en comunicació
 - 1.4. Les fases del procés de recerca en comunicació
2. Fase 1. Tema i objectius
 - 2.1. Elecció del tema
 - 2.2. Pregunta d'investigació
 - 2.3. Objectius generals i específics
 - 2.4. Justificació de la investigació

3. Fase 2. El marc teòric
 - 3.1. Antecedents
 - 3.2. Recerca documental
 - 3.3. Construcció de la base teòrica
4. Fase 3. Marc conceptual i hipòtesis
5. Fase 4. Metodologia i mostra
 - 5.1. Enfocaments qualitatiu i quantitatiu
 - 5.2. Disseny de la recerca
 - 5.3. Univers, població, mostra i unitats
 - 5.4. Tipologia de mostres: probabilístics i no probabilístics
6. Fase 5. Tècniques d'investigació i anàlisi
 - 6.1. Tècniques qualitatives: observació participant, entrevistes en profunditat, històries de vida, grups de discussió i el Mètode Delphi
 - 6.2. Tècniques quantitatives: enquestes, experiments i anàlisis de continguts
 - 6.3. Anàlisi de la informació
7. Fase 6. Pla de treball, pressupostos i presentació
 - 7.1. Pla de treball
 - 7.2. Pressupostos
 - 7.3. 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.
- Bericat, E. (1998) *La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social. Significado y medida*. Barcelona: Ariel.
- 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.
- Piergiorgio, C. (2007) *Metodología y Técnicas de Investigación Social*. Madrid: Mc Graw Hill.
- 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.; Bogdan, R. (1992) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado*. Barcelona: Paidós.

Narrativa Audiovisual i Multimèdia

Obligatòria

Primer

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Joan Frigola Reig

OBJECTIUS:

Aquesta assignatura consta de dues parts totalment diferenciades: narrativa audiovisual (NAV) i narrativa multimedial (NMM).

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- 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 crítica i autocrítica.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer les relacions entre imatges i sons des del punt de vista estètic i narratiu en els diferents suports i tecnologies audiovisuals i multimèdia.
- Tenir coneixement de la història i evolució del cinema, la televisió, comunicació multimèdia i la seva influència en l'art.
- Saber analitzar els signes o codis de la imatge.

CONTINGUTS:

Narrativa audiovisual

Introducció a la narrativa audiovisual

- La Narrativa Audiovisual com a disciplina
- Què entenem per una narració audiovisual?
- Estratègies de la narració

Teories de l'estructura narrativa

- Els models narratius
- El pes literari dins el món cinematogràfic
- La dificultat de definir la Narrativa

Els gèneres

- Teoria dels gèneres
- Gènere cinematogràfic
- Història dels gèneres: musical, western, biopic.

Elements cinematogràfics

- Elements de la ficció i la seva interrelació

Els codis sonors

- Codis sonors diegètics i no diegètics
 - So
 - Soroll
 - Música
 - Veu
- Monòlegs i diàlegs

Els elements de la representació

- Posada en escena
- Posada en quadre
- Posada en sèrie
- Temps i espai

La temporalitat en el relat audiovisual

- Durada. Ordre. Freqüència
- Del pla al pla-seqüència
- Suspens, sorpresa i desordre

El discurs o les tècniques de la narració

- Autor, narrador i narratari
- Punt de vista i veu Narrativa

Personatge

- El *personatge* com a concepte
- Funcions del personatge
- Tipologies
- La marca de l'actor. L'Star System

L'espai Audiovisual

- Característiques de l'espai audiovisual
- Tipologies d'espais
- Espai narratiu com a discurs

Narració multimedial

Introducció

- La cultura de la simulació
- Orígens del GUI
- Hipertext i interactivitat
- La digitalització

Interactius digitals

- Formats informatius (infografia, reportatges, slideshows...)
- e-documentals
- Formats educatius (enciclopèdies, e-learning...)
- Formats d'entreteniment (videojocs, ficció interactiva)
- Artmultimèdia
- Formats publicitaris (comunitats de fidelització, microsites...)
- Podcasting

Narració no lineal

- Text i cibertext
- Narrativitat vs interactivitat.
- Hiperficció
- Precursors literaris
- Experiències cinematogràfiques i Narratives transmediàtiques

El multimèdia a la web

- La Web Audiovisual
- Plataformes de vídeo
- La TV a la xarxa

AVALUACIÓ:

L'avaluació és teoricopràctica, a concretar pel professor a l'inici de curs.

BIBLIOGRAFIA:

Narrativa audiovisual

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

Narrativa multimèdia

- Landow, G. *Hipertexto*. Barcelona: Paidós, 1995.
- Marcos, M. C. *Interacción en interfaces de recuperación de información: conceptos, metáforas y visualización*. Gijón: Ediciones Trea, 2004.
- Vouillamoz, N. *Literatura e hipermedia*. Barcelona: Paidós, 2000.

- Bou, G. *El guión Multimedia*. Madrid: Anaya Multimedia, 2003

Taller de Comunicació Gràfica II

Obligatòria

Primer

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Efrain Foglia Romero
- Hector Ivan Navarro Guere

OBJECTIUS:

Conèixer els elements fonamentals del projecte gràfic per a la comunicació i aplicar-los correctament mitjançant l'ús de les eines de disseny vectorial (Illustrator) i de mapa de bits (Photoshop).

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

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

CONTINGUTS:

1. Comunicació visual i significat.

- Lògiques del disseny
- Estil i contingut, ordre i significat
- Context
- Graus d'iconicitat de la imatge
- Aproximacions a la semiòtica visual.

2. El Projecte gràfic

- Planificació i metodologia d'un projecte gràfic
- El briefing
- El concepte com a eix vertebrador
- Criteris per a la selecció tipogràfica
- Bases per al plantejament cromàtic
- La proposta de imatge

3. Claus formals del missatge visual

- Abstracció - Síntesi - Simplicitat
- Estructura - Modularitat - Sistematització
- Ritme - Moviment - Temps
- Superfície - Textura - Capa
- Contrast - Jerarquia - Transparència
- Escala - Proporció - Mesurada.
- Edició - Enquadrament - Alineació
- Unitat - Coherència - Estil

4. Comunicació gràfica, peces, mitjans

- Estudi i aplicacions en diferents peces: Cartell
- Flyer, folletó, catàleg.
- Packaging, display
- Tanca, OPI, banderoles

5. Aspectes de producció.

- Preimpressió. Processos.
- Tractament de la imatge digital; mapes de bits i vectorial.
- Tècniques, processos, eines, recursos.
- Pràctiques amb el programari de disseny i aplicacions en el desenvolupament de tots els exercicis i projectes.

AVALUACIÓ:

4 treballs pràctics (individuals: p1, p2 i p3: 20% c/u. En grup de 3 persones: p4: 40%)

Les parts 1, 2, 3 i 4, s'hauràn d'aprovar cada una per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la suma percentual de las quatre parts.

Els treballs gràfics s'avaluen segons els següents criteris:

- Comprensió: Compliment d'objectius. Relació plantejament - resultat.
- Expressió: Força visual i comunicativa, grau d'innovació
- Presentació. Qualitat en acabats, desenvolupament tècnic.

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

- Chavers; Norberto; Bellucia, Raúl. *La Marca Corporativa*, Barcelona: Paidós.
- Dabner, David. *Diseño gráfico, fundamentos y práctica*. Barcelona: Blume, 2005.
- Frascara, Jorge. *Diseño y comunicación visual*. Buenos Aires: Infinito, 1988.
- Frutiger, Adrian. *Signos, símbolos, marcas, señales*, Barcelona: Gustavo Gili, 1981.

- Gardner, Howard. *Mentes creativas*, Barcelona: Paidós, 1995.
- Gatter, Mark. *Listo para imprenta*. Barcelona, IndexBook: 2008.
- 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*. Barcelona: Index Books, 1996.
- March, M. *Tipografía creativa*. Barcelona: Gustavo Gili 1989.
- Mono. *Identidad corporativa. Del brief a la solución final*. Barcelona: Gustavo Gili. 2007.
- Morison, Stanley. *Principios fundamentales de la tipografía*. Barcelona: Ediciones del Bronce, 1998.
- Martín, José Luis; Ortuna, Montse. *Manual de tipografía*. València: Campgràfic, 2004.
- Rivers, Charlotte. *Best of Disc Art 1. Innovation in CD, DVD & vinyl packaging design*. Rotovision, 2008
- Samara, Timothy. *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.
- Vilafañe, Justo. *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Pirámide, 1998.

Taller de Fotografia I

Obligatòria

Primer

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordi Ribot Punti

OBJECTIUS:

Aquesta assignatura pretén que els estudiants puguin expressar i comunicar idees, sensacions i arguments narratius a través d'una càmera fotogràfica convencional. Que tinguin una base sòlida per adaptar-se 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.

Els objectius principals són:

- Aprendre a fer funcionar la càmera fotogràfica des del punt de vista tècnic.
- Aprendre composició visual
- Saber utilitzar la càmera fotogràfica per explicar una història.
- Saber editar una fotografia amb el programa informàtic genèric.
- Domini de l'instrumental d'il·luminació del plató de fotografia.
- Capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Capacitat per generar noves idees.
- Aprendre a elaborar un reportage fotogràfic pròpi.
- 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 fotogràf en la societat.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

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

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge fotogràfic i els seus gèneres.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció fotogràfica.
- Conèixer la imatge espacial i les representacions icòniques en l'espai, tant en la imatge fixa com en moviment.

CONTINGUTS:

1. Història de la fotografia
 - 1.1 Introducció: Història de l'Art (artistes). Història de la ciència (científics)
 - 1.2 El principi fotogràfic: L'invent i l'inventor
 - 1.3 Els primers fotògrafs: Cameron, Stieglitz, Mybridge, Nadar
 - 1.4 Les primeres càmeres: La càmera fosca, la càmera de plaques, la càmera de banc òptic, la camera Leica, la càmera reflex, la càmera compacte, la camera digital.
2. Tècnica fotogràfica
 - 2.1 La formació de la imatge
 - 2.2 La càmera fotogràfica: el cos, i l'objectiu, commutadors i funcionament
 - 2.3 Tipus de càmeres que ofereix el mercat: analògic, digital
 - 2.4 El diafragma: n^{of} , obertura, lluminositat
 - 2.5 L'obturador: escala de velocitats
 - 2.6 La profunditat de camp: diafragma, distància focal, distància càmera-subjecte
 - 2.7 El moviment: el dispar, lent o ràpid, moviment de càmera
 - 2.8 L'òptica: centre òptic, distància focal, tipus de lents
 - 2.9 Els objectius: angular, normal i teleobjectiu. Zoom, òptiques especials
 - 2.10 L'enfocament: selecció del punt enfocat, tipus d'enfocament: AF, M
 - 2.11 El fotògraf i el seu equip: situació, instint, posició, actitud
3. La llum
 - 3.1 Característiques i propietats
 - 3.2 Tipus de llum, direcció, intensitat, temp. de color, qualitat
 - 3.3 Fonts de llum: dia, contrallum, efectes meteorològics, tungstè, fluorescent, foc, artificial, flash.
4. Fotometria
 - 4.1 La mesura de l'exposició: relació entre obertura, n^{of} i sensibilitat
 - 4.2 El fotòmetre: el fotòmetre de la càmera i el fotòmetre independent
 - 4.3 Tipus de mesures d'exposició: incident i reflectida
 - 4.4 Lectures de la llum: puntual, metrical, preponderada al centre
 - 4.5 Càlcul del gris mig de la imatge: targeta/carta gris del 18%
5. Suports fotogràfics
 - 5.1 Suport analògic: La pel·lícula fotosensible, ISO, gra, contrast, poder resolutiu, latitud.
 - 5.2 Tipus de suports analògics: neg. Color, neg. b/n, diapositiva, infraroig, paper.
 - 5.3 Suport digital: el sensor fotosensible, sensibilitat, pixel, pantalla, targetes de memòria.
 - 5.4 Suport físic: paper, ploter, plàstic, translúcid, àlbum digital. Diferències entre analògic i digital: mida de la imatge captada, Mètodes d'emmagatzematge de la imatge digital, defectes i problemes
6. Tractament de la imatge
 - 6.1 El laboratori fotogràfic convencional: revelat negatiu/revelat positiu
 - 6.2 El laboratori fotogràfic digital: Programes d'edició d'imatges. Photoshop
 - 6.3 Preparació de la imatge digital per a un ús professional
 - 6.4 Traspàs de suports: digitalització de les imatges (escàners)
7. El flaix
 - 7.1 Funcionament del flaix

- 7.2 Diferents sistemes d'utilització: manual, automàtic, TTL
- 7.3 Tipus de flash: de càmera, d'estudi
- 7.4 Utilització del flash per reportatge: direccionable, rebotat, extern a la càmera

- 8. La fotografia digital
 - 8.1 El sensor fotosensible: tipus de sensors
 - 8.2 La pantalla o display: fotografiar comprovant el resultat
 - 8.3 Formats digitals: Resolució, qualitat i mida de la imatge
 - 8.4 Arxius digitals
 - 8.5 Problemes i solucions del món digital: la brutícia al sensor

- 9. Imatge
 - 9.1 Composició visual: principis de composició.(enquadrament, escala de plans, harmonia, claredat, llum, etc...)
 - 9.2 El recorregut visual, centre d'interès, punt de vista
 - 9.3 La llei de terços
 - 9.4 Anatomia del missatge visual: Representacional, abstracte, simbòlic

- 10. La fotografia i la llei
 - 10.1 Llei de la propietat intel·lectual
 - 10.2 Drets d'autor i copyright
 - 10.3 Drets d'explotació de les imatges
 - 10.4 La propietat de les fotografies
 - 10.5 Permisos i autoritzacions
 - 10.6 Dret a la pròpia imatge
 - 10.7 L'ètica del fotògraf

- 11. La fotografia als multimèdia
 - 11.1 La fotografia a Internet. El web
 - 11.2 Projecció d'imatges: Concerts, espectacles, teatre
 - 11.3 La fotografia impresa: premsa escrita
 - 11.4 CD, tríptics, catàlegs, Tanques publicitàries, llibres
 - 11.5 Les càmeres objectes: telèfon mòbil
 - 11.6 Revistes espacialitzades: motor, moda, entreteniments
 - 11.7 Publicacions de prestigi

- 12. Disciplines de la fotografia
 - 12.1 El fotoperiodisme
 - 12.2 La fotografia social
 - 12.3 La fotografia de moda
 - 12.4 La fotografia publicitària
 - 12.5 La fotografia d'arquitectura
 - 12.6 La fotografia de viatge
 - 12.7 La fotografia d'autor
 - 12.8 La fotografia submarina
 - 12.9 La fotografia de l'espai
 - 12.10 El paparazzi, la fotografia del cor
 - 12.11 La fotografia de guerra
 - 12.12 La fotografia eròtica
 - 12.13 La fotografia mèdica
 - 12.14 La fotografia científica
 - 12.15 La macrofotografia

- 13. El fotògraf professional
 - 13.1 Treballar d'autònom: avantatges i inconvenients
 - 13.2 Treballar asselariat: avantatges i inconvenients
 - 13.3 Formació: acadèmica i autodidàctica
 - 13.4 Acredencials: carnet de premsa, autoritzacions

13.5 Eines de treball: equip fotogràfic, vehicles, telèfon mòbil, ordinador ,etc.

13.6 Disponibilitat: horari, festius i vacances

14. El retrat

14.1 Origen i història

14.2 El personatge i el fotogràf

14.3 Tipologies de retrats

14.4 El retrat preparat

14.5 Els grans retrats de la història

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

Bandes Sonores

Obligatòria

Segon

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Espanyol

PROFESSORAT

- Conrado Xalabarder Aulet

OBJECTIUS:

L'objectiu d'aquesta assignatura és el de comprendre l'ús de la música en els mitjans audiovisuals, però no solament com un element estètic i emocional sinó singularment narratiu. Així, el propòsit és que els alumnes compreguin les seves funcions principals, entenguin els seus recursos i sàpiguen, així, elaborar un guió musical que complementi al guió literari, i que en definitiva siguin capaços de traslladar les seves intencions i decisions al compositor perquè les plasmi en forma de música.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).

CONTINGUTS:

L'assignatura té una vessant teòrica i una altra de pràctica. En la teòrica, s'exposaran les singularitats de la música aplicada en el mitjà audiovisual (que són diferents als de la música no aplicada); a la pràctica s'estudiaran nombrosos exemples de guions musicals.

En la part teòrica es desenvoluparan aquestes matèries:

I.- Introducció

La música al mitjà audiovisual. Elements indentificatius.

II.- La música en el context audiovisual

- 1.- Música necessària i música creativa.
- 2.- Música original, preexistent i adaptada.

- 3.- Música diegètica i música incidental.
- 4.- Música empàtica i música anempàtica.
- 5.- Música integrada.

III- Distribució musical

- 1.- Estructura musical
- 2.- Tema inicial i tema final.
- 3.- Tema principal, tema central i tema secundari.
- 4- Subtema.
- 5.- Contratema.
- 6- Motius i fragments: el leit-motif.
- 7.- La música repetida, variada i repercutida.
- 8.- El silenci musical.

IV- Nivells de música

- 1.- Nivell sonor.
- 2.- Nivell argumental.
- 3.- Nivell espacial.
- 4.- Nivell dramàtic.

V- Processos de dinamització

- 1.- La música i els diàlegs.
- 2.- La connexió seqüencial.
- 3.- Allargament i intensificació de la seqüència.

VI.- Creació del guió musical

AVALUACIÓ:

L'estudiant haurà d'aconseguir fins a un màxim de 100 punts. Els punts finals, dividits per 10, donaran com resultat la nota final.

A) L'estudiant assumirà com a línia de treball dues pel·lícules a analitzar durant l'assignatura. Es podrà triar entre tres propostes del professor o les propostes dels mateixos estudiants amb l'aprovació del professor. Una serà per escrit i l'altra podrà fer-se oralment. Serviran per a l'avaluació continuada (50 punts).

B) Una pràctica d'anàlisi bàsic a triar entre:

- 1) la incorporació ?a elecció de l'alumne? del seu projecte de TFC;
- 2) d'un bloc d'anuncis publicitaris
- 3) de un capítol de sèrie televisiva (d'elecció pròpia de l'alumne sempre que el professor l'aprovi) o
- 4) de qualsevol altre mitjà audiovisual que resulti d'interès i estigui vinculat a l'assignatura. (20 punts)

C) Assistència a les classes, xerrades, participació en debats (30 punts)

El professor avaluarà la puntuació de l'alumne i determinarà la nota final en base a aquesta.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Xalabarder, C. *Música de Cine. Una ilusió òptica*. Libros en Red, 2006

Complementària

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

Investigació d'Audiències

Obligatòria

Segon

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Ignasi Coll Parra

OBJECTIUS:

El principal objectiu de l'assignatura és presentar a l'estudiant una visió de la investigació d'audiències, veient les diferents bases de dades. Es mostra com les audiències afecten el negoci audiovisual i publicitari. Es farà un repàs sobre l'audiència en els diferents mitjans i, incidint més en la televisió, es veuran les tendències per gèneres i continguts.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Saber dissenyar i dirigir projectes.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer l'impacte social de les tecnologies informatives i la comunicació.
- Conèixer els mètodes i problemes de les diferents branques de la investigació de la comunicació en general i la comunicació audiovisual en particular.
- Saber analitzar i representar les dades.
- Saber exposar els resultats de la recerca de manera oral, escrita, audiovisual o digital, de forma adequada d'acord amb els cànons acadèmics.
- Saber analitzar la selecció de suports i mitjans audiovisuals en funció de l'audiència.

CONTINGUTS:

Tema 1. Màrqueting i investigació d'audiències

1.1 Conceptes generals: màrqueting, mercat, target, producte, segmentació, etc.

Tema 2. Metodologies i tècniques d'investigació

2.1 Metodologies aplicades a la investigació

2.1.1 Investigació quantitativa

- 2.1.2 Investigació qualitativa
- 2.2 El procés d'investigació
- 2.3 Àrees d'aplicació de la investigació (producte, preu, comunicació, distribució)
- 2.4 Investigació d'audiències de mitjans

Tema 3. Sistemes, suports tècnics i instruments de mesura de la investigació d'audiències

- 3.1 L'enquesta/entrevista
- 3.2 El pannel
- 3.3 L'audímetre

Tema 4. Conceptes relacionats amb la investigació d'audiències

- Població, univers i mostra
- Audiència, audiència neta, audiència mitjana, audiència acumulada
- Cobertura
- Rating
- GRP
- Impactes OTS
- Freqüència
- Número d'Impactes
- Cost Per Mil
- C/GRP
- Share
- Índex d'Afinitat
- Índex de fidelitat
- Share of Spending
- Share of Voice
- Share of Noise.

Tema 5. Investigació d'audiències a Espanya

- 5.1 Principals proveïdors d'informació en el mercat espanyol: AIMC/EGM, Infoadex, TNS, IOPE, etc.
- 5.2 Principals estudis d'audiència a Espanya

Tema 6. Els mitjans espanyols

- 6.1 Panoràmica general dels mitjans espanyols: estructura i característiques del mitjà, evolució de la audiència, perfil de l'audiència, inversió publicitària, metodologies i estudis d'investigació, tendències
 - 6.1.1 TV Convencional/Digital/Cable
 - 6.1.2 Premsa Convencional/Gratuïta
 - 6.1.3 Suplements Dominicals
 - 6.1.4 Revistes
 - 6.1.5 Ràdio
 - 6.1.6 Mitjà Exterior
 - 6.1.7 Cinema
 - 6.1.8 Internet.

AVALUACIÓ:

- Al llarg del curs hi haurà diferents treballs i exercicis pràctics que comptaran un 60% de la nota final (40% treball i el 20% els exercicis). L'examen comptarà un 40%, distribuït proporcionalment als dos parcials (20% cadascun).
- Cal tenir aprovades ambdues parts per tal de poder aprovar l'assignatura.

BIBLIOGRAFIA:

- Bigné, E.: *Temas de Investigación de Medios Publicitarios*, Barcelona: ESIC.
- Blanch Nieto, Margarita, *Cómo se miden las audiencias en radio*, Barcelona: Cims 97, 2000.
- Callejo Gallego, Javier, *Investigar las audiencias: un análisis cualitativo*, Barcelona: Paidós, 2001.
- Huertas, Amparo, *Cómo se miden las audiencias en televisión*, Barcelona: Cims 97, 1998.

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

Taller d'Infografia

Obligatòria

Segon

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català, Espanyol

PROFESSORAT

- Efrain Foglia Romero

OBJECTIUS:

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

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

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics, històrics i pràctics de la comunicació gràfica.
- Conèixer la imatge espacial i les representacions icòniques en l'espai, tant en la imatge fixa com en moviment.
- Saber analitzar i representar les dades.

CONTINGUTS:

1. Introducció a la Infografia

- Història
- Descripció
- Funció de la infografia en els mitjans audiovisuals
- Nova disciplina audiovisual
- La tecnologia al servei de la infografia
- L'infografista, el infovisualitzador

2. Disseny de la informació i procés infogràfic

- la anàlisi informatiu
- La documentació
- El lloc dels fets i els testimonis
- L'esbós i l'Storyboard
- L'equilibri entre la funció i la forma
- el comunicador -infografista
- Treball en grup

3. Elements infogràfics

- La figura humana
- L'infomapa
- La representació geogràfica
- La megainfografia

- Diagrames i icones
- Eines visuals de suport
- Gràfics en moviment

4. Variables gràfiques

- Infografia hardnews i softnews, visualització de dades
- Tendències
- La il·lustració com a recurs infogràfic
- La fotografia com a recurs infogràfic
- Tipografia, Color i Coherència
- Introducció a la infografia on-line i les seves possibilitats, info-visualització.

AVALUACIÓ:

- Treballs pràctics: Durant el curs es realitzaran treballs pràctics (60% de la nota final)
- Projecte final de curs amb un valor total equivalent al 40% de la nota final.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

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

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, Michel; Wildbur, Peter *Infográfica. Soluciones innovadoras en el diseño contemporáneo*. Barcelona: GG.
- Costa, Joan *La Esquemática, visualizar la información*, Barcelona: Paidós.
- De Pablos, José M, *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía*, Madrid: Síntesis, 1999.
- Frutiger, Adrian, *Signos, símbolos, marcas, señales*, Barcelona: GG Diseño.
- Holmes, Nigel *The Best in Diagrammatic Graphics*, Rotovision (March 1, 1994), ISBN: 0823063054
- Lipton, Ronnie *Information Graphics and Visual Clues – new in paperback*.
- Lipton, Ronnie *Communicating Information through Graphic Design*.
- Mijksenaar, Paul *Una introducción al Diseño de la información*, Mèxic: GG.
- Reinhard, Gäde *Diseño de periódicos Sistemas y Métodos*, Barcelona: GG Diseño.

Taller de Comunicació Interactiva

Obligatòria

Segon

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Marc Vaillo Daniel

OBJECTIUS:

Introducció a la producció multimedial per a internet mitjançant l'ús de programes informàtics d'edició (*Dreamweaver*) i gestors de continguts (*Content Manager System*, tipus *Wordpress*). Aplicació dels coneixements teòrics desenvolupats a l'assignatura Comunicació Digital Interactiva.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els formats d'arxius digitals i les tècniques de compressió de documents.
- Conèixer els fonaments metodològics del disseny de la interacció (persona-ordinador, disseny d'interfícies, usabilitat, accessibilitat, etc.).

CONTINGUTS:

1. Fonaments bàsics de tecnologia web
 - a. Interfície del programari
 - b. Creació d'un lloc local nou
 - c. Creació d'una plana bàsica
 - d. Aprenentatge d'HTML bàsic i etiquetes més usades
2. Lloc local i lloc remot
 - a. Definició del lloc local a Dreamweaver
 - b. Vista local i vista remota
 - c. FTP, posar el nostre lloc web "on-line"
3. Disseny HTML
 - a. Disseny bàsic de la pàgina
 - b. Taules (files i columnes i cel·les).
 - c. Composició general. iPlantilles
4. Imatges
 - a. Imatges: RGB i resolució web amb photoshop
 - b. Mapes d'imatge
 - c. Imatges de substitució

5. Text
 - a. Introducció
 - b. Hipertext i enllaços
 - c. Formatat, tipografia, cos
 - d. Vinculació (tipus: absoluta, relativa a la plana, al lloc)
6. Disseny CSS
 - a. Estils de Cascada
 - b. Fulls d'estil
 - c. Classes, IDs, etiquetes
7. Escriure a la Web
 - a. Producció i enllaços
8. Web 2.0
 - a. Concepte i propietats
 - b. Ús del contingut dinàmic
 - c. Text i imatge: Del.icio.us, Blogger, Word Press, Wikipedia, Google Reader, Flickr, YouTube, etc.
 - d. Comunitats: MySpace, Facebook...
9. Sistemes de gestió de continguts
 - a. Panorama i programari (teòric)
10. Wordpress
 - a. Interfície
 - b. Administració vs Contingut
 - c. Temes, planes, menús
 - d. Entrades, etiquetes, categories
 - e. *Sidebars, plugins i widgets*

AVALUACIÓ:

1. Exercicis pràctics individuals obligatoris sobre l'eina Adobe Dreamweaver i una breu exposició oral (40%).
2. Projecte final en grup (50%)?.
3. Presentació individual d'un tema (10%)?.

L'avaluació constarà de les parts 1, 2 i 3, i s'haurà d'aprovar cada una per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la suma percentual de las tres parts.

Si se suspèn el treball final caldrà refer-lo en forma grupal. En qualsevol cas, la suspensió de de les avaluacions 1 i 2 significarà la suspensió del curs i la repetició de les proves no superades.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Cobo Romani, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / Mèxic DF. www.planetaweb2.net
- Eccher, Clint (2011). *Diseño Web Profesional*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Negrino, Tom (2009). *Styling web pages with CSS visual quickproject guide*. Berkeley, Calif.: Peachpit Press.
- Schultz, David W. (2007). *Beginning HTML with CSS and XHTML: modern guide and reference*. Berkeley, CA : Apress.
- Sullivan, Stephanie (2008). *Mastering CSS with Dreamweaver CS3*. Berkeley, CA: New Riders ; London: Pearson Education [distribuidor]
- Wallace, Heather R. (2011). *WordPress 3. Desarrollo de proyectos Web*. Madrid: Anaya Multimedia.

Taller de Producció Audiovisual

Obligatòria

Segon

Crèdits: 9.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Arnau Gifreu Castells
- Cristina Perales Garcia

OBJECTIUS:

L'assignatura permet treballar amb eines que faciliten la tasca de la producció audiovisual, des del seu plantejament, disseny de producció fins a la seva realització.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents gèneres (tant per a discursos de ficció com de no ficció) i nivells de complexitat.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.
- Saber exposar els resultats de la recerca de manera oral, escrita, audiovisual o digital, de forma adequada d'acord amb els canons acadèmics.

CONTINGUTS:

Bloc A: La producció radiofònica

1. Introducció conceptual

- La ràdio com a mitjà d'expressió
- Història i evolució de la ràdio a Espanya i Catalunya
- Missatge i llenguatge radiofònic
- El muntatge sonor: ritmes, tons i plans sonors

2. Disseny de la producció radiofònica

- Preproducció, producció i postproducció
- Guionatge radiofònic (tècnic i literari)

3. Producció dels gèneres radiofònics

- Producció informativa
- Producció d'entreteniment

- Producció publicitària
 - Producció de programes musicals
 - Producció de programes dramàtics
4. Com es gestiona la producció radiofònica?

Bloc B: La producció televisiva

1. Introducció conceptual

- La imatge televisiva i cinematogràfica
- Producció cinematogràfica
- Producció televisiva

2. Disseny de la producció

- Professionals de la producció
- El projecte i la direcció
- L'enregistrament

3. La producció executiva

- Preproducció, producció i postproducció
- La creació del guió. De la idea a la producció
- Preparació:
 - o Equip de producció
 - o Guió definitiu
 - o Desglossament del guió
 - o Localitzacions i càstings
 - o Contractes i drets
 - o Pla de treball
 - o Pressupost
 - o Acabat: edició i postproducció

AVALUACIÓ:

L'avaluació és continuada i presencial. Per superar l'assignatura cal haver fet un seguiment continuat del curs (tant de les sessions pràctiques com teòriques), amb un mínim del 80% d'assistència. Per superar l'assignatura cal comptar amb un mínim de 5 en les pràctiques i la teoria.

- Pràctiques televisió 35%
- Pràctiques ràdio 35%
- Proves teòriques 30%

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Alten, S.R. (1994) *El manual del audio en los medios de comunicación*. Andoain: Esc. Cine y Vídeo.
- Arnheim, Rudolf (1980) *Estética radiofónica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Barroso, Jaime (1988) *Introducción a la realización televisiva*. Madrid: IORTV.
- — (1996) *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.
- Cabezón, Luis A. i Gómez, Félix (2004, 3a ed.) *La producción cinematográfica*. Madrid: Cátedra.
- Comparato, Doc (1992) *De la creación al guión*. Madrid: IORTV.
- Fernández, Federico; Martínez, José (1999) *La dirección de producción para cine y televisión*. Barcelona: Paidós.
- Martínez-Costa, M. Pilar (2002) *Información radiofónica*. Barcelona: Ariel.
- Marzal, Javier; López Cantos, Francisco (Coord.) (2008) *Teoría y técnica de la producción audiovisual*. València: Tirant lo Blanch.
- Sáinz, Miguel (1994) *Manual básico de la producción en televisión*. Madrid: IORTV.

Teoria de la Imatge

Obligatòria

Segon

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Hector Ivan Navarro Guere

OBJECTIUS:

1. Conèixer el processament de la informació de la imatge.
2. Conèixer les implicacions teòriques i conceptuals de la imatge.
3. Conèixer les postures, les complexitats i la filosofia de la imatge.
4. Conèixer les distintes formes de representació, reproducció i expressió de la imatge

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Dominar el vocabulari específic de la comunicació audiovisual.

CONTINGUTS:

1. Procés de percepció de la imatge:

- La percepció
- Sensació i percepció. Percepció i cognició
- La percepció com processament d'informació. La visió. Psicofísica visual

2. Introducció a l'estudi de la imatge:

- Teories de la imatge
- Què es una imatge. Conceptes i fonaments de les teories de la imatge
- La perspectiva artificial en la imatge bidimensional
- L'enquadrament i el marc

3. Formes i tècniques de representació de la imatge:

- Evolució de la tècnica de representació
- Paradigmes de la imatge: prefotografia, fotografia, posfotografia.
- Imatge fixa: la pintura, el còmic, la fotografia.
- Imatges sintètiques

AVALUACIÓ:

Per assolir les competències marcat per l'assignatura, el professor utilitzarà els següents elements amb la seva ponderació percentual:

- Assaig individual: 40%
- Pràctica 1 (grup de <3 persones): 25%
- Pràctica 2 (grup de <3 persones): 35%

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Aparici, Garcia, Valdivia 1992: *La imagen*, Madrid: UNED.
- Aumont, J. 1992: *La imagen*, Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. 1992: *Lo obvio y lo obtuso*, Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W. 1983: *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*, Barcelona: Edicions 62.
- Gauthier, G. 1996: *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*, Madrid: Cátedra.
- Gombrich, E.H. 2002: *Arte e ilusión*, Madrid: Debate.
- Gubert, R. 2004: *Patologías de la imagen*, Barcelona: Anagrama
- Joly, M. 2003: *La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción*, Paidós, Barcelona
- Navarro Güere, H. 1995: *La percepción en el arte cinético. 3 artistas venezolanos*, Caracas: Fundación Carlos Eduardo Frías. Colección Canícula, Nº 7.
- Prendes Espinosa, M. 1998: *El lenguaje de la imagen*, Murcia: DM.
- Puig, A. 1979: *Sociología de las formas*, Barcelona: GG.
- Santaella, L.; Nöth, W. 2003: *Imagen: comunicación, semiótica y medios*, Basilea: Reichenberger.
- Tausk P., 1978: *Historia de la fotografía en el siglo XX*, Barcelona: GG.
- Van Leeuwen, T.; Jewitt, C. 2001: *Handbook of Visual Analysis*, Londres: SAGE Publications-
- Villafañe, J. 2003: *Introducción a la teoría de la imagen*, Madrid: Pirámide.
- Vitta, M. 2003: *El sistema de las imágenes*, Barcelona: Paidós.
- Zunzunegui, S. 2003: *Pensar la imagen*, Madrid: Cátedra/Universidad del País Vasco.

ASSIGNATURES DE QUART CURS

Direcció i Producció Audiovisual i Multimèdia

Obligatòria

Primer

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Arnau Gifreu Castells
- Rosa Maria Pons Cerda

OBJECTIUS:

La part audiovisual prepara l'estudiant per a la pràctica de la direcció/realització, amb un enfocament teoricopràctic. S'analitzen els diferents estils de direcció cinematogràfica, i els criteris narratius i expressius que necessita un director. S'experimenten procediments i mètodes de treball per a l'adquisició de competències artístiques i de gestió en el mercat europeu.

La part multimèdia de 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 del complex entramat multilíneal que suposa la nova comunicació digital interactiva multimèdia. La part teòrica comprèn el plantejament d'assolir un bon projecte interactiu en la fase de reproducció, i la part pràctica inclou conèixer els fonaments d'un programari vectorial d'animació (Flash), i aspectes més avançats de l'HTML dinàmic (Javascript, DHTML, CSS) per a la creació de diferents aplicacions: interactius on i offline de tots els gèneres, llocs web per a diferents suports (ordinador, dispositius mòbils...), etc.

L'objectiu és que l'alumne faci seves un conjunt de reflexions teòriques per aplicar-les després com a eina de treball professional. A la pràctica, cada alumne assumirà un rol professional determinat.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Saber dissenyar i dirigir projectes.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents gèneres (tant per a discursos de ficció com de no ficció) i nivells de complexitat.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.
- Tenir capacitat per crear i dirigir la posada en escena integral de produccions audiovisuals o multimèdia.
- Saber realitzar l'ordenació tècnica dels materials sonors i visuals conforme a una idea utilitzant les tècniques narratives i tecnològiques necessàries per a l'elaboració, composició, acabat i masterització de diferents productes audiovisuals i multimèdia.
- Conèixer com tractar la informació audiovisual de forma didàctica i divulgativa.

CONTINGUTS:

Part audiovisual

- La indústria audiovisual i els sistemes de producció.
- Tipologia de pel·lícules: blockbuster, mainstream, de gènere, d'autor o cultural.
- Tipologia de programes: de la informació a l'entreteniment.
- Com es desenvolupa i es prepara una idea audiovisual.
- Viabilitat en l'audiovisual: finançament i distribució.
- Com es mesura l'èxit en el mercat audiovisual.
- El procés de direcció i la gestió d'un equip.
- Què és la direcció i com es prepara un director. Ús dels referents i fonamentació teòrica.
- Disseny de la direcció: parts del procés i mètodes de treball.
- La visualització del guió literari: estratègies narratives i expressives. La preparació de la planificació.
- La direcció d'actors: del personatge al càsting, i de l'assaig a la pantalla.
- Direcció de participants en un programa, un documental o una peça de no ficció.
- La unitat expressiva: conceptes per la preparació del Disseny d'art, el Disseny de la fotografia, el Disseny musical i del so, el Muntatge i la Postproducció.
- El treball en equip. La relació director-productor-guionista. La relació del director amb el director de fotografia, el director d'art i el compositor.

Part multimèdia

A. DESENVOLUPAMENT TEÒRIC DEL PROJECTE MULTIMEDIAL

- Fases de realització del projecte
- Perfils professionals necessaris

1. PREPRODUCCIÓ

Conceptualització i definició del projecte

- a) Definició i elecció del projecte
- b) Elecció de la metàfora
- c) Exploració de webs

Anàlisi de la competència i redefinició

- a) Benchmarking i estudi del mercat potencial
- b) Fase de redefinició

Arquitectura de la informació

- a) Continguts
- b) Estructura
- c) Navegació
- d) Interacció (guió multimèdia)

2. PRODUCCIÓ

Fase de disseny

- a) Imatge corporativa

b) Interfície

Elaboració de continguts

a) Desenvolupar continguts textuais

b) Desenvolupar continguts gràfics

c) Desenvolupar continguts audiovisuals i integració d'eines web 2.0

Exemples de briefings creatius i requisits tècnics

B. PROGRAMARI DE PRODUCCIÓ

LLENGUATGE HTML

- Parts d'un document HTML. Funció de les diferents etiquetes i les metadades. Diferents parts del programari Dreamweaver CS5.
- Estils en cascada (CSS) i la seva visualització en diferents navegadors.
- Utilització d'imatges i video. Possibilitats d'implementació amb JQuery.

HTML5

- Nous elements: section, article, aside, header, footer, nav, dialog, figure es planteja per associar un contingut multimedia (una foto, un vídeo, etc) a un títol o llegenda, mark, meter, progress, time, command, output, datagrid, etc.
- Formularis
- Canvas
- Embed
- Video i audio
- Geolocalització amb Google Maps
- [Primera pràctica]

FLASH CS4/5

- Diferents parts del programa Flash: línia de temps, escenari principal, paleta de colors, taulell d'eines, biblioteca i zona d'accions. Treball amb diferents capes. Ús de símbols i instàncies.
- Interpolació de moviment i forma. Partició de la pel·lícula: treball amb escenaris, en diferents fotogrames o a partir de la càrrega externa de pel·lícules (loadMovie).
- Creació d'elements interactius: botons i clips de pel·lícula. Incorporació de vídeo, música i fotografies.
- [Segona pràctica]

INDEXACIÓ, SERVIDORS I GESTORS DE CONTINGUTS

- CMS amb Wordpress. Introducció al Joomla i Drupal.
- Posicionament del website (SEO)
- Aplicacions 2.0 d'última generació
- [Tercera pràctica]

AVALUACIÓ:

- L'avaluació es prepararà a partir dels objectius de l'assignatura, que estan vinculats a les competències que ha d'adquirir l'estudiant.
- El 50% de la nota avalua els continguts audiovisuals i les competències que hi estan relacionades, l'altre 50% avalua els continguts i les competències multimèdia.

BIBLIOGRAFIA:

Audiovisual bàsica

- Català, Josep Maria. *La puesta en imágenes. Conceptos de dirección cinematográfica*. Barcelona: Paidós, 2001.
- Dreyer, Carl T. *Reflexiones sobre mi oficio*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Fieldman, Simon. *El director de cine*. Barcelona: Gedisa, 1974.
- Hunt, Robert. *Bases del cine: Dirección*. Barcelona: Parramón Ediciones, 2010.
- Siety, Emmanuel. *El plano*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de 'Cahiers du Cinéma?', 2004.
- Stam, Robert. *Teorías del cine*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2000.
- Tarkovski, Andrei. *Esculpir en el tiempo*. Madrid: Rialp, 1991.

Audiovisual complementària

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

Multimèdia bàsica

- Aicher, Otl *Analógico y digital*, Barcelona: Gustavo Gili, 1978.
- Berenguer, Xavier *Una dècada d'interactius*, Temes de Disseny, 2004.
- Bolter, D.J.; Grusin, R. *Remediation. Understanding new Media*, Cambridge: The MIT Press, 1999.
- Bush, Vannevar *As we may think*, The Atlantic Monthly, 1945.
- Crawford, Chris *The Art of Interactive Design*, San Francisco: No Starch Press, 2003.
- Darley, Andrew *Cultura visual digital*, Barcelona: Paidós, 2002.
- Garrand, Timothy *Writing for Multimedia*, Focal Press, 1997.
- Grau, Oliver *Virtual Art. From Illusion to Immersion*, Cambridge: The MIT Press, 2003.
- King, Lucien (ed.) *Game On. The History and Culture of Videogames*, New York: Universe, 2002.
- Laurel, Brenda *Computers as Theatre*, Addison-Wesley, 1993.
- Levinson, Paul *Digital McLuhan*, Londres: Routledge, 2001.
- Lister, M.; Dovey, J.; Giddings, S.; Grant, I.; Kelly, K. *New Media: a Critical Introduction*, Londres: Routledge, 2003.
- Manovich, Lev *The Language of New Media*, Cambridge: The MIT Press, 2001.
- Mayer, Paul A. (ed.) *Computer Media and Communication. A Reader*, New York: Oxford University Press, 2003
- Meadows, Mark S. *Pause & Effect: The Art of Interactive Narrative*, Indianapolis: New Riders, 2003.
- Murray, Janet H. *Hamlet en la holocubieta: el futuro de la narrativa en el ciberespacio*, Barcelona: Paidós, 1999.

- Packer, Randall & Jordan, Ken, ed. *Multimedia: from Wagner to Virtual Reality*, New York: WW Norton, 2002.
- Picht, Rebecca & Stöckmann, Birgit, ed. *Media-Art-History*, New York: ZKM, Prestel, 1997.
- Tufte, Edward R. *Visual Explanations: Images and Quantities, Evidence and Narrative*, Cheshire: Graphic Press, 1997.
- Wardrip-Fruin, Noah & Montfort, Nick, ed. *The New Media Reader*, Cambridge: The MIT Press, 2003.

Multimèdia complementària

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

Nous Formats Audiovisuals

Obligatòria

Primer

Crèdits: 6.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Joan Frigola Reig
- Montserrat Casas Arcarons

OBJECTIUS:

El format televisiu és l'equivalent a la recepta de cuina: si està ben escrita, qualsevol cuiner amb ofici pot dur-la a terme. Actualment el mercat televisiu va a la recerca d'idees originals i del que encara és més important, el *know-how* per produir-les.

Aquesta assignatura fa una introducció exhaustiva al món dels formats televisius: la seva història, la seva conceptualització, distribució, evolució i també tota la problemàtica legal. L'estudi dels formats televisius ens durà a enfrontar-nos amb el nou repte de la producció audiovisual: fer "Televisió 360", es a dir, fer que el format sigui multiplataforma i que es produeixin sinergies entre canals (tv, web 2.0, mòbils...)

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Saber dissenyar i dirigir projectes.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Dominar el vocabulari específic de la comunicació audiovisual.
- Conèixer des del punt de vista teòric i pràctic els elements, les formes i els processos dels llenguatges de la comunicació.
- Conèixer els fonaments i les pràctiques habituals dels processos de producció, distribució i recepció de la comunicació audiovisual.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general amb l'actualitat i l'entorn.
- Conèixer la imatge espacial i les representacions icòniques en l'espai, tant en la imatge fixa com en moviment.
- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents gèneres (tant per a discursos de ficció com de no ficció) i nivells de complexitat.
- Tenir capacitat per crear i dirigir la posada en escena integral de produccions audiovisuals o multimèdia.
- Conèixer com tractar la informació audiovisual de forma didàctica i divulgativa.
- Saber valorar críticament les TIC, els seus camps d'aplicació en la societat i el seu impacte.
- Conèixer teòrica i pràcticament l'aplicació de les tecnologies als mitjans de comunicació audiovisuals (fotografia, ràdio, so, televisió, vídeo, cinema i suports multimèdia).

- Tenir capacitat per assumir el lideratge en projectes que requereixin recursos humans i de qualsevol altra naturalesa, gestionant-los eficientment i assumint els principis de responsabilitat social.
- Conèixer les relacions entre imatges i sons des del punt de vista estètic i narratiu en els diferents suports i tecnologies audiovisuals i multimèdia.
- Saber analitzar els signes o codis de la imatge.
- Conèixer les aplicacions de l'art digital a la comunicació contemporània.
- Saber comunicar-se per escrit en situacions professionals habituals a l'àrea de la comunicació audiovisual.
- Conèixer la producció artística contemporània de la Modernitat a la Postmodernitat.
- Saber analitzar la selecció de suports i mitjans audiovisuals en funció de l'audiència.

CONTINGUTS:

1. El mercat televisiu 2.0
2. Formats televisius
3. Aspectes legals: registre, drets d'autor, etc.
4. Autoregulació del sector (FRAPA)
5. Models de negoci publicitari
6. Creació de formats multiplataforma

AVALUACIÓ:

- Conceptualització i disseny d'un nou format audiovisual
- Exercicis i participació a classe

BIBLIOGRAFIA:

La que proposin els convidats específics en cada sessió.

Pràctiques en Empreses

Pràctiques Externes

Primer

Crèdits: 12.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Eulalia Massana Molera
- M. Dolores Vinyet Benito

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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- 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 resoldre problemes.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Saber dissenyar i dirigir projectes.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

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 Facultat d'Empresa i Comunicació procura garantir una oferta ampla, 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) sempre i quan les circumstàncies ho permetin (i llevat que les pràctiques es facin a l'estiu o hi hagi alguna causa justificada que ho impedeixi).
- 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.
- Al final de la pràctica el professor tutor n'ha de fer l'avaluació corresponent i especialment de la memòria de pràctiques que l'alumne està obligat a fer i lliurar al final de la pràctica. També el tutor de l'empresa ha de fer l'avaluació de la pràctica pel que fa als aspectes més empresarials. Un i altre han d'emplenar el corresponent informe segons l'imprès-model que facilita el Departament de Pràctiques de la Facultat d'Empresa i Comunicació.
- El Departament de Pràctiques es el receptor dels documents a lliurar tant pels estudiants en pràctiques (especialment la memòria) i dels informes dels tutors per fer l'avaluació final d'acord amb aquests informes.
- 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.
- Per tant, 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 dóna el tutor designat per la Facultat d'Empresa i Comunicació i la lliura al Departament 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

Treball de Fi de Grau

Primer

Crèdits: 9.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Arnau Gifreu Castells
- Eulalia Massana Molera
- Rosa Maria Pons Cerda

OBJECTIUS:

El Treball Final de Grau permet posar en pràctica els procediments i mètodes de treball dels professionals de l'audiovisual amb un cas pràctic. A partir d'aquest treball, l'alumne ha d'adquirir competències professionals, artístiques i de gestió en el mercat audiovisual europeu.

Els perfils professionals per fer el TFG són tots els que dissenyen una producció audiovisual: des del guionista, el productor, el director-realitzador, el director d'art, el director de fotografia, el director musical i el muntador.

Els treballs es porten a terme en grup. Cada integrant del grup assumeix unes responsabilitats vinculades a les competències d'aquell perfil en l'àmbit professional.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Saber dissenyar i dirigir projectes.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer les teories del cinema i la televisió.
- Conèixer els fonaments i les pràctiques habituals dels processos de producció, distribució i recepció de la comunicació audiovisual.
- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents gèneres (tant per a discursos de ficció com de no ficció) i nivells de complexitat.

- Tenir capacitat per crear i dirigir la posada en escena integral de produccions audiovisuals o multimèdia.
- Conèixer els principis ètics de la comunicació, així com els codis que els contenen.
- Tenir capacitat per assumir el lideratge en projectes que requereixin recursos humans i de qualsevol altra naturalesa, gestionant-los eficientment i assumint els principis de responsabilitat social.
- Conèixer les relacions entre imatges i sons des del punt de vista estètic i narratiu en els diferents suports i tecnologies audiovisuals i multimèdia.
- Tenir coneixement de la història i evolució del cinema, la televisió, comunicació multimèdia i la seva influència en l'art.
- Saber dissenyar, produir i avaluar estructures hipertextuals i els nous formats de comunicació participativa (blocs, programari social de treball col·laboratiu, comunitats virtuals, etc.).
- Saber escriure amb fluïdesa textos o guions de ficció i no ficció.

CONTINGUTS:

- La indústria audiovisual i el mercat europeu.
- Viabilitat i finançament d'un projecte.
- La mesura de l'èxit audiovisual.
- El procés de desenvolupament d'una idea i un guió.
- El disseny de producció i la gestió d'un equip.
- El disseny de direcció i la gestió d'un equip.
- El disseny d'art.
- El disseny de la fotografia.
- El disseny musical i sonor.
- La narrativa i l'expressivitat en el muntatge.
- El projecte acadèmic: ús dels referents i fonamentació en la teoria.

AVALUACIÓ:

- L'avaluació del TFG es fa al final del curs acadèmic amb la presentació oral a un tribunal.
- L'avaluació és individual; cada estudiant tindrà una nota, que pot ser igual, o no, a la resta de membres del grup.
- S'avaluaran tant la presentació del treball formal (part textual i part audiovisual) com la defensa.
- El tribunal estarà format per 2 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 %.
- Memòria: 35 %.
- Obra Audiovisual presentada: 40 %.

BIBLIOGRAFIA:

Bibliografia de guió (ficció)

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

Bibliografía de producció

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

Bibliografía de direcció

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

Bibliografía de direcció de fotografia

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

Bibliografía de direcció d'art

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

Bibliografía de so i música

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

Bibliografía de documental

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

Art Digital i Nous Mitjans

Obligatòria

Segon

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català, Espanyol

PROFESSORAT

- Efrain Foglia Romero

OBJECTIUS:

Aquest curs té per objectiu principal la capacitació de l'estudiant en el coneixement de 'Art Digital i els Nous Mitjans de creació en relació als territoris de l'art i la comunicació audiovisual. Es revisaran les principals línies teòriques i influències i l'obra dels creadors contemporanis, amb un enfocament a la realització de projectes mitjançant la utilització de les noves possibilitats tecnològiques com a suport.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber realitzar l'ordenació tècnica dels materials sonors i visuals conforme a una idea utilitzant les tècniques narratives i tecnològiques necessàries per a l'elaboració, composició, acabat i masterització de diferents productes audiovisuals i multimèdia.
- Conèixer les aplicacions de l'art digital a la comunicació contemporània.

CONTINGUTS:

1. L'Art Digital i els Nous Mitjans de creació
 - La relació entre art i tècnica
 - Història de l'art electrònic
 - Nous suports tecnològics, noves formes artístiques
 - La numeralització dels llenguatges artístics
 - El solapament de les disciplines
2. Ciència ficció i la seva influència en la creació digital
 - Ciència ficció al cinema
 - Ciència ficció a la literatura
3. La transformació de la imatge i el moviment a l'era digital
 - Postfotografia
 - Postcinema
 - Postmedia
4. Eines i tipologies de l'Art Digital i els Nous Mitjans
 - La imatge digital
 - La interfase a la interacció humà-màquina
 - Videocreació
 - Net-Art i col·laboració en xarxa
 - Software-art
 - Telepresència i robòtica
 - Hackers i activisme polític
 - Videojocs com a suport per a la creació

- Creació participativa
- 5. Aplicacions de l'art digital a la comunicació actual
 - Instal·lacions interactives i participatives
 - Publicitat
 - Promoció cultural, esdeveniments, fires, exposicions
- 6. Desenvolupament de projectes
 - Projecte de Imatge Digital
 - Projecte de New Media

AVALUACIÓ:

Durant el curs es realitzaran dos projectes (60% de la nota).

També es considerarà el desenvolupament d'informes i exposicions referents als seminaris i a l'anàlisi de les línies teòriques (40% de la nota).

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

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

Filmografia:

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

Complementària

- Ascott, R. *Connectivity: Art and Interactive Telecommunications*, Leonardo vol.24 n.2, 1991
- Manovich L. *El Lenguaje de los nuevos medios de comunicación la imagen en la era digital*, Paidós, 2005

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

Ètica Professional

Obligatòria

Segon

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Maria 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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- 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 de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Respectar els drets humans.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els principis ètics de la comunicació, així com els codis que els contenen.
- Identificar en la pròpia pràctica la responsabilitat sobre les decisions i informacions en matèria de diversitat cultural, igualtat de gènere i accés universal.

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:

- Asius, 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)

Taller de Postproducció Audiovisual

Obligatòria

Segon

Crèdits: 3.00

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Ricardo Parra González

OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és donar a l'estudiant les eines necessàries per poder postproduir un projecte des del punt de vista sonor i visual.

Es donarà una visió general i introductòria del programari i del maquinari que actualment permet postproduir un projecte des de les vessants visual (Adobe After Effects) i sonora (Adobe Soundbooth, Sony Vegas).

L'estudiant podrà conèixer les eines bàsiques per crear gràfics en moviment (motion graphics), per al retoc visual de la peça (efectes, tracking, 3D), per crear una banda sonora completa (que inclogui diàlegs, ambients, música i efectes de so) i per, finalment, masteritzar-ho tot plegat en un projecte audiovisual.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber realitzar l'ordenació tècnica dels materials sonors i visuals conforme a una idea utilitzant les tècniques narratives i tecnològiques necessàries per a l'elaboració, composició, acabat i masterització de diferents productes audiovisuals i multimèdia.
- Conèixer la relació entre els sons i les imatges des del punt de vista estètic i narratiu en diferents suports i tecnologies audiovisuals i multimèdia.

CONTINGUTS:

1. Introducció a la postproducció audiovisual

- Processos i fases. Postproducció visual. Postproducció sonora.

2. Gràfics en moviment. Motion Graphics.

- Introducció. Programari bàsic, workflow, after effects, import/export
- Capes i màscares (creació, transformacions, estils, alpha i luminància)
- Animació (fotogrames clau, vincular animació, gràfica d'animació, pins d'animació, motion blur)

3. Retoc visual

- Efectes (capa d'ajustament, color, croma, mapa de desplaçament, partícules)
- Tracking (estabilitzar, null object, match move, camera tracker)
- 3D (capes 3d, càmeres, llums, profunditat i projecció de càmera)

4. Disseny musical i sonor

- Introducció. Programari específic. Formats.
- Disseny de so. Elements sonors: diàlegs, ambients, efectes sonors i música.
- Organització. Edició. Sincronització audio-video.
- Processat habitual. Equalització (EQ). Filtres. Mescla (estèreo, multicanal).
- Consideracions sobre el so multicanal. So envolvent.

5. Mastering

- Exportació. Formats definitius.

AVALUACIÓ:

En els blocs 1 i 2 es proposarà una pràctica individual consistent a elaborar una careta (opener) audiovisual. En el bloc 3, els estudiants han de proposar un projecte grupal per a postproduir. La recomanació del professorat és que s'esculli el Projecte Final de Grau (documental, curtmetratge, interactiu multimèdia...).

- Pràctica personal 30%
- Exposició oral del projecte 10%
- Projecte final 60%

Per aprovar caldrà superar el projecte (60%) i les part individual (30%). L'exposició també és obligatòria. Només es farà mitjana si tot està aprovat.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

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

Complementària

- Collins, Mike: *Herramientas de Audio y Música digital*. Alianza Multimedia. Medios Digitales y Creatividad. 480 pag., 18,50 x 24,00 cm. Novembre 2004
- FX Guide. <http://www.fxguide.com> [en línia] Articles, breakdowns i entrevistes, en anglès.
- Holman, Tomlinson: *Surround Sound. Up and running*. Elsevier / Focal Press. 240 pàg., 15 x 23cm. 2007 (2a edició).
- Sonnenschein, David: *Sound Design: The Expressive Power of Music, Voice, and Sound Effects in Cinema*. Michael Wiese Productions. 245 pàg. 2001
- Video Copilot. <http://www.videocopilot.net> [en línia] Tutorials i forums, en anglès (2012).
- Woodhall, Woody: *Audio Production and Postproduction*. Jones & Bartlett Learning. 318 pàg. 2010.

OPTATIVES

Comunicació Mòbil

Crèdits: 6.00

OBJECTIUS:

La comunicació mòbil va tenir un ràpid impacte a l'ecologia mediàtica i va provocar conseqüències per als individus, la societat i l'empresa. L'assignatura proporcionarà una visió àmplia d'aquest fenomen: des de la tecnologia i les diferents perspectives de la seva evolució, posant l'èmfasi en els aspectes diferenciadors.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

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

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Comprendre les potencialitats i usos dels llenguatges de programació i de les diferents plataformes tecnològiques (web, mòbil, TV digital, etc.) En un context de convergència mediàtica.

CONTINGUTS:

- Introducció a la comunicació mòbil.
- Concepció de la comunicació mòbil: característiques, classificació, taxonomia i dinàmiques.
- Panorama actual de la comunicació mòbil i el seu panorama futur.
- Planificació i disseny d'una App: disseny conceptual, disseny visual i definició de l'estil i continguts.
- El prototip i la seva avaluació.
- Implementació del projecte interactiu i manteniment.

AVALUACIÓ:

- Es realitzaran treballs pràctics i exposicions: 50% treball teòric i 50% treball pràctic.
- La qualificació final de l'assignatura serà la suma percentual de les dues parts.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica:

- Aguado, J.M.; Marti?nez, I. (2006). "El proceso de mediatizacio?n de la telefoni?a mo?vil: de la interaccio?n al consumo cultural". *ZER, Revista de Estudios de Comunicacio?n*, vol. 11, no 20, pa?gs. 319-342.
- Castells, M.; Fernandez, M.; Lichuan, J.; Sey, A, (2004). *The Mobile Communication Society. A Cross Cultural Analysis of the Available Evidence on the Social Use of Wireless Communication Technology*. Annenberg Research Network.
- ComScore (2013). "Spain Digital Futur in Focus." Disponible en internet: http://www.comscore.com/esl/Insights/Presentations_and_Whitepapers/2013/2013_Spain_Digital_Future_in_Focus
- Kelly Braun (2003) *Usabilidad*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Scolari, C.; Navarro, H.; Garcí?a, I.; Pardo, H.; Soriano, J. (2008) "Comunicacio? i dispositius mo?bils a Catalunya: actors, continguts i tende?ncies". Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Recerca i Quaderns del CAC.
- The App Date (2012) "Informe sobre apps en Espan?a. Tercer cuatrimestre de 2012". Disponible a internet: <http://madrid.theappdate.com/informe-apps-septiembre-2012>
- Vacas, F. (2007) "Telefoni?a mo?vil: la cuarta ventana»" *ZER*, 12(23), 199-217.

Cross-Cultural Studies

Crèdits: 6.00

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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en una llengua estrangera.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir habilitats interpersonals.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Tenir respecte solidari per les diferents persones i pobles del planeta, així com coneixement de les grans corrents culturals en relació amb els valors individuals i col·lectius i respecte pels drets humans.
- Identificar en la pròpia pràctica la responsabilitat sobre les decisions i informacions en matèria de diversitat cultural, igualtat de gènere i accés universal.

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

Entrepreneurship

Crèdits: 6.00

OBJECTIUS:

Presentation and objectives.

Entrepreneurship is the fundamental mechanism of today's global economy, it is the driver of innovation that constructively impacts in the country's economic growth, in an enterprise's competitiveness and also in the community's quality of life. Creativity and entrepreneurial skills are the basis of this entrepreneurship course that provides practical development and learning for the students, by working on the fundamentals of becoming an entrepreneur and starting a business. The students will learn about the ideation process, in order to generate an innovative business idea, and the business plan as a useful tool to rethink the business, define the business model and assess the business idea.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Formular i posar en pràctica estratègies de segmentació de mercats i de posicionament de productes i marques.

CONTINGUTS:

Contents

Module 1. Entrepreneurship. Concept. GEM framework and TEA. Typology.

Module 2. The entrepreneur. Characteristics. The fundamentals to become an entrepreneur.

Module 3. The entrepreneurial process. Creativity. Opportunity recognition. Improvement of existing products services or processes. Continuous training, questioning and thinking outside of prescribed formulas.

Module 4. The business model. Turning ideas into real business opportunities. The emotional and the rational on the canvas.

Module 5. The Business Plan. Assessing business ideas. Prototyping, budgeting

Module 7. Feasibility analysis.

AVALUACIÓ:

Assessment.

The grade consists of:

- Continual evaluation represents 10% of the final mark. It requires active class participation (80% minimal attendance)

- Assignments represent 10% of the final mark. The topic activities are indicated in the class schedule.
- The project (Business Plan): 80%. The project should be formally written including a presentation within the deadline period, which they will then posted on the campus network.

BIBLIOGRAFIA:

Bibliography

Casadesus-Masanell R., Ricart J.E. (2009), "Competing Through Business Models?", artículo publicado en Business Model Community

Barringer Bruce R., Ireland Duane. Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures (4th Edition). Publication Date: October 27, 2011, ISBN-10: 0132555522. ISBN-13: 978-0132555524.

Barringer Bruce R. Preparing Effective Business Plans: An Entrepreneurial Approach.. Publication Date: January 12, 2008 | ISBN-10: 0132318326 | ISBN-13: 978-0132318327 | Edition: 1

Lambing, Peggy A.. Entrepreneurship (4th Edition). Publication Date: April 20, 2006; ISBN-10: 0132281740, ISBN-13: 978-0132281744.

Osterwalder A., Pigneur Y (2011). Generación de modelos de negocio. Deusto. Grupo Planeta. España

<http://web.mit.edu/evhippel/www/democ1.htm>

www.cordis.lu/trendchart

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

<http://www.businessweek.com/innovate/>

<http://www.proinno-europe.eu/>

Fonaments de Programació

Crèdits: 6.00

OBJECTIUS:

L'assignatura presenta els diversos protocols, formats i llenguatges en ús dins el domini de la Web, aprofundint en la creació de contingut multimedial per a Internet i, sobretot, en la creació de contingut dinàmic i interactiu.

- Conèixer els llenguatges per a la construcció de pàgines web.
- Ser capaç d'analitzar i entendre una pàgina web existent.
- Conèixer plataformes de desenvolupament per web.
- Conèixer les possibilitats en programació a diferents nivells.
- Conèixer llibreries i marcs de treball de suport per al desenvolupament d'aplicacions web.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

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

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Dominar el vocabulari específic de la comunicació audiovisual.
- Saber operar en diferents entorns informàtics (Mac, Win, etc.).
- Conèixer els formats d'arxius digitals i les tècniques de compressió de documents.
- Conèixer les principals qüestions relacionades amb la societat de la informació, el seu funcionament i el potencial de les comunitats virtuals.
- Conèixer els fonaments i les pràctiques habituals dels processos de producció, distribució i recepció de la comunicació audiovisual.
- Conèixer com tractar la informació audiovisual de forma didàctica i divulgativa.
- Saber valorar críticament les TIC, els seus camps d'aplicació en la societat i el seu impacte.
- Conèixer teòrica i pràcticament l'aplicació de les tecnologies als mitjans de comunicació audiovisuals (fotografia, ràdio, so, televisió, vídeo, cinema i suports multimèdia).
- Conèixer els fonaments metodològics del disseny de la interacció (persona-ordinador, disseny d'interfícies, usabilitat, accessibilitat, etc.).
- Saber buscar, seleccionar, avaluar i sistematitzar qualsevol tipus de document audiovisual en una base de dades, així com la seva utilització en diferents suports audiovisuals utilitzant mètodes digitals.
- Comprendre les potencialitats i usos dels llenguatges de programació i de les diferents plataformes tecnològiques (web, mòbil, TV digital, etc.) En un context de convergència mediàtica.
- Saber dissenyar, produir i avaluar estructures hipertextuals i els nous formats de comunicació participativa (blocs, programari social de treball col·laboratiu, comunitats virtuals, etc.).
- Identificar els punts forts i febles d'un producte interactiu o multimèdia.
- Saber analitzar i representar les dades.

CONTINGUTS:

1. Introducció a la tecnologia Web.

- Xarxes d'ordinadors: Internet
- Què és el WEB: del CERN al W3C
- Mecanismes del Web: tecnologia servidor-client, pàgines estàtiques/dinàmiques
- Protocol HTTP
- Exemples amb FireFox: anàlisi de tràfic, cookies, GET's

2. Llenguatge HTML.

- Introducció
- Història: del HTML 1.0 al HTML5
- Estructura d'un document HTML
- Crear codi ?net?
- Elements de text
- Elements de bloc
- Imatges
- Llistes, taules i marcs
- Audio i Vídeo
- Etiquetat Semàntic

3. Fulls d'estil CSS.

- Introducció
- Regles
- Tipus de fulls d'estil
- Selectors
- Colors i fons
- Tipus de lletra, decoració
- Caixes, marges i vores
- Situar elements a la pàgina

4. Programació client: Javascript

- Introducció al programació client.
- Possibilitats i limitacions.
- Sintaxi del llenguatge Javascript.
- Exemples.
- Ús de llibreries javascript
- Llibreria JQUERY
- Potenciar el User Interface
- Programació orientada a dispositius mòbils
- Reutilització de codi

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.
- Treball en grup: es tracta de realitzar un treball en grup en què se sintetizin els coneixements adquirits en l'assignatura
- Examen: Per superar l'examen hi ha dues alternatives:

- Avaluació Contínua: Consta de diversos exercicis individuals (un de cadascun dels 4 temes). En cas que alguna avaluació no se superi, es pot recuperar en l'examen final.
- Final: Consta de 4 blocs (equivalents a les 4 Avaluacions).

La nota final de l'examen és una mitjana ponderada dels 4 blocs.

BIBLIOGRAFIA:

Tot el material necessari serà proporcionat a través del Campus Virtual, tant per al seguiment de l'assignatura com material extra per als estudiants que vulguin aprofundir més en els temes tractats.

Global Communication Strategies

Crèdits: 6.00

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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat de prendre decisions.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Formular i posar en pràctica estratègies de segmentació de mercats i de posicionament de productes i marques.

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:

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.

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).

Història del Cinema

Crèdits: 6.00

OBJECTIUS:

Aquesta és una assignatura teòrica i pràctica que proposa una aproximació a la història del cinema posant l'èmfasi en l'evolució cronològica, en l'evolució estètica i en el vocabulari bàsic del llenguatge cinematogràfic. Aquesta és una assignatura teòrica i pràctica que proposa una aproximació a la història del cinema posant l'èmfasi en l'evolució cronològica, en l'evolució estètica i en el vocabulari bàsic del llenguatge cinematogràfic.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments i les pràctiques habituals dels processos de producció, distribució i recepció de la comunicació audiovisual.
- Conèixer l'estructura dels mitjans de comunicació i els seus principals formats.
- Conèixer l'impacte social de les tecnologies informatives i la comunicació.

CONTINGUTS:

Tema 1. Inicis del cinema

- 1.1. Pioners
- 1.2. Indústria nord-americana fins al 1930. Hollywood Clàssic. Star System
- 1.3. Cinematografies europees fins al 1930

Tema 2. Edat d'Or de Hollywood: del sonor a la Segona Guerra Mundial

- 2.1. Cinema sonor
- 2.2. Grans estudis
- 2.3. Gèneres

Tema 3. Cinematografies nacionals: del sonor a la Segona Guerra Mundial

- 3.1. Els casos de Gran Bretanya, França, Itàlia, Alemanya i URSS
- 3.2. Cinematografies orientals

Tema 4. Cinema durant la Segona Guerra Mundial. Cinema de propaganda

- 4.1. Els països implicats en la Segona Guerra Mundial

Tema 5. Cinema de la postguerra

- 5.1. Neorealisme italià
- 5.2. Hollywood (autors autòctons i exiliats)
- 5.3. Altres cinematografies: Japó, Índia, Suècia, Espanya, Gran Bretanya i França

Tema 6. Nouvelle Vague i les seves influències

- 6.1. França: Nouvelle Vague

- 6.2. Gran Bretanya: Free Cinema
- 6.3. Japó: Nuberu Bagu
- 6.4. Itàlia
- 6.5. Llatinoamèrica
- 6.6. Europa de l'Est

Tema 7. Hollywood i l'era de la televisió: renovació per a un públic nou

- 7.1. Hollywood i la renovació

Tema 8. Cinema a partir de 1970

- 8.1. Alemanya: Neue Kino
- 8.2. La resta de cinematografies (excepte la nord-americana)
- 8.3. Indústria nord-americana

Tema 9. Cap al cinema del segle XXI. La revolució digital

- 9.1. Iran
- 9.2. Austràlia i Nova Zelanda
- 9.3. Indústria nord-americana
- 9.4. La revolució digital
- 9.5. Dogma i cinema europeu
- 9.6. Nou cinema asiàtic
- 9.7. Consolidació del cinema africà
- 9.8. Ressorgiment del cinema llatinoamericà

Tema 10. Reflexions sobre el cinema actual

AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura consta de tres parts

- L'assistència i la participació a classe tindran un valor del 10% de la nota final.
- S'avaluaran els continguts parcials a través de recerques bibliogràfiques, comentaris de textos, anàlisis i crítiques de pel·lícules... Aquests exercicis tindran un valor del 50% de la nota final.
- Al final del quadrimestre es farà una prova teòrica i pràctica per avaluar el grau de coneixement general del programa. Aquesta prova tindrà un valor del 40% de la nota final.

Aclariment: per considerar les avaluacions dels continguts parcials, és una condició indispensable aprovar la prova final.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

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

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

Filmografia bàsica

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

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

International Affairs

Crèdits: 6.00

OBJECTIUS:

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

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat de resoldre problemes.

CONTINGUTS:

Students are expected to develop a full understanding of the dynamics of the international system in both practical and analytical terms, as well as being able to process knowledge and critically analyse world events. Additionally, students will develop communication skills and improve debating skills.

AVALUACIÓ:

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

BIBLIOGRAFIA:

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

International Marketing

Crèdits: 6.00

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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

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

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber expressar opinions i argumentacions complexes sobre temes de comunicació audiovisual en anglès.

CONTINGUTS:

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.

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.

Introducció a l'Animació Digital

Crèdits: 6.00

OBJECTIUS:

- Dotar l'estudiant dels coneixements bàsics d'un programa 3D com a eina de treball per modelar objectes-imatges 3D, inventar materials i textures, crear i il·luminar escenes, animar els objectes d'aquestes escenes, i renderitzar les pel·lícules o imatges.
- Ensenyar els conceptes bàsics de l'animació tradicional i els processos de producció actuals en els dibuixos animats.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

CONTINGUTS:

Dimecres 06 de febrer 2013:

1 – Presentació del curs – Què és un programa 3D?

Veure el programa del curs i explicar-ne el funcionament i objectius, així com les avaluacions i contestar dubtes dels alumnes.

Introducció al món de l'animació - quines parts i metodologies de treball comparteixen tots els programes 3d: modelatge de polígons – càmeres – escenes – il·luminació – materials i textures – animació (time_line, IPO corbes, ossos-esquelets) – renderitzacions.

Introducció a Blender

Introducció a l'entorn del programa 3D Blender: aprendrem a moure'ns en l'espai i com personalitzar finestres – veure els tipus de finestres – modes: objecte-edició-material-escena

Composar una imatge amb polígons – renderització de imatge fixa. (Exercici 1 - robot); (exercici 2 - ciutat)

Dimecres 13 de febrer 2013:

2 – Orígens del cinema d'animació_I - Evolució dels estils i tècniques d'animació

Breu recorregut per la història del cinema d'animació_I: els seus inicis fins als anys 40 als EUA

Evolució dels estils d'animació: el *cartoon* i l'estil europeu - Història de les tècniques d'animació tradicionals i digitals.

Modelatge 3D_I

Treballar amb malles: edició d'objectes – treballar amb els modificadors i diferents eines per modificar les parts d'un polígon: vèrtexs-carees-arestes - treballar amb vistes. (Exercici 3: taula i pala ping-pong).

Dimecres 20 de febrer 2013:

3 – Orígens del cinema d'animació_II

Breu recorregut per la història del cinema d'animació_II: Europa als anys 20 – animació avantguardista i experimental – animació europea després de la Segona Guerra Mundial

Modelatge 3D_II

Entrega de pel·lícules als alumnes per al treball d'anàlisi teòrica.

Tècniques avançades de modelatge partint de polígons primitius: treballar amb diferents malles – treballar amb roscopia (imatges de referència) – treballar amb “multires”-”mirror” i mode escultura – loops-subdivisions-juntar vertexs-eina “knife” (exercici 4-modificador mirror i eina sculpture)

Utilització de corbes Bézier a Blender - modelar partint de corbes Bézier: diferents possibilitats (exercici 5-gerres)

Dimecres 27 de febrer 2013

4 – Principis tècnics de l'animació tradicional I

Lleis de Newton – la línia de acció – els arcs - el “timing” - dibuixos claus i intercalació.

Animació d'objectes

Animació d'objectes amb Blender – context escena – línia de temps – animar objectes amb les IPO corbes – la càmera – animar la càmera i treballar i renderitzar des de diferents càmeres una mateixa escena.

Composar una escena amb diferents objectes modelats. (Exercici 6-cotxe – moviment de càmera); (exercici 7- exercici pilota)

Dimecres 04 de març 2013

5 – Principis tècnics de l'animació tradicional II

El moviment de l'objecte en l'espai – accions solapades: “overlap”, secundàries, “follow through”- el moviment cíclic en dibuixos animats.

Editor de vídeo

Parlem de l'editor de vídeo i de la creació d'un storyboard partint d'una història – animem escenes i editem les pel·lícules.... (Exercici 8-exercicis d'accions amb seguiment)

Dimecres 13 de març 2013:

6 – Creació d'un projecte d'animació (impartit per Oscar Sarramia)

Blender: II-luminació i materials

Tipus de llums – definir i crear materials segons com afecten les llums i textures – importarem i crearem materials – importar imatges per texturitzar objectes: treballar amb aquests “maps” i veurem com afecten la malla animada – descosir una malla per afegir una imatge des d'un editor d'imatges. (Exercici 9-bola món opaca-amb reflex-brillant); (exercici 10-làmpada-taula-bola)

Dimecres 20 de març de 2013:

7 - Processos de producció

Processos des de el guió fins a la post producció – els equips de treball: en les produccions de sèries televisives de dibuixos animats.

Ossos i Skining amb Blender

Creació d'esquelets partint d'ossos – jerarquització dels ossos – Constrains: IK Solvers, floor - “Skinning”: vincular la malla als ossos i com la pot modificar. (Exercici 11-rigging làmpada); (exercici 12-animació làmpada saltant).

Dimecres 03 d'abril 2013:

8 – Hook up - Storyboard

Els storyboards en animació - la carta de rodatge – l'Animàtica – estils de muntatge en animació

Animació de personatges amb esquelet_I (Blender)

Mode pose – la línia de temps – el mode pose – crear poses del personatge respecte a la càmera – crear una escena. (Exercici 13 – pel·lícula animada de la bola-taula-i-làmpada).

Dimecres 10 d'abril 2013:

9 – Acting i personatge

L'animador com a actor – psicologia del personatge – el personatge a la escena – el poder de la silueta i la línia d'acció

Animació de personatges amb esquelet_II (Blender)

Treballarem amb un personatge i explicarem el funcionament dels ossos controladors – controlar per IPO corbes – nla editor – action editor – crear una acció i controlar des de un os. (Exercici 14-exercici de *rigging* d'un personatge humanitzat).

Dimecres 17 d'abril 2013:

10 – Animació de personatges amb esquelet_III (Blender)

Seguim treballant les possibilitats, característiques i metodologia d'un personatge 3D fent diversos exercicis. (Exercici 15-exercicis d'animació d'un personatge humanitzat).

Comencem a treballar en el projecte final: També al llarg del mes de maig els alumnes faran la presentació a classe del treball teòric

d'anàlisi d'una obra d'animació.

Els darrers dies seran per treballar a classe el projecte final i fer l'exposició del treball teòric.

- Projecte final: realització d'un curt de vídeo animat amb alguna tècnica que permeti a l'alumne la manipulació i creació del moviment a l'hora que crear una narració.

La tècnica, tema i duració serà lliure però prioritzarem les tècniques d'*stopmotion* (animació d'objectes fotografiats) o creació d'un Flip Book amb dibuixos, collage, fotografia, etc.

Serà obligatori poder fer a classe un seguiment del procés de treball de l'obra de cada alumne: de guió i *storyboard* i/o *layouts*.

Els treballs podran ser en grup i aquests grups hauran de quedar definits des de l'inici del treball.

- Treball teòric: cada alumne farà un treball teòric d'investigació d'una obra o època de la història de l'animació, proposada pel professor (màxim tres fulls).

L'alumne farà una exposició teòrica davant dels companys a classe del seu treball d'investigació.

Les exposicions les farem al llarg del mes de maig.

AVALUACIÓ:

- 45% Exercicis a classe. Es valorarà la creativitat, els coneixements tècnics i la motivació.
- 40% Animació d'escenes del curtmetratge final.
- 15% Anàlisi teòrica d'una obra-pel·lícula d'animació que proposarà el professor a cada alumne.
- Cada alumne farà una breu exposició oral i visionarem l'obra a classe.
- Per poder avaluar la nota d'aquesta assignatura els alumnes hauran de fer obligatòriament la pel·lícula final d'animació així com la presentació de l'anàlisi teòrica de l'obra proposada. També serà obligatòria una entrega mínima de 8 dels exercicis totals plantejats a classe.

Per a la convocatòria de Juny. Els exercicis es podran entregar fins el dia 24 de Maig com a data límit. I el treball de recerca i la pel·lícula final s'entregaran segons el calendari que farem a classe i serà dins del mesos d'abril maig.

Per a la repesca es podrà entregar la pel·lícula d'animació pròpia-treball final.

BIBLIOGRAFIA:

- Giannalberto Bendazzi. *Cartoons. 110 años de Cine de Animación*. Madrid: Ocho y Medio, 2003.
- Preston Blair. *How to animate film cartoons*. California: Walter T. Foster, 1990.
- Noël Burch. *El tragaluz del infinito*. Madrid: Cátedra. Signo e imagen, 1995.
- Cátedra. *Historia general del cine, Volumen I. Orígenes del cine*. Madrid: Cátedra, 1988, 2008.
- Donald Crafton. *Before Mickey. The Animated Film 1898 – 1928*. The University of Chicago Press, 1982.
- Donald Crafton. *Emile Cohl, Caricature, and Film*. Princeton University Press. 1990.
- Shamus Culhane. *Animation. From the script to screen*. St Martins Griffin. New York, 1988.
- Sergei Eisenstein. *La forma del cine*. Siglo Veintiuno Editores. 1986, 1998.
- John Halas; Roger Manvell. *La tècnica de los dibujos animados*. Barcelona: Omega, 1980.
- Roland Hess. *Blender*. Madrid: Anaya Multimedia, 2011.
- Norman McLaren. *On The Creative Process*. National Library of Canada. Compiled and edited by Donald McWilliams. National Film Board of Canada, 1991.
- Tony Mullen. *Animación de personajes con Blender*. Madrid: Anaya Multimedia, 2008.
- William Reynish. *Learn Character Animation Using Blender*. Blender Foundation.
- Tom Sito. *Moving Innovation. A History of Computer animation*. Massachusetts Institute of Technology. 2013.
- Frank Thomas; Ollie Johnston. *The Illusion of life. Disney Animation*. New York, 1981.
- Virgilio Vasconcelos. *Blender 2,5 Character Animation Cookbook*. Packt Publishing Ltd. 2011.
- Tony White. *The animator's workbook*. London: Phaidon Press, 1986, 1995.
- Harold Whitaker; John Halas. *Timing for animation*. London: Focal Press, 1981.
- Richard Williams. *The animator's survival Kit*. London: Faber and Faber Limited, 2001.
- Santos Zunzunegui. *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra/Universidad Del Pais Vasco, 1989, 2003.

Introducció als Videojocs

Crèdits: 3.00

OBJECTIUS:

Els videojocs són el resultat de la coexistència de tecnologies com les pantalles, els microxips i l'esperit *hacker* dels pioners de la computació. L'assignatura vol presentar l'evolució d'aquest mitjà d'expressió des del punt de vista tecnològic, cultural i industrial, mostrant la forta relació que es dona entre tecnologia i continguts.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- 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 de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber resumir o adaptar textos especialitzats mitjançant un llenguatge o lèxic comprensible per a un públic majoritari.
- Saber operar en diferents entorns informàtics (Mac, Win, etc.).
- Conèixer el programari bàsic d'ofimàtica.
- Conèixer les principals qüestions relacionades amb la societat de la informació, el seu funcionament i el potencial de les comunitats virtuals.
- Tenir coneixement de la història i evolució del cinema, la televisió, comunicació multimèdia i la seva influència en l'art.
- Comprendre les potencialitats i usos dels llenguatges de programació i de les diferents plataformes tecnològiques (web, mòbil, TV digital, etc.) En un context de convergència mediàtica.
- Saber dissenyar, produir i avaluar estructures hipertextuals i els nous formats de comunicació participativa (blocs, programari social de treball col·laboratiu, comunitats virtuals, etc.).
- Identificar els punts forts i febles d'un producte interactiu o multimèdia.

CONTINGUTS:

Tema 1 Història dels videojocs

Orígens tecnològics
Primers videojocs
Neixement de la indústria

Tema 2 Tipologia dels videojocs

Gèneres del videojoc
Plataformes tecnològiques
Tecnologia i continguts

Tema 3 Indústria

Desenvolupament, disseny i tecnologia
Els videojocs i els altres mitjans audiovisuals
Els nous models de negoci

AVALUACIÓ:

- Els temes s'avaluaran mitjançant presentacions i petits assajos, que en el seu total representaran el 70% de la nota.
- El 30% restant s'obtindrà d'una pràctica final (assaig, crítica de videojoc, informe).
- La pràctica final es podrà substituir per una tasca de desenvolupament periòdic en format de blog a Internet.

BIBLIOGRAFIA:

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

Leadership and Management Skills

Crèdits: 6.00

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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

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*

Marketing Innovation

Crèdits: 6.00

OBJECTIUS:

Moltes de les idees i productes innovadors no tenen èxit. Sovint els nous productes no compleixen les expectatives, però en la majoria dels casos les empreses no han portat a terme l'estratègia de màrqueting adequada: des d'invertir en el coneixement de les necessitats dels clients fins a establir les accions comercials efectives per a la seva venda.

Aquest curs pretén augmentar les probabilitats d'èxit d'una idea o producte innovador mitjançant la comprensió de la influència del màrqueting en el procés innovador.

L'estudiant veurà:

- Una introducció al procés d'innovació.
- Com identificar, comprendre i quantificar el mercat objecte.
- Mesurar l'èxit comercial i rendibilitzar les dades és innovar.
- Com utilitzar l'avaluació en el procés innovador.
- Identificar els factors claus de l'èxit en l'entorn digital.
- La creació de mercats via la creació de productes.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Formular i posar en pràctica estratègies de segmentació de mercats i de posicionament de productes i marques.

CONTINGUTS:

Chapter 1. Innovation

Characteristics Successfull Innovating Companies-1

Definition of innovation

Degree of novelty

Three conditions for innovations

Moodle: Developing an Organizations Competitive Strategies: Staying Ahead of the Competition. Tony Bush.

International School of Business & Partnerships Charles Sturt University, Wagga Wagga, NSW, Australia

Chapter 2: Disruptive and open innovations

Innovation categories

Key elements of disruption

Sustaining vs. disruptive

Conditions of success

Two types of disruption

Closed innovation and Open innovation

Business model

Product architecture

Implications for NPD

Moodle:

- Christensen, Clayton; Johnson, Mark; Rigby, Darrell, 'Foundations for Growth: How to Identify and Build Disruptive New Businesses', *Sloan Management Review*, Spring 2002, 22-30. Available on Business Source Premier.
- Moreau, Lehmann and Markman, 'Entrenched Knowledge Structures and Consumer Response to New Products', *Journal of Marketing Research*, Vol XXXVIII, (February 2001), 14-29. Available on Business Source Premier.
- Tellis, Gerard J. and Golder, Peter N. 'First to Market, First to Fail? Real Causes of Enduring Market Leadership', *Sloan Management Review*, Winter 1996, Vol. 37 (2), pp65-75.
- Tellis, 'Disruptive technology or visionary leadership', *Journal of Product Innovation Management*, 2006: 23: 34-38. Available on Blackwell Synergy.

Chapter 3: Assessment of company innovation potential

Company innovation potential

- a. Strategy and planning
- b. Marketing
- c. Technological process
- d. Quality, environment
- e. Logistics
- f. Organization and human resources

Moodle:

- Strategic Innovation by Constantinos Markides. *Sloan Management BJ*; View/Spring 1997
- Debruyne and Reibstein, 'Competitor See, Competitor Do', *Marketing Science*, Vol 24, No 1, Winter 2005, 55-66. Available on Business Source Premier.
- Nijssen. Hillebrand and Vermeulen, 'Unravelling willingness to cannibalise: a closer look at the barrier to radical innovation', *Technovation*, Dec 2005, Vol 25, Issue 12, 1400-1409. Available on ScienceDirect.

Chapter 4. Structuring the New Product Development Processes

The objectives of process models

Evaluation criteria

Interdisciplinary view

Incremental vs. radical innovations

New concept development model

Evaluation of the new product development and R&D projects

How to select the portfolio of new product development projects

- Chandy and Tellis 'Organising for Radical Product innovation: The Overlooked Role of Willingness to Cannibalise', *Journal of Marketing Research*, Vol XXXV (November 1998), 474-487. Available on Business Source Premier.
- Atuahene-Gima, 'Resolving the Capability-Rigidity Paradox in New Product Innovation', *Journal of Marketing*, Vol 69, Oct 2005, 61-83. Available on Business Source Premier.
- Gupta and Wilemon, 'Improving R&D and Marketing Relations in Technology-Based Companies: Marketing's Perspective', *Journal of Marketing Management*, 1991, 7, 25-45. Available on Business Source Premier.

Chapter 5: Innovation impulses

Sources of innovation impulses

Internal environment

External environment

Market pull - R&D push

7 Sources of innovation impulses

Impulses from the market environment

- Cooper, 'Strategic Marketing Planning for Radically New Products', *Journal of Marketing*, Vol 64, January 2000, 1-16. Available on Business Source Premier.
- Välikangas and Gibbert, 'Boundary-Setting Strategies for Escaping Innovation Traps', *Sloan Management Review*, Spring 2005, Vol 46, No 3, 58-65. Article available on ProQuest.

Chapter 6: Innovation management tools

General Innovation Tools

Benchmarking?

Brainstorming?

Reengineering

Change Management?

Technology Audit

Value Analysis

Chapter 7: Product Innovation Tools

Design for X

Quality Function Deployment

House of Quality

Chapter: 8 Managerial Innovation Tools

Failure Mode and Effect Analysis (FMEA)

Peer evaluation

Team building

ISO 9000

Total productive maintenance

Chapter 9: Process Innovation Tools?Design for Manufacturing and Assembly (DFMA)

Lean Thinking

Continuous Improvement

Concurrent Engineering

Just In Time (JIT)

Chapter: 10 Creativity Basics & Techniques

Innovation and creativity

Basic concepts

Stages of creative process

Barriers to creativity

Creativity stimulation

Fostering creativity

Methods of creative activity

Creativity techniques

Chapter 11: Team Work

Team definition

Team effectiveness

Successful team characteristics

Unsuccessful team characteristics

Team structure and organization

Team development

Chapter 12: Decision Making

Decision Process

Models

Quantitative Approaches

Trade-Offs?

Decision Environments

Chapter 13: Conflict Resolution

Conflict management

Conflict consequences

Conflict resolution styles

Chapter 14: Company Innovation Company

Company Culture

Main elements of the company culture

Four types of company orientation

Management Styles

Motivation / performance cycle (MPC)

Characteristics of peak performers

AVALUACIÓ:

There will be 5 elements to the assessment for this elective:

?Lessons from the week's readings' group assignment: 10%

- Students will self-form groups of about 2. Each group will bid for a reading to present to the class. Your job is to draw some conclusions and to make these accessible to your peers.

Case Study group presentation: 20%

- Each group of about 2 will pick an Case Study innovation that is available and evaluate its likely success in the market, perhaps suggesting ways in which the marketing of the innovation could be improved.

Individual paper: 20%

- Students will pick an aspect of marketing innovation that is of particular interest to them and to write an essay, using tools, concepts and ideas from the course and elsewhere to explore their topic. Topic should also be submitted by week 5. (March 3 to 7).
- Presentations will be heard in the final session in week 14 (May12, Friday 16 and Monday 19)

Mid Term 25% : March 31 (Monday), week 9

Final Exam: 25%: May 23, Friday, week 15

BIBLIOGRAFIA:

Core Text/Essential Purchase?: There is no core text for this elective.

Reading List?: includes a significant number of readings from academic marketing journals.

- Bogue, Joe and Ritson, Christopher. 'Integrating Consumer Information with the New Product Development Process: the development of lighter dairy products', *International Journal of Consumer Studies*, January 2006, Vol 30 (1), pp44-54.
- Bond, Edward U. and Houston, Mark B. 'Barriers to matching new technologies and market opportunities in established firms', *Journal of Product Innovation Management*, March 2003, Vol. 20 (2), pp120-135.
- Day, George S. 'Feeding the Growth Strategy', *Marketing Management* November/December. 2003, Vol. 12 (6), pp15-21.
- Day, George S. 'Which way should you grow?', *Harvard Business Review*, Jul/Aug 2004, Vol 82,(7/8), pp24-25.
- Markides, C.C. and Geroski, P.A. 'Fast second', *Strategy and Innovation*, January-February 2005, pp3-5.
- Ogawa, Susumu and Piller, Frank T. 'Reducing the Risks of New Product Development', MIT, *Sloan Management Review*, Winter 2006, Vol. 47 (2), pp65-71.
- Robinson, William T. 'Sources of Market Pioneer Advantages: The Case of Industrial Goods Industries', *Journal of Marketing Research (JMR)*, February 1988, Vol. 25 (1), pp87-94.

Media Convergence

Crèdits: 3.00

OBJECTIUS:

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

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Respectar els drets humans.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber identificar els principals actors, institucions i estructures socials.
- Comprendre les potencialitats i usos dels llenguatges de programació i de les diferents plataformes tecnològiques (web, mòbil, TV digital, etc.) En un context de convergència mediàtica.
- Formular i posar en pràctica estratègies de segmentació de mercats i de posicionament de productes i marques.
- Tenir respecte solidari per les diferents persones i pobles del planeta, així com coneixement de les grans corrents culturals en relació amb els valors individuals i col·lectius i respecte pels drets humans.

CONTINGUTS:

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

AVALUACIÓ:

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

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

BIBLIOGRAFIA:

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

Social Media

Crèdits: 3.00

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.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

CONTINGUTS:

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

AVALUACIÓ:

- Exercises (30%)
- Participation in facebook group and in Twitter with the hashtag (#SMUVic) (10%)
- Projects: develop a digital marketing plan for a cultural project based in Vic (50% + 10% presentation)

BIBLIOGRAFIA:

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

Taller d'Anuncis Televisius

Crèdits: 3.00

OBJECTIUS:

L'assignatura treballa, des de les vessants teòrica i pràctica, el procés de producció i realització d'un anunci televisiu.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents gèneres (tant per a discursos de ficció com de no ficció) i nivells de complexitat.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.
- Tenir capacitat per crear i dirigir la posada en escena integral de produccions audiovisuals o multimèdia.

CONTINGUTS:

1. Introducció. La publicitat televisiva

- El missatge publicitari
- La creació publicitària
- Procesos de la producció audiovisual en ràdio, cinema i TV

2. Elaboració d'una creació publicitària

- Elaboració del guió
- De la idea a l'storyboard

3. El procés creatiu

4. Briefing i estratègia creativa

- coneixement de la marca i el públic objectiu
- argumentació racional i emocional
- creació publicitària
- estils de creació publicitària

5. Planificació i realització audiovisual

- Producció: Localitzacions, actors, estilisme, vestuari...
- El rodatge: equip de treball: realitzador i ajudant; productor i ajudant; operadors de càmeres; so; il·luminació; estilista...

6. Edició i postproducció audiovisual

- Edició vídeo.
- Edició so: off; músiques; efectes

7. La difusió.

AVALUACIÓ:

- Treball individual d'anàlisi de dos anuncis de televisió (20%). Es valorarà l'exposició de l'anàlisi i el lliurament del treball d'anàlisi
- Treball en grup per a la producció i realització d'anunci televisiu. Inclou l'elaboració d'un informe de producció i realització de l'espot televisiu final; Seguiment tutorial; Realització; Edició; i Exposició final.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Centocchi, Claudio (2007) *Una aproximación a la publicidad cómplice actual: cuando las celebrities dejan de alabar*. A: *Pensar la publicidad*, vol.1, n.1, pp.219-234
- Comparato, D. (1989) *El Guió*, SP UAB, Bellaterra.
- Kishore, A. "The Death of the 30-Second Commercial", 2003. (En línia a: www.thelavina-gency.com/articles_covers/Sealey/30-SecondCommercial-%20explanation. (consultat en data 8 de gener de 2005.)
- Moore, A. ; Chaldecott, A. "The Revolution will not be Televised? New Models of Marketing Communications", 2003. (Document consultat en línia a: smlxtralarge.com/docs/pdfs/the_revolution.v2.pdf, en data 20 de desembre de 2004).
- Ortega, E. (1999) *La comunicación publicitaria*. Madrid: Pirámide.

Complementària

- Farré Coma (2005) "Catalogació provisional dels formats publicitaris no convencionals", *Quaderns del CAC*, 22, pp. 21-34
- Fernández Cavia (2005) "Els formats no convencionals i la transformació del negoci publicitari a la televisió", *Quaderns del CAC*, 22, pp. 35-48
- Ferrés, J. (1998) *Com veure la TV? III La Publicitat*, Barcelona: CAC.
- Miguel, I. "Las plataformas digitales: del espectador pasivo al espectador exigente". A: Diversos Autors: *La nueva era de la televisión*. Carat España, 2001.

Taller d'Àudio Digital

Crèdits: 3.00

OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és donar a l'estudiant les eines necessàries per poder editar, manipular, construir i experimentar amb el so, ja sigui per crear un producte professional des del punt de vista estètic i tècnic o potenciar la creació experimental-sonoromusical.

Dins del corpus teòric és bàsic que l'estudiant conegui els fonaments del so com a part integrant dels productes audiovisuals, i especialment de l'àudio digital, enfocat a web, interactius multimèdia on-line i/o off-line. Saber quins formats són més adequats per a cada canal de distribució.

Es donarà una visió del programari i del maquinari que actualment permet generar so i música, i dels elements que configuren un estudi de so i música semiprofessional basat en un sistema informàtic mitjà.

Alhora, es pretén que l'estudiant aconsegueixi la capacitat de crear una banda sonora per a qualsevol tipus de producció audiovisual i/o digital, combinant correctament ambients, efectes, música i locucions.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber gravar i barrejar senyals sonors des de qualsevol font sonora: acústica o electrònica, digital o analògica.
- Conèixer les relacions entre imatges i sons des del punt de vista estètic i narratiu en els diferents suports i tecnologies audiovisuals i multimèdia.

CONTINGUTS:

1. Introducció

- Presentació de l'assignatura. Programa. Avaluació i pràctiques.
- Fonaments del so. L'àudio digital

2. Edició de so

- El món analògic-digital. Visualització del so en el domini temporal. La informació temporal. Regla i Unitats. La informació d'amplitud dB, % i el mesurador de nivells. Tallar, copiar i enganxar. Programari d'edició de so: Sony Sound Forge Audio Studio.
- Processament digital del senyal.
- L'amplitud. Volum, distorsió. Normalització, Mute, Fades, Porta de soroll. Modulació de l'amplitud.
- Rang Dinàmic. Compressors, limitadors, expandors. Bandes de freqüència. Harmonicitat, soroll, contingut i balanç espectral.
- Efectes sobre la freqüència. Equalitzadors: gràfics, paramètrics, paragràfics. Transposició, Pitch Bend, glissando.
- Efectes sobre el so basats en el retard. Percepció, Realimentació, Línies de multiretard. Reverberació?.
- Efectes de So basats en retards que varien en el temps. Flanger, Phaser, Wah-Wah, Chorus.

- Tècniques avançades de Processat. Pitch shift i time shift. Plugins i efectes Direct-X, VST. Noise Reduction.

3. Formats d'àudio digital

- Codificació. Compressió. Formats. Tipus d'arxius.
- Àudio MPEG (MP3).
- Formats d'alta resolució.

4. El protocol MIDI

- El llenguatge MIDI. Missatges de Nota, Control, Programa, sistema.
- Ports i canals. Ports virtuals. MIDI Yoke. Instruments MIDI

5. Maquinari de l'àudio digital

- L'ordinador com a instrument. Interfícies internes i externes. Connexions analògiques i digitals.
- Tarjes de so. Altaveus i escolta.

6. Programari de l'àudio digital

- La Música Digital. Editors d'àudio, programari àudio i Midi, notació Musical.
- Instruments electrònics: seqüenciadors, sintetitzadors, samplers, etc.
- Instruments digitals. Versions dels instruments analògics.
- Instruments virtuals. Plugins VST i Direct-X.
- Programari alternatiu o lliure.

AVALUACIÓ:

- Examen teòric 40%
- Pràctiques personals 10%
- Projecte final 50%

Per aprovar, caldrà superar el projecte (50%) i les parts individuals (examen i pràctiques), que en total suma l'altre 50%. Només es farà mitjana si tot està aprovat, a excepció d'una de les pràctiques. El projecte i l'examen s'han de superar.

BIBLIOGRAFIA:

- Collins, Mike: *Herramientas de Audio y Música digital*. Alianza Multimedia. Medios Digitales y Creatividad. 480 pag., 18,50 x 24,00 cm. Novembre 2004
- Fries, Bruce; Fries, Marty: *Audio digital práctico*. Alianza Multimedia. Medios Digitales y Creatividad. 464 pag., 18,50 x 24,00 cm. Agost 2005
- Vergara Luján, Víctor: *Música digital* (edició especial. Inclou CD-Rom) Alianza Multimedia. Guías Prácticas. 336 pags., 12 x 20,50 cm. Setembre 2003
- Ruiz Antón, V. J.; Rajadell Segundo, S.; Capilla Martínez, R. *El ordenador como instrumento musical MIDI* (inclou CD-Rom) Alianza Multimedia. Guías Prácticas. 368 pags., 12,00 x 20,50 cm. Desembre 2001

Webgrafia

- <http://www.kvraudio.com> (Programari i forums, en anglès)
- <http://www.laorejadigital.com> (Cursos i fòrums, en castellà)
- <http://www.northernsounds.com> (Fòrum general)

Taller d'Infografia Interactiva

Crèdits: 6.00

OBJECTIUS:

- Capacitar l'estudiant per entendre i crear infografies interactives per a publicacions on-line utilitzant tots els recursos gràfics del disseny.
- El programa proporciona els coneixements teòrics i pràctics inherents al desenvolupament del disseny multimèdia destacant el tractament dels gràfics informatius dinàmics com a noves formes expressives dels mitjans audiovisuals.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer les teories de la comunicació digital i els nous models interactius i dialògics (col·laboratius, cooperatius, etc.).

CONTINGUTS:

1. Noves formes narratives a la infografia multimèdia

- Diferències de les formes narratives
- Avantatges de les noves possibilitats
- Funció de la infografia a internet
- Amplificació de la informació
- La tecnologia al servei de la infografia interactiva

2. Disseny de la informació al procés infogràfic

- Límits de la infografia multimèdia
- Qualitats de l'infografista interactiu
- Diferències respecte de la infografia impresa
- L'ús de la imatge i les seves noves possibilitats
- Les noves maneres de plantejar la informació

3. Elements i estructura dels infogràfics multimèdia

- So
- Vídeo
- Moviment vectorial
- Animació
- Interfície
- Navegació

4. Variables gràfiques

- Infografia on-line fotogràfica
- Infografia on-line il·lustrada
- El collage a la infografia on-line
- La "timeline" interactiva
- Tipografia i color

AVALUACIÓ:

- Treballs pràctics: Durant el curs es realitzaran treballs pràctics (60% de la nota final)
- Projecte final de curs amb un valor tota equivalent al 40% de la nota final.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

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

Complementària

- Aicher, Oti; Kramper, Martin *Sistemas de signos en la comunicació 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 inforgrafía*. Madrid: Síntesis, 1999.
- Esta, Joan *La esquemática, visualizar la información*. Barcelona: Paidós.
- Frutiger, Adrian *Signos, símbolos, marcas, señales*. Barcelona: GG Diseño.
- Holmes, Nigel *The Best in Diagrammatic Graphics*, Rotovision (March 1, 1994), ISBN: 0823063054
- Lipton, Ronnie *Information Graphics and Visual Clues*. New in paperback.
- Lipton, Ronnie *Communicating Information through Graphic Design*.
- Mijksenaar, Paul *Una introducción al Diseño de la información*. Mèxic: GG.
- Reinhard, Gäde *Diseño de periódicos Sistemas y Métodos*, Barcelona: GG Diseño.

Taller de Documentals

Crèdits: 6.00

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).

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents gèneres (tant per a discursos de ficció com de no ficció) i nivells de complexitat.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.
- Saber realitzar l'ordenació tècnica dels materials sonors i visuals conforme a una idea utilitzant les tècniques narratives i tecnològiques necessàries per a l'elaboració, composició, acabat i masterització de diferents productes audiovisuals i multimèdia.
- Conèixer com tractar la informació audiovisual de forma didàctica i divulgativa.

CONTINGUTS:

Programa teòric Història del Gènere Documental:

Part 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 plasmes en el documental. La finalitat estètica en el cinema documental. Ruttman, Vigo, Ivens i les simfonies de les grans ciutats. (Pintor).

Part 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).

Part 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 hstòrica 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).

Part 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

Tema 1: La preproducció / Abans

- Idea
- Guió (literari, final i *storyboard*)
- El productor: pressupost
- El realitzador: direcció artística del projecte

Tema 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.

Tema 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.

Taller de Fotografia II

Crèdits: 3.00

OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és obtenir els coneixements necessaris per desenvolupar un treball fotogràfic en profunditat: preproducció, il·luminació i postproducció final de la imatge.

Amb aquesta finalitat l'alumne haurà d'assolir els següents objectius:

- Domini de la càmera reflex fotogràfica per assolir un control absolut sobre el resultat final.
- Domini de les tècniques de postproducció fotogràfica digital.
- Domini de l'instrumental d'il·luminació del plató de fotografia.
- Domini fotomètric de la càmera fotogràfica.
- Coneixement dels elements que intervenen a la il·luminació.
- Capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Capacitat per generar noves idees.
- Adquirir una consciència crítica sobre l'imaginari fotogràfic contemporani.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

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

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge fotogràfic i els seus gèneres.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció fotogràfica.
- Conèixer la imatge espacial i les representacions icòniques en l'espai, tant en la imatge fixa com en moviment.

CONTINGUTS:

1. Diferències entre fotografia analògica i digital, píxel vs. pel·lícula.

- Software i càmeres del mercat: Nikon, Canon, PhaseOne, Leaf....
- Explicació pràctica i maneig de la càmera en exteriors i a l'estudi.

2. Il·luminació natural i artificial, Fflash, tipus de focus i complements: espots, flash electrònic, fresnel, paraigües, viseres, finestres de llum, panells reflectants, panells d'abella, autopole....

- Il·luminació bàsica.
- Funcions de les llums, il·luminació en triangle, retrat i grups
- Modulació de la llum / modulació de la ombra
- Control del contrast per il·luminació
- Efectes especials d'il·luminació.
- Explicació pràctica i maneig dels focus a l'estudi.
- Combinació de llum natural i llum artificial

3. Fotometria:

- Aparells de mesura.
- Mesura dels diferents tipus de llum: incident, reflectant, flash.
- El sistema de zones i l'avaluació de l'escena, càlcul del contrast...
- Exercicis pràctics a resoldre a classe i a l'estudi.

4. Luminometria:

- Color i temperatura de la llum.
- Graus Kelvin, colorímetres i filtres.
- Càlcul i correcció de dominants amb Photoshop i amb filtres

5. Resolució, qualitat i mida de la imatge. Mètodes d'impressió i calibratge del monitor.

6. Gèneres fotogràfics:

- La fotografia de retrat.
- La fotografia de nu.
- La fotografia de moda.
- La fotografia publicitària: alimentació, bodegó (*packaging*), fotografia d'objectes...
- La posada en escena.

7. Retoc i muntatge de la imatge digital amb Photoshop: eines, capes, màscares de capa, modes de fusió, efectes, correccions tonals, optimització i reparació de fotografies.

8. Anàlisi a l'aula de fotògrafs relacionats amb els diferents gèneres fotogràfics.

AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura consta de:

- Diversos exercicis que es realitzaran a l'aula (35%)
- Quatre pràctiques que l'alumne realitzarà seguint les indicacions del professor (25%)
- Dos treballs finals (40%)

BIBLIOGRAFIA:

- Ang, Tom *La fotografia digital*. Barcelona: Blume, 2001.
- Cotton, Charlotte *The photograph as contemporary art*. London: Thames & Hudson, 2004.
- Eismann, Katrin; Duggan, Seán; Grey, Tim *Fotografía digital*. Madrid: Anaya, 2005.
- Eguizábal, Raúl *Fotografía publicitaria*. Madrid: Cátedra, 2001.
- Evening, Martin *Photoshop CS para fotógrafos*. Madrid: Anaya, 2004.

- Hedgecoe, John *Técnica fotográfica*. Barcelona: Ceac, 1995.
- Hunter, Fil; Biver, Steven; Fuqua, Paul *Light-Science & Magic. An introduction to Photographic Lighting*. Focal Press, 2007.
- Langford, Michael *La fotografía paso a paso*. Madrid: Hermann Blume, 1984.
- Langford, Michael *Manual del laboratorio fotográfico*. Madrid: Hermann Blume, 1994.
- Manna, Lou; Moss, Bill *Digital Food Photography*. Boston: Thomson Course Technology, 2005.
- Mellado, Josep María *Fotografía digital de alta calidad*. Barcelona: Artual, 2006
- Sougez, Marie-Loup, *Historia de la fotografía*. Madrid: Cátedra, 1994.
- Tausk, Petr *Historia de la fotografía en el siglo XX de la fotografía artística al periodismo gráfico*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.
- Zuzunaga, Mariano *El territorio fotográfico*. Barcelona: Actar, 1993.

Taller de Guió Cinematogràfic

Crèdits: 6.00

OBJECTIUS:

Aquest taller ha estat dissenyat per preparar l'estudiant amb la pràctica constant de l'anàlisi i l'escriptura de guions. A partir de la tradició literària narrativa i d'eines de la tècnica d'escriptura de guions, es treballen les habilitats professionals en la ideació i preparació de guions de ficció.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber escriure amb fluïdesa textos o guions de ficció i no ficció.

CONTINGUTS:

- L'ofici de guionista. La formació, la pràctica individual, el treball en equip. La relació amb el productor i el realitzador. El guionista al mercat audiovisual català. Models de contracte. Els drets d'autor.
- Com es generen i valoren les idees. Guió original i adaptació. Tipus d'adaptacions i tècniques per a l'adaptació d'obres literàries.
- Principis bàsics de la narració amb imatges. La dramatització audiovisual.
- Mètodes d'escriptura: Idea inicial, tractament/argument, escaleta d'escenes, guió literari. Recursos per l'storytelling i per a l'experimentació narrativa.
- La construcció del personatge com a recurs narratiu. Temes, conflictes i arquetips.
- La construcció de l'espai com a recurs narratiu. Les situacions i la relació espai-temporal.
- El gènere com a recurs narratiu. Recursos i discurs del gènere. Hibridació. Estratègies de màrqueting.
- Tractament de la llengua oral per l'escriptura de diàlegs.

AVALUACIÓ:

L'avaluació és continuada i acumulativa, i no hi ha recuperacions sinó re-escriptura i re-elaboració. La nota s'obté de la realització de les sis activitats que es duran a terme:

- Activitat Mirall trencat: 10%
- Activitat The descendants: 10%
- Activitat Sherlock: 15%
- Activitat Twilight: 20%
- Activitat curtmetratge: 30%
- Presentació argumentada d'una proposta d'adaptació de llargmetratge: 15%

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

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

Complementària

- Altman, R., *Los géneros cinematográficos*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Amis, Martin. *La guerra contra el cliché. Escritos sobre literatura*. Barcelona: Anagrama, 2003 (2001).
- Aparicio, Javier. *El desguace de la tradición. En el taller de la narrativa del siglo XX*. Madrid: Cátedra, 2011.
- Balló, Jordi; Pérez, Xavier. *La llavor immortal*. Barcelona: Empúries, 1995.
- Cooper, Pat; Danciger, Ken. *El guión de cortometraje*. Madrid: IORTV, 2002.
- Crowe, Cameron. *¿Consejos de Wilder a los guionistas?. Conversaciones con Billy Wilder*. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- De Felipe, Fernando; Gómez, Iván. *Adaptación*. Barcelona: Trípodos, 2008.
- Feldman, Simón. *Guión argumental. Guión documental*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1986.
- Field, Syd. *El manual del guionista. Ejercicios e instrucciones para escribir un buen guión paso a paso*. Madrid: Ediciones Plot, 1995.
- Guerin, Marie Anne. *El relato cinematográfico. Sin relato no hay cine*. Barcelona: Paidós, los pequeños quadernos de 'Cahiers du Cinéma?', 2004.
- Lodge, David. (1992) *El arte de la ficción*. Barcelona: Península, 1998.
- McKnee, Robert. *El Guión*. Barcelona: Alba Editorial, 2002.
- Romaguera i Ramió, J.; Alsina Thevenet, H. (eds). *Textos y manifiestos del cine*. Madrid: Cátedra, 1989.
- Salmon, Christian. (2007) *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Península, 2008.
- Seger, Linda. *Como convertir un buen guión en un guión excelente*. Madrid: Rialp, 1991.

Taller de Tràiler

Crèdits: 3.00

OBJECTIUS:

- Proporcionar a l'estudiant els fonaments del tràiler tradicional, en la doble vessant visual i sonora, i donar-li eines per a la creació de peces audiovisuals, tot partint del model cinematogràfic clàssic.
- Ampliar els coneixements a noves estructures creatives i narratives a partir de les manifestacions mediàtiques actuals.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents gèneres (tant per a discursos de ficció com de no ficció) i nivells de complexitat.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.
- Saber realitzar l'ordenació tècnica dels materials sonors i visuals conforme a una idea utilitzant les tècniques narratives i tecnològiques necessàries per a l'elaboració, composició, acabat i masterització de diferents productes audiovisuals i multimèdia.
- Conèixer com tractar la informació audiovisual de forma didàctica i divulgativa.

CONTINGUTS:

1. Introducció: el tràiler.

- El tràiler com a epítome de la pel·lícula.
- La funció promocional del tràiler.
- Tipus de tràilers. Els teasers. Formes narratives. La narració fílmica. Història i narració.
- Manifestacions mediàtiques del consumidor contemporani
- *Handmade trailers*

2. Estructura

- Estructures narratives. El guió.
- Escena. Seqüència. Acte. Clímax.
- Codis narratius dels gèneres
- Còmic. Dramàtic. Èpic. Fantàstic. Policíac

3. Elements del trailer: imatge i so

- L'apartat visual. Teoria del muntatge. Guió de muntatge.
- Preparació de els imatges i la seva adequació.
- L'apartat sonor. Estructura sonora. Guió musical.
- Música. Narrador (veu en *off*). Ambients. Efectes sala (*Foley*).

4. Nous llenguatges

- Narratives corssmedia i transmedia.
- *Handmade trailers: Fake, Mashup i Recut.*

AVALUACIÓ:

- Exercicis proposats 30%
- Presentació oral 10%
- Elaboració de projecte final (Handmade trailer) 60%

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

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

Complementària

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

Taller de Videoclips

Crèdits: 6.00

OBJECTIUS:

L'assignatura introdueix l'alumnat al gènere dels videoclips i dels muntatges en què la peça sonora esdevé cabdal per a la creació artística.

L'objectiu principal és combinar de manera eficaç la teoria i la tècnica perquè l'alumnat construeixi una sòlida base en relació a aquest tipus de projectes audiovisuals.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Saber dissenyar i dirigir projectes.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents gèneres (tant per a discursos de ficció com de no ficció) i nivells de complexitat.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.
- Tenir capacitat per crear i dirigir la posada en escena integral de produccions audiovisuals o multimèdia.
- Saber realitzar l'ordenació tècnica dels materials sonors i visuals conforme a una idea utilitzant les tècniques narratives i tecnològiques necessàries per a l'elaboració, composició, acabat i masterització de diferents productes audiovisuals i multimèdia.
- Conèixer com tractar la informació audiovisual de forma didàctica i divulgativa.

CONTINGUTS:

Sessions presencials i treball dirigit:

1. Definició de videoclip. Precedents i antecedents.

Visionat de treballs realitzats en cursos anteriors en referència a l'assignatura

2. Història del videoclip

Visionat obra Michel Gondry 1

3. Gèneres i tipologies

Visionat obra Michel Gondry 2

4. Influències i relacions amb altres formats

Visionat obra Chris Cunningham 1

5. Esquema del procés complet d'un clip

Visionat obra Chris Cunningham 2

6. Idea inicial
Visionat obra Spike Jonze 1
7. Desenvolupament del guió literari
Visionat obra Spike Jonze 2
8. Anàlisi de la cançó
Visionat obra Anton Corbijn 1
9. Disseny de la producció
Visionat obra Anton Corbijn 2
10. Pressupost. Partides bàsiques
Visionat obra Jonathan Glazer 1
11. Fotografia i tècniques de rodatge. Videoart, cinema
Visionat obra Jonathan Glazer 2
12. La direcció artística
Visionat obra Mark Romanek 1
13. Realitzadors top. Exemples concrets
Visionat obra Mark Romanek 2
14. Artistes: imatges i evolució de les seves obres
Visionat obra Stéphane Sednaoui 1
15. Producció, realització i rodatge
Visionat obra Stéphane Sednaoui 2
16. Captura i muntatge
Visionat altres directors importants/MySpace
17. Postproducció
Visionat altres directors importants/YouTube

AVALUACIÓ:

- Es formaran grups de treball d'entre tres i quatre alumnes i hauran de crear un projecte teòric i realitzar un videoclip de temàtica lliure.
- L'assistència a classe comptarà com un 15% de la nota final.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

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

Complementària

- *La audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*; M. Chi6n, Barcelona: Paid6s, 1993.
- *Music for Pleasure. Essays in the sociology of Pop*, S. Frith, Cambridge, Cambridge University Press, 1988.
- *Definiciones de videoclip, apartado inicial del estudio: Inentio Video-clip: lecturas en la b6squeda del lector modelo de la videom6sica*; Mario Villagr6n Fern6ndez, M6xico D.F., 2003.
- *Breve historia del videoclip, apartado introductorio del estudio: Inentio Video-clip: lecturas en la b6squeda del lector modelo de la videom6sica*; Mario Villagr6n Fern6ndez, M6xico D.F., 2003.
- *Visualizando la m6sica: la imagen en la canci6n, apartado introductorio del estudio: Inentio Video-clip: lecturas en la b6squeda del lector modelo de la videom6sica*; Mario Villagr6n Fern6ndez, M6xico D.F., 2003.
- *Videoclip musical: desarrollo industrial y 6ltimas tendencias internacionales*; Ana Maria Sede6o Valdell6s, Universidad de M6laga, revista electr6nica Ciencias Sociales Online.
- *Est6tica del videoclip musical: el formato neobarroco*; Ana Mar6a Sede6o Valdell6s, 2004.
- *El papel del videoclip musical en la creaci6n de la identidad juvenil*; Ana Mar6a Sede6o Valdell6s, en el marco del XII Encuentro de Facultades de Comunicaci6n Social, FELAFACS, Pontificia Universidad Javeriana, Bogot6 2006.
- *El videoclip como mercanarrativa*; Ana Mar6a Sede6o Valdell6s, UNED, *Revista Signa* 16, 2007, pp 493-504.
- *El video-clip musical*; Manuel Fand6s Igado, *Comunicar*, octubre, n6mero 1, Colectivo Andaluz para la Educaci6n en Medios de Comunicaci6n, 1993, PP 94-97.
- *Videosfera: Fragmentaci6n, Simultaneidad, Choque o Contraste y Modularidad en la Videosfera*; Ricardo Duque, 2002.