



UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL
DE CATALUNYA

GUIA DE L'ESTUDIANT 2016-2017

FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

GRAU EN COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL



ÍNDEX

PRESENTACIÓ	1
FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ	2
CALENDARI ACADÈMIC	6
ORGANITZACIÓ DE L'ENSENYAMENT	7
PLA D'ESTUDIS	10
ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE PRIMER CURS	13
Economia i Empresa	14
Història Contemporània	17
Història de la Comunicació	20
Llengua Catalana	23
Llengua Espanyola	26
Sociologia General i de la Comunicació	28
Estructura del Sistema de Comunicació	32
Fonts d'Informació	37
Introduction to English for Audiovisual Communication	39
Taller d'Informàtica	42
Taller de Redacció Periodística	44
ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE SEGON CURS	47
Taller de Guió	48
Taller de Ràdio	51
Taller de Televisió	53
Teories de la Comunicació	56
Written English for Audiovisual Communication	59
Introducció a la Comunicació de les Organitzacions	62
Llenguatges de la Comunicació	66
Oral English for Audiovisual Communication	68
Taller de Comunicació Gràfica I	71
ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE TERCER CURS	74
Communication Research Methods	75
Comunicació Digital Interactiva	78
Dret de la Comunicació	81
Narrativa Audiovisual i Multimèdia	84
Taller de Comunicació Gràfica II	88
Taller de Fotografia I	91
Bandes Sonores	96
Investigació d'Audiències	99
Taller d'Infografia	102
Taller de Comunicació Interactiva	105
Taller de Producció Audiovisual	108
Teoria de la Imatge	111
ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE QUART CURS	114
Direcció i Producció Audiovisual i Multimèdia	115
Nous Formats Audiovisuais	119
Art Digital i Nous Mitjans	122
Ètica Professional	125
Taller de Postproducció Audiovisual	128
Pràctiques en Empreses	130
Treball de Fi de Grau	133
ASSIGNATURES OPTATIVES	137
Brand Building	138
Cross-Cultural Studies	142
Documentary Workshop	145
Entrepreneurship	148
Global Communication Strategies	151

Global Marketing	154
Història del Cinema	156
International Affairs	161
Introduction to Audiovisual Animation	163
Leadership, Business and Society	167
Social Media	169
Taller Avançat de Ràdio	171
Taller de Fotoperiodisme	173
Taller de Guió Cinematogràfic	176
Television Advert Workshop	179
Video Workshop	183

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 d'Empresa i Comunicació d'aquesta Universitat.

Els titulats i titulades de la nostra Facultat estan notablement satisfets tant dels resultats com de la bona inserció professional que obtenen curs rere curs, gràcies sobretot a la relació de la Facultat amb el seu entorn (teixit empresarial i associatiu) canalitzat a través d'uns professors amb àmplia experiència professionals i d'un Servei de Carreres Professionals (SCP) on podràs gestionar les teves estades de pràctiques en empresa. Això ens estimula encara més a millorar, tant com sigui possible, la nostra oferta educativa, els nostres serveis i la nostra organització.

A nivell acadèmic, els nostres plans d'estudi combinen una troncalitat adaptada a les necessitats dels diversos sectors (empresa i comunicació), i una optativitat per tal que puguis configurar l'itinerari curricular que més encaixi amb les teves característiques i interessos personals. Són un conjunt d'assignatures optatives que, fins i tot, pots cursar en anglès per potenciar 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, així com també et dirigeixis a la nostra Unitat de Relacions Internacionals des de bon començament si tens previst fer una estada internacional durant els teus anys a la Universitat.

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 als tutors que t'hem assignat, d'ampliar la teva formació en idiomes més enllà de les assignatures obligatòries de la carrera, de treure tot el partit dels recursos informàtics i audiovisuals al teu abast.

Esperem, en definitiva, que aprofitaràs al màxim el teu pas per la Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya perquè, al final, el teu període d'estudis sigui 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)
- Doble Grau en Administració i Direcció d'Empreses - Màrqueting i Comunicació Empresarial (en sis anys)

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

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

El deganat, la prefectura d'estudis, els coordinadors d'ensenyaments i la secretaria de la Facultat 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

- Núria Arimany Serrat
- Francesc Baqué Puig
- Maria Teresa Calzada Balcells
- Javier Capelles Lopez
- Jordi Casas Vilaro
- Enric Casulleras Ambrós
- Boyd Derek Cohen
- José Antonio Corral Marfil
- Patricia Cristina Dos Santos Amaral
- Cèsar Duch Martorell
- Professor Provisional Fec01
- Xavier Ferràs Hernández

- Josep Lluís Garcia Domingo
- Joan Albert Garcia Moga
- Ferran Gustau Jaén Coll
- Felix Jurado Escobar
- Raymond Lagonigro Bertran
- Rafael de Madariaga Sánchez
- Joan C. Martori Cañas
- Petra Alexandra Nylund
- Rafael Oliver Cuello
- Ramon Oller Piqué
- M.Dolores Palomo Chinarro
- Anna M. Pérez Quintana
- M.Antònia Pujol Famadas
- Anna M. Sabata Aliberch
- Carme Saez Nieto
- Elisenda Tarrats Pons
- Josep Terradellas Cirera
- Manuel Ubeda Sierra
- Francesc X. Vicente Soriano
- Carme Viladecans Riera

Departament de Comunicació

- Jordi Alavedra Comas
- Anna Astals Seres
- Oreste Attardi Colina
- Ivette Ballesteros Murlà
- Sílvia Barrios Baena
- Daniel Batlle Garcia
- M.del Mar Francina Binimelis Adell
- Núria Bover Jiménez
- Josep Burgaya Riera
- Gonzalo Calle Rosingana
- Javier Carmona Sánchez
- Montserrat Casas Arcarons
- Jordi Catala Dominguez
- Ignasi Coll Parra
- Gerard Coll Planas
- Irene Colom Valls
- Carme Colomina Salo
- Marc Compte Pujol
- Ruth Sofia Contreras Espinosa
- Jordina Coromina Subirats
- Montserrat Corrius Gimbert
- Lucrezia Crescenzi Lanna
- Jordi Cusido Roura
- Xavier Docampo Sellarès
- Marc Fernández Buch
- Òscar Fernández Ferrer
- Cristina Fernandez Rovira
- Efrain Foglia Romero
- Elisabet Fonts Gonzalez
- María Francisca Forga Martel
- Gerard Franquesa Capdevila

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

Òrgans de govern

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

Degà

- Xavier Ferràs i Hernández

Vicedegà de Promoció i Relacions Externes

- Xavier Ginesta i Portet

Cap d'estudis

- Eulàlia Massana i Molera

Coordinadora d'Administració i Direcció d'Empreses

- Carme Viladecans i Riera

Coordinador de Periodisme

- Sergi Sola i Saña

Coordinador de Publicitat i Relacions Públiques

- Guillem Marca Francés

Coordinadora de Comunicació Adiovisual

- Anna Palomo Chinarro

Coordinador de Màrqueting i Comunicació Empresarial

- Santiago Jordán Ávila

Directors de departament

- Joan Frigola i Reig. Director del Departament de Comunicació
- Elisenda Tarrats i Pons. Directora del Departament d'Empresa i Economia

Coordinador de Formació Continuada

- Xavier Ginesta i Portet

Coordinador Acadèmic de Relacions Internacionals

- Pere Morera i Pérez

CALENDARI ACADÈMIC

Calendari acadèmic 2015-2016

Docència

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

Docència del 1rQ

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

Docència del 2nQ

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

Vacances de Nadal

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

Vacances de Setmana Santa

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

Dies festius

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

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

ORGANITZACIÓ DE L'ENSENYAMENT

Objectius generals

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.
2. 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.
3. 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.
4. 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.
5. 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* i *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 dona indicacions sobre els continguts i les activitats de les sessions de classe, les sessions de treball dirigit i les sessions de tutoria i consulta. En el pla de treball s'hi concreten i planifiquen els treballs individuals i de grup i les activitats de treball personal de consulta, recerca i estudi que caldrà realitzar en el marc de l'assignatura.

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

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

Procés d'avaluació

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

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

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

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

PLA D'ESTUDIS

Tipus de matèria	Crèdits
Formació Bàsica (FB)	60
Obligatòria (OB)	135
Optativa (OP)	30
Treball de Fi de Grau (TFG)	9
Pràctiques Externes (PE)	12
Total	240

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

SEGON CURS

	Crèdits	Tipus
Taller de Guió	9,0	OB
Taller de Ràdio	6,0	OB
Taller de Televisió	6,0	OB
Teories de la Comunicació	6,0	FB
Written English for Audiovisual Communication	6,0	FB
Història de l'Art	6,0	FB
Introducció a la Comunicació de les Organitzacions	6,0	OB
Llenguatges de la Comunicació	6,0	OB
Oral English for Audiovisual Communication	3,0	OB
Taller de Comunicació Gràfica I	6,0	OB

TERCER CURS

	Crèdits	Tipus
Communication Research Methods	6,0	OB
Comunicació Digital Interactiva	3,0	OB
Dret de la Comunicació	3,0	OB
Narrativa Audiovisual i Multimèdia	6,0	OB
Taller de Comunicació Gràfica II	3,0	OB
Taller de Fotografia I	3,0	OB
Bandes Sonores	3,0	OB
Investigació d'Audiències	3,0	OB
Taller d'Infografia	3,0	OB
Taller de Comunicació Interactiva	3,0	OB
Taller de Producció Audiovisual	9,0	OB
Teoria de la Imatge	3,0	OB
Optatives	12,0	OP

QUART CURS

	Crèdits	Tipus
Direcció i Producció Audiovisual i Multimèdia	6,0	OB
Nous Formats Audiovisuais	6,0	OB
Art Digital i Nous Mitjans	3,0	OB
Ètica Professional	3,0	OB
Taller de Postproducció Audiovisual	3,0	OB
Pràctiques en Empreses	12,0	PE
Treball de Fi de Grau	9,0	TFG
Optatives	18,0	OP

OPTATIVES - SENSE ITINERARI

	Crèdits
Gaming	3,0
Història del Cinema	6,0
Leadership, Business and Society	6,0
Video Workshop	6,0
Taller de Fotoperiodisme	3,0
International Affairs	6,0
Taller Avançat de Ràdio	6,0
Documentary Workshop	6,0
Taller de Guió Cinematogràfic	6,0
Television Advert Workshop	3,0
Global Communication Strategies	6,0
Global Marketing	6,0
Social Media	3,0
Introduction to Audiovisual Animation	6,0
Brand Building	6,0
Cross-Cultural Studies	6,0
Entrepreneurship	6,0

ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE PRIMER CURS

Economia i Empresa

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- José Antonio Corral Marfil
- Rafael De Madariaga Sánchez

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. En l'àmbit de l'empresa, l'objectiu és proporcionar conceptes i eines per a desenvolupar una activitat professional.

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Comprèn el funcionament econòmic general.
2. Distingeix entre les diferents propostes de política econòmica i les sap relacionar amb les ideologies polítiques corresponents
3. Sap tractar les dades econòmiques generals en relació amb el seu sector.
4. Coneix el funcionament general de l'empresa amb les especificitats del seu sector
5. Coneix els principals problemes de la gestió de l'empresa moderna
6. Sap resumir i exposar un tema en públic

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

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

- pautes de consum.
- Saber analitzar i representar les dades.

CONTINGUTS:

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

6. 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 emprendedora i funció directiva.
 - d) Formes i classes d'empreses.
 - e) Dimensió empresarial i estructura de propietat.
7. 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.
8. 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).

9. 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 ponderada de l'avaluació de cada part de l'assignatura: Economia i Empresa. La nota de la part d'Economia tindrà un pes del 40% i la part d'Empresa, un 60%. 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 en la data assenyalada al pla de treball. La nota del control val el 80% de la nota. La resta (20%) 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 període d'avaluació de gener-febrer hi haurà un examen de recuperació. Els estudiants que de bon principi no puguin assistir a les classes seran avaluats en el control (100% de la nota). Per accedir a aquest sistema cal informar al professor la primera setmana d'activitats i argumentar adequadament la situació.

2. Per la segona part, Empresa, es farà un control teòric ?tipus test- i pràctic (data assenyalada al pla de treball). El control s'ha d'aprovar i la nota suposa el 80% de la qualificació total d'aquesta part de la matèria. El 20% restant s'avaluarà amb el lliurament d'un treball pràctic obligatori (indicacions disponibles al moodle en el document anomenat ?Treball pràctic d'Empresa'). En cas de no superar aquesta part de l'assignatura, hi haurà una repesca de l'examen durant el període d'avaluació del mes de gener.

BIBLIOGRAFIA:

Economia:

- Krugman, P. Wells, R. Graddy, K.(2013): *Fonaments d'economia*. Barcelona: Reverté
- Putterman, L. (1994): *La naturaleza económica de la empresa*. Madrid: Alianza Editorial, 1a ed.

Empresa:

- Bueno Campos, Eduardo. Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización. Madrid: Pirámide, 2006.
- Cuervo García, Álvaro. Introducción a la administración de empresas. Madrid: Civitas, 5a ed, 2004.
- Correa González, Jorge Pablo. Estructura de la organización de la empresa periodística. Ed. Red Tercer Milenio, 2012.

Història Contemporània

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Santiago Ponce Vivet

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Específiques

- 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.
- 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.
- Tenir habilitat per relacionar els diferents factors que modulen les conjuntures històriques.

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. Hobsbawm (1995). *Historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica.
- Joan Antón Mellón (Editor) (1998). *Ideologías y movimientos políticos contemporáneos*. Madrid: Tecnos.
- Peter Watson (2002). *Historia intelectual del siglo XX*. Barcelona: Crítica.
- Josep Fontana (2012). *Por el bien del imperio. Una historia del mundo desde 1945*. Madrid: Pasado y Presente

Història de la Comunicació

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- 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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

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

- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.

Específiques

- Conèixer l'impacte social de les tecnologies informatives i la comunicació.

Bàsiques

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

Transversals

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

CONTINGUTS:

1. INTRODUCCIÓ A LA HISTÒRIA DE LA COMUNICACIÓ HUMANA.

Consideracions prèvies ? La comunicació humana.

2. DE L'ORALITAT A L'ESCRITURA.

La parla ? Guardar la veu, fixar les paraules: l'escriptura i l'alfabet ? Els suports de la paraula escrita ? Imatges i manuscrits a l'Edat Mitjana.

3. DE LA PARAULA ESCRITA A LA PARAULA IMPRESA.

La revolució de la impremta ? El llibre imprès ? El naixement de la tipografia ? L'aventura il·lustrada de l'Enciclopèdia.

4. L'ECLOSIÓ DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ DE MASSES.

La comunicació de masses ? La 'pintura de la llum': la fotografia ? Imatges en moviment: el cinematògraf ? L'aire parla: el fonògraf, el telègraf i la ràdio ? La transmissió a distància d'imatges en moviment: la televisió.

AVALUACIÓ:

Sistema d'avaluació:

- Pràctiques i exercicis individuals
- Treball grupal
- Prova escrita

(detall dels percentatges a l'aula virtual de l'assignatura)

La qualificació final serà la suma d'aquests 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 només contempla la repesca de l'examen (no de les pràctiques i del viquiprojecte).

BIBLIOGRAFIA:

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

Llengua Catalana

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Llorenç Soldevila Balart

OBJECTIUS:

A Llengua Catalana pretenem reforçar i consolidar els coneixements bàsics i generals en llengua que l'alumnat ha estat treballant durant les fases educatives prèvies als estudis universitaris, tot plegat amb l'objectiu de fonamentar una bona base per als aprenentatges superiors i especialitzats en llengua de la carrera universitària.

Objectius:

- a) Conèixer i saber aplicar la normativa del català;
- b) Saber distingir i elaborar els diferents tipus de textos acadèmics bàsics, i
- c) Saber utilitzar els aspectes lingüístics i els recursos variats que la llengua emprava en les diverses situacions comunicatives.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Saber-se expressar correctament en català.
2. Saber identificar errors gramaticals i resoldre'ls.
3. Saber elaborar un text escrit que sigui coherent i adequat a la situació comunicativa.
4. Conèixer les característiques i la funció dels gèneres discursius bàsics de l'àmbit acadèmic i professional.
5. Saber identificar i treballar les distintes fases del procés de composició de textos.
6. Redactar textos expositius i argumentatius.
7. Conèixer i saber consultar el material bibliogràfic de referència.

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

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

CONTINGUTS:

- Gèneres discursius de l'àmbit acadèmic i professional.
- Tipus de textos bàsics: exposició i argumentació.
- Pràctica de textos. Procés de composició escrita. Propietats textuais.
- Aspectes de gramàtica superior.
- Material bibliogràfic de consulta.

AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/No)	Resultat d'aprenentatge relacionat
Bloc ortogràfic	Semestral	Apte/No apte	Sí	1, 3
Pràctica textual 1	Mensual	25%	No	1, 2, 3, 4, 5, 6
Pràctica textual 2	Mensual	25%	No	1, 2, 3, 4, 5, 6
Pràctiques complementàries	Mensual	15%	No	1, 2, 3, 4, 5, 6
Prova escrita	Semestral	35%	Sí	1, 2, 3, 4, 5, 6

Nota sobre l'avaluació

L'examen de recuperació permet recuperar la qualificació de la prova de normativa (Apte / No apte) i la de la prova de redacció (35 %), però no pas les de les altres pràctiques (que sumen un 65%). Cal tenir molt en compte que: a) hi ha una sola convocatòria; b) l'avaluació és continuada, i c) la recuperació dels continguts no superats només és parcial.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Abril, Joan. *Diccionari pràctic de qüestions gramaticals*. Barcelona: Edicions 62, 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.)

- 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.
- 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.
- Xuriguera, Joan B. (1993). *Els verbs catalans conjugats*. 30a ed. Barcelona: Claret. [1a ed., 1972]

Complementària

Tipologia textual i composició de textos

- Bibiloni, Gabriel. *Llengua estàndard i variació lingüística*. València: Eliseu Climent, 2000. (1a edició: 1997.)
- Castellà, Josep M. *De la frase al text. Teories de l'ús lingüístic*. Barcelona: Empúries, 1996. (1a edició: 1992.)
- Toutain, Ferran. *Sobre l'escriptura*. Barcelona: Blanquerna Tecnologia i Serveis, Facultat de Comunicació Blanquerna, 2000.

Manuais i gramàtiques

- Badia, Jordi; Brugarola, Núria; Torné, Rafel; Fargas, Xavier (1997). *El llibre de la llengua catalana*. Barcelona: Castellnou.
- 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.

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.

Enllaços electrònics

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

Llengua Espanyola

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- M. Teresa Julio Giménez

OBJECTIUS:

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

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

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 (repeca). 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

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

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

OBJECTIUS:

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

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

En conseqüència, i per a assolir aquest objectiu, serà necessari 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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

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

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

2. El procés d'inserció de l'individu a la societat

1. El procés de socialització
2. Els agents de socialització: família, escola i mitjans de comunicació
3. Control social
4. Desviació social

3. La interacció social i el procés d'institucionalització

1. El procés d'institucionalització
2. Els rols socials

4. Autors, corrents i teories

1. Karl Marx
2. August Comte
3. Emile Durkheim
4. Max Weber
5. De la modernitat a la modernitat líquida

5. Estructura i canvi social

1. El concepte d'estructura social
2. Classe social
3. Estatus
4. El gènere i la sexualitat
5. Factors i dinàmiques del canvi social
6. Origen

6. Institucions socials

1. La família
2. L'educació
3. El treball
4. La religió
5. Els mitjans de comunicació

AVALUACIÓ:

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

Sistema d'avaluació

- Per aprovar l'assignatura, cal haver aprovat per separat les parts teòrica/individual i pràctica/en grup.
- Per aprovar tant els Seminaris de lectura com el Taller audiovisual cal haver assistit al 80% de les sessions. Si no s'assoleix aquest mínim, la nota d'aquesta part de l'assignatura serà un 0.
- En cas d'haver suspès l'Examen parcial 1, es podrà recuperar el mateix dia que es faci l'Examen parcial 2.
- Si s'ha suspès l'Examen parcial 2, només es podrà recuperar (el dia establert per la Prefectura d'Estudis) si s'ha aprovat la part pràctica (guies de lectura i taller audiovisual).
- Tant les Guies de lectura com el Taller audiovisual compten amb diversos mecanismes de seguiment (STD, tutories, correccions prèvies...), per la qual cosa en cas d'estar suspeses no es podran recuperar.
- Les dates dels exàmens i del lliurament de les Guies de lectura i del treball es poden consultar al calendari de l'aula virtual, que s'actualitzarà periòdicament.
- Tant als exàmens com a les entregues escrites es baixarà 0,1 punts per a cada falta ortogràfica greu.

BIBLIOGRAFIA:

Manuels

- 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.

Completària

- Fichter, Joseph H. (1993) *Sociología*. Barcelona: Herder 17a ed.
- Berger, L.P. (1992) *Invitación a la sociología*. Barcelona: Herder.
- Berger, L.P.; Luckman Thomas (1996) *La construcción social de la realidad*. 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.

Estructura del Sistema de Comunicació

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Josep Burgaya Riera

OBJECTIUS:

L'assignatura permet conèixer i analitzar la situació actual de la indústria cultural internacional, així com la catalana i espanyola. Es 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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

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

- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.

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.

Bàsiques

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

Transversals

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

CONTINGUTS:

Bloc Introductor. Conceptes inicials

- 0.1. Concepte d'estructura. Estructura i comunicació
- 0.2. L'estructura i la seva funció social

Bloc 1. L'aparició de la societat audiovisual

- 1.1.L'imperialisme visual. El gran factor de la imatge
- 1.2.Nou sistema de comunicació postguerra Freda
 - o Intervencionisme estatal
 - o El free-flow
- 1.3.L'evolució dels mitjans
 - o La reconducció de la premsa cap a un sector més visual
 - o La ràdio
 - o L'infoshow de la televisió
 - o El sector del cinema
- 1.4.El nou concepte de la propaganda comunicativa

Bloc 2. El sistema de la comunicació en crisi

- 2.1. Una revolució anti-crisi
- 2.2. La societat post-industrial
- 2.3. La concentració empresarial

- o Comportament empresarial
- o L'adequació dels continguts

Bloc 3. Mitjans de comunicació i xarxes

- 3.1.L'evolució de les societats industrialitzades. La globalització
- 3.2.La societat de la informació i el comportament capitalisme mundial
- 3.3.Tendències empresarials actuals

- o Convergència tecnològica i el nou sistema multimèdia resultant
- o L'eclosió d'internet
- o El concepte de blockbusters
- o La liberalització i la privatització empresarial

Bloc 4. Nou ordre mundial de la comunicació

- 4.1.Modelos de comunicació

- o El model nord-americà
- o El model britànic
- o L'imperialisme alemany: Bertelsmann
- o El model francès

- 4.2.L'univers multimedial

Bloc 5. El poder dels mitjans de comunicació

- 5.1.El poder en l'era global
- 5.2.Poder d'usuaris en les xarxes?
- 5.3.Poder i contrapoder
- 5.4.Poder i política

Bloc 6. De la comunicació a l' autocomunicació

- 6.1.Evolució als marcs reguladors de les xarxes multimèdia
- 6.2.Polítiques reguladores
 - o L'informe McBride: un intent de regulació internacional de la comunicació
 - o Marcs reguladors: Des de The Royal Charters of BBC (1927) fins les directives de la UE en matèria de comunicació electrònica (2002-2009)

AVALUACIÓ:

L'avaluació és continuada i presencial. Per superar-la cal una assistència mínima del 80% de les sessions. La nota final serà la nota ponderada de les diferents parts d'avaluació. Cada exercici avaluatiu és individual.

Proves teòriques: 50% sobre la nota final

- Parcial 1 (nota individual)
- Parcial 2 (nota individual)

Treball dirigit: 50% sobre la nota final

- Guies de lectura
- Exercicis de documentals

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

Borderia, E.; Laguna, A. i Martínez, F. Historia de la comunicación social. Madrid: Ed. Síntesis, 1998.

Carbonell, J. M. El futur de la comunicació. Xarxes Mitjans i Poder. Barcelona: Editorial UOC, 2011.

Castells, M. Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

Herman, E. i McChesney, R. Los medios globales. Madrid: Cátedra, 1997.

Mattelart, A. La mundialización de la comunicación. Barcelona: Paidós, 1996.

Complementària

Blumler, J.G. Televisión e interés público. Barcelona: Bosch, 1993.

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

Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo. Comparing media systems: three models of media and politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004

Filgueira, C.; Nohlen, D. (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

Murciano, M. Estructura y dinámica de la comunicación internacional. Barcelona: Bosch, 1992.

Pérez del Toro, L. La prensa de prestigio en la Comunidad Económica Europea. Barcelona: Mitre, 1984

Rifkin, J. La era del acceso. Barcelona: Paidós, 2000.

Sánchez-Bravo, A. Europa y la información: (prensa). Madrid: Fundación Universidad-Empresa: Universidad de Alcalá, Centro de Estudios Europeos, 1989

Fonts d'Informació

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Josep Burgaya Riera

OBJECTIUS:

L'objectiu general de la matèria és capacitar els estudiants en les tècniques documentals més necessàries per desenvolupar-se en el món 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 Fonts d'Informació té una orientació que la fa aplicable a les ciències socials en general, tot i que s'introdueixen recursos d'informació propis de la disciplina. A més, introdueix algunes convencions importants en el maneig de la informació, com ara les referències bibliogràfiques i les citacions. Aquest plantejament generalista i la visió principalment instrumental de les Fonts d'Informació s'adapta a la seva situació a primer curs dels estudis, ja que les competències adquirides amb l'assignatura representaran una bona base per al treball posterior dels estudiants a totes les assignatures i projectes de la carrera.

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.

CONTINGUTS:

1. Conceptes bàsics de la Documentació
 1. Informació
 2. Documentació
 3. Document
 4. Indexació
2. Fonts d'informació generals
 1. Descripció i tipologia de les fonts d'informació generals
 2. Cerca en fonts d'informació generals
 3. Avaluació de recursos digitals
3. Recuperació d'informació i recursos documentals per a la Comunicació Audiovisuals
 1. Descripció i tipologia de les fonts d'informació específiques
 2. Cerca de les fonts d'informació específiques
4. 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.

Introduction to English for Audiovisual Communication

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Anna M. Masferrer Giralt

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.

RESULTATS D'APRENENTATGE:

1. té un domini bàsic de la llengua anglesa per poder-se comunicar satisfactòriament a nivell intermedi.
2. sap fer una exposició oral en anglès sobre temes relacionats amb la comunicació audiovisual.
3. sap desenvolupar un text escrit en anglès.
4. identifica les paraules clau d'un text per comprendre'l per context.
5. sap utilitzar el lèxic específic de l'àmbit de la comunicació audiovisual.
6. comprèn missatges globals i específics de textos escrits i auditiu en llengua anglesa.
7. sap resoldre exercicis de gramàtica anglesa de nivell intermedi-avançat.
8. sap reproduir un text oral en anglès amb la velocitat i entonació correctes.
9. sap expressar-se de manera apropiada en un diàleg a nivell intermedi.

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

- Dominar el vocabulari específic de la comunicació audiovisual.

CONTINGUTS:

Integrated skills

1. Communication

- 1.1 Non Verbal and Verbal Communication
- 1.2 Good vs. bad communicators

2 Newspapers

- 2.1 Types of newspapers
- 2.2 Headlines
- 2.3 Interviews
- 2.4 Writing an article

3 Radio

- 3.1 Radio presenters
- 3.2 Making a radio programme

4 Magazines

- 4.1 Magazine cover
- 4.2 Advertisement: text and art work
- 4.2 Writing a story

Grammar Revision and Consolidation

- 1. Verb tenses
- 2. Articles
- 3. Conditionals
- 4. Questions

Vocabulary related to communication, newspapers, radio and graphic design

Reading comprehension

- 1. News from online newspapers
- 2. Class reader

AVALUACIÓ:

Sistema d'avaluació:

L'avaluació de l'assignatura Introducció a l'Anglès per a la Comunicació Audiovisual és continuada. La nota final és la suma de les accions d'avaluació. Si la qualificació final és inferior a 50/100, hi ha la possibilitat de recuperar: *Grammar and Vocabulary test 1* (20 %) i/o *Grammar and Vocabulary test 2* (20%). Les

recuperacions són a la segona setmana de juny. 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

- Reading book: Roald Dahl. (2008) *Completely Unexpected Tales*. Penguin.

Recomanada:

- Ceramella, Nick and Elizabeth Lee. (2008). *Cambridge English for the Media: Intermediate Student's Book*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Llibre de gramàtica i vocabulari: Malcolm Mann and Steve Taylore-Knowles. (2008). *Destination B2: Grammar and Vocabulary*. Oxford: Macmillan.

Taller d'Informàtica

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordi Casas Vilario

OBJECTIUS:

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

- 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.
- Condicions per superar l'examen:
 - Es realitzaran 3 controls (un per cada apartat del contingut de l'assignatura).
 - En cas que un o dos controls no superi la nota mínima (4) es pot recuperar en l'examen de repesca.
 - En l'examen de repesca com a màxim es poden recuperar 2 controls.
 - La nota final de l'examen és una mitja dels tres blocs (sempre i quan cadascun tingui la nota mínima de 4)

BIBLIOGRAFIA:

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

Taller de Redacció Periodística

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Cristina Fernandez Rovira
- Santiago Giraldo Luque

OBJECTIUS:

L'objectiu del **Taller de Redacció Periodística** és posar les bases de la redacció de missatges informatius/explicatius i servir d'introducció a la redacció de gèneres propis de l'àmbit professional al qual s'inscriuen els estudis de Comunicació Audiovisual. L'assignatura introdueix l'alumnat en l'escriptura pròpia de disciplina professional que es fonamenta en la llengua escrita i oral estàndard i s'adequa als gèneres informatius d'estructura tipificada, així com als estàndards de la redacció dels mitjans de comunicació.

El contingut del Taller de Redacció Periodística s'inscriu en el llenguatge propi dels mitjans de comunicació audiovisual i en presenta i en treballa les característiques. Al tema 1, **Col·loquialitat i formalitat**, partim de la distinció bàsica entre llengua col·loquial i llengua formal per arribar a conèixer l'estàndard de masses i saber-lo aplicar en textos específics. Als temes 2 i 6, **El llenguatge dels mitjans de comunicació i Els llibres d'estil**, analitzem les característiques del llenguatge eficaç, aquell llenguatge propi dels mitjans de comunicació que facilita la lectura, la comprensió i la retenció dels missatges a un públic ampli i heterogeni. Als temes 3 i 4, **Introducció als gèneres periodístics i Diferències entre informació i opinió**, a banda de caracteritzar i distingir els textos objectius (no modalitzats) respecte dels subjectius (modalitzats), redactem notícies aplicant-hi les característiques del llenguatge eficaç. Seguidament, al tema 7, **Introducció al disseny periodístic**, treballem la llegibilitat dels continguts i la seva presentació. Finalment, al tema 8, **Les noves tecnologies i la redacció periodística**, ens acostem al món digital per saber aprofitar-ne els avantatges i conèixer els inconvenients pel que fa la redacció periodística.

RESULTATS D'APRENTATGE:

L'alumnat, en acabar l'assignatura:

1. Té un domini bàsic de la llengua per a una comunicació eficaç.
2. Sap seleccionar les idees bàsiques d'un text i sintetitzar-les en un esquema i un nou text.
3. Sap redactar textos a partir de dades bàsiques i reescriure textos únicament amb les dades objectivables o comptables.
4. Coneix les característiques del codi oral i les del codi escrit de la llengua i en distingeix les coincidències i les diferències.
5. Sap transformar discursos orals espontanis en textos escrits formals.
6. Sap aplicar els coneixements sobre la superestructura, la macroestructura i la microestructura en la redacció de textos explicatius/informatius.
7. Sap aplicar els recursos de la llegibilitat visual en el disseny dels textos.
8. Sap aplicar les convencions lingüístiques i els criteris ortotipogràfics en la redacció de documents.

9. Coneix les traces modalitzadores d'un text i distingeix la informació de l'opinió.
10. Sap escriure i transformar textos d'acord amb els recursos del llenguatge eficaç o llenguatge dels mitjans de comunicació i segons el gènere textual (àmbit acadèmic i àmbit dels mitjans de comunicació).

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.

CONTINGUTS:

Temes:

1. **Col·loquialitat i formalitat.** Característiques de la llengua formal respecte de la llengua col·loquial. Transformació escrita del codi oral espontani.
2. **El llenguatge dels mitjans de comunicació.** El llenguatge referencial. L'estàndard de masses. Llegibilitat lingüística: la llengua eficaç, recursos de redacció.
3. **Introducció als gèneres periodístics** (informació, interpretació i opinió). El gènere informatiu: la notícia.
4. **Diferències entre informació i opinió.** La modalització.
5. **Les fonts informatives a la redacció periodística.**
6. **Els llibres d'estil.** Convencions i normatives als mitjans de comunicació audiovisuals.
7. **Introducció al disseny periodístic.** La llegibilitat.
8. **Les noves tecnologies i la redacció periodística.**

AVALUACIÓ:

Instruments i condicions de l'avaluació:

- 1 Tasques i pràctiques setmanals (orals i escrites), 40%
- 2 Prova parcial Pràctica, 30 %
- 3 Prova parcial Teòrica, 30 %

? L'avaluació és continuada i la majoria d'activitats tenen lloc a l'aula, per això caldrà assistir a classe en un 90% del total de les sessions i participar activament en les activitats realitzades. L'alumnat que no segueixi el curs amb aquesta regularitat no podrà aprovar l'assignatura.

? La qualificació final de la matèria serà la nota mitjana, en la proporció indicada, obtinguda de les tres accions d'avaluació.

? Es podrà recuperar només una de les dues proves parcials (30% de l'assignatura). Les tasques i pràctiques fetes a l'aula (40% de l'assignatura) no es recuperen.

? La data de la recuperació la marca la coordinació de Comunicació Audiovisual; no es podrà canviar si no és per causa d'una força major. Si l'assignatura se suspèn després d'aquesta recuperació parcial, no hi ha opció a cap més recuperació dins el mateix curs escolar i la matèria queda pendent.

? Cal tenir un nivell superior de la normativa de la llengua: es permetran únicament cinc faltes en qualsevol text, tingui la llargada que tingui. Un text amb un nombre superior de faltes de normativa no es corregirà.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Cassany, Daniel. *Esmolar l'eina. Guia de redacció per a professionals*. Barcelona: Empúries, 2007.
- 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.
- Creme, Phyllis i Lea, Mary R. *Escribir en la universidad*. Barcelona: Gedisa, 2000.
- Oliva, Llúcia; Sitjà, Xavier. *Las noticias en radio y televisión*. Barcelona: Omega, 2007. (5a edició.)

Complementària

- Avui. *Llibre d'estil*. Barcelona: Empúries, 1997.
- Cassany, Daniel. *La cuina de l'escriptura*. Barcelona: Empúries, 2005.
- Catalunya Ràdio. *Conceptes i materials bàsics de redacció. Les notícies a la ràdio. Pensem, redactem, revisem*. Barcelona: Catalunya Ràdio, 2008. [no editat]
- 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.)
- Pastor, Lluís. *Escriptura sexy*. Barcelona: Editorial UOC, 2008.
- Pérez, Jordi. *Com escriure clar*. Barcelona: Editorial UOC, 2011.
- TERMCAT, centre de terminologia catalana: <http://www.termcat.cat>
- Vilaweb, llibre d'estil: <http://10anys.vilaweb.com/llibreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf>

ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE SEGON CURS

Taller de Guió

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 9,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Artur Tort Pujol
- Maria Francisca Forga Martel

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

La persona que supera l'assignatura:

1. Coneix les característiques específiques de l'escriptura a la televisió.
2. Sap què és un guió, per a què serveix i en coneix la terminologia especialitzada.
3. Reconeix l'estructura d'un guió, en coneix les parts i sap identificar-ne el gènere i el format.
4. Sap escriure un guió bàsic per un programa televisiu.
5. Domina la llengua escrita general i l'especialitzada de l'àmbit del guió.

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

- Conèixer de forma bàsica els diferents gèneres periodístics.
- Saber escriure amb fluïdesa textos o guions de ficció i no ficció.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general amb l'actualitat i l'entorn.

Bàsiques

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

Transversals

- Emprar diferents formes de comunicació, tant orals com escrites o audiovisuals, en la llengua pròpia i en llengües estrangeres, amb un alt grau de correcció en l'ús, la forma i el contingut.

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/lilibredestil/
- 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: Trípodos, 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/lilibreestil/>

Taller de Ràdio

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Antoni Sellas Güell

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 de textos radiofònics fonamentalment des de l'àmbit de la ficció i l'adaptació. També es treballa la falca com a format preferent de la publicitat radiofònica i la capacitat creativa que promou.

RESULTATS D'APRENTATGE:

L'alumnat ha d'assolir habilitats en la creació, producció i realització de diferents gèneres i formats radiofònics. També haurà de conèixer els fonaments teòrics i històrics del llenguatge radiofònic i ha d'analitzar de forma crítica els programes que realitzen les diferents emissores.

COMPETÈNCIES

Generals

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

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.
- 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.

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

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. Campaña 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

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

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

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Coneixement i ús correcte dels aspectes fonamentals del llenguatge i la narrativa audiovisual.
- Capacitat per escriure un guió de ficció amb llenguatge cinematogràfic, mitjançant tècniques d'adaptació de textos literaris.
- Saber fer un ús correcte d'una càmera digital, un equip bàsic de so directe i un equip bàsic d'il·luminació.
- Coneixement del programari Final Cut per l'edició per tall i l'exportació d'un projecte en format de vídeo.
- Capacitat per entendre les intencions del guió, planificar i editar una escena amb actors.
- Capacitat per crear una posada en escena aplicant criteris estètics, expressius i narratius.
- Saber organitzar i dirigir una producció audiovisual sobre la base del guió.
- Saber treballar en un equip audiovisual coneixent els diferents perfils professionals i les seves competències.

COMPETÈNCIES

Generals

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

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.
- Tenir capacitat per crear i dirigir la posada en escena integral de produccions audiovisuals o multimèdia.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.

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 avaluables, 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 guión 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.

Teories de la Comunicació

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordi De San Eugenio Vela

OBJECTIUS:

L'objectiu principal de l'assignatura és donar a conèixer les teories existents en l'àmbit de la comunicació en un sentit ampli i en el context de 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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.

Específiques

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

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.

Written English for Audiovisual Communication

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Gonzalo Calle Rosingana

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Millorar l'expressió escrita en llengua anglesa.
2. Comunicar-se per escrit en un entorn acadèmic.
3. Capacitat d'utilitzar el llenguatge escrit tenint en compte registres i tipologies de text.
4. Produir diferents tipus de textos escrits.
5. Saber exposar oralment un tema relacionat amb la comunicació audiovisual.
6. Desenvolupar l'anàlisi i la discussió crítica sobre el paper del mitjans audiovisuals com a difusor de cultures i d'estereotips.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir habilitats interpersonals.

Específiques

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

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.

Introducció a la Comunicació de les Organitzacions

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Irene Colom Valls

OBJECTIUS:

- L'assignatura és una introducció a la comunicació 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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Que l'estudiant conegui els principis fonamentals de la comunicació, com a política del màrqueting
- Que prengui consciència de les possibilitats de les diferents formes de comunicació empresarial/institucional, tot diferenciant les publicitàries i les de l'àmbit de les relacions públiques
- Que sigui capaç d'aplicar el pensament estratègic, en el moment d'emprendre qualsevol acció comunicativa

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.

- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en una llengua estrangera.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

Específiques

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

Bàsiques

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

Transversals

- Emprar diferents formes de comunicació, tant orals com escrites o audiovisuals, en la llengua pròpia i en llengües estrangeres, amb un alt grau de correcció en l'ús, la forma i el contingut.
- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.
- Projectar els valors de l'emprenedoria i la innovació en l'exercici de la trajectòria personal acadèmica i professional, a través del contacte amb diferents realitats de la pràctica i amb motivació envers el desenvolupament professional.

CONTINGUTS:

1. Publicitat, relacions públiques, comunicació i màrqueting

2. La campanya publicitària

1. Etapes de la campanya publicitària

2. El brínging 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.

- Treballs de l'assignatura (60%)
- Examen de la part teòrica (40%)

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Bigné, Enrique. *Promoción comercial*. Madrid: ESIC, 2003.
- García Uceda, Mariola. *Las claves de la publicidad*. Madrid: ESIC, 2001.
- Xifra, Jordi. *Planificación estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2005.

Complementària

- 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; 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: Prentice Hall, 2002.
- Xifra, Jordi. *Planificación estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2005.

Llenguatges de la Comunicació

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- 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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

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

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).

Oral English for Audiovisual Communication

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Millorar la competència lingüística.
2. Comunicar-se oralment tenint cura de la pronúncia.
3. Adquirir habilitats lingüístiques del llenguatge parlat
4. Millorar la comprensió oral.

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

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

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. Speaking

- 2.1. Small talk
- 2.2. Building a conversation
- 2.3. Debates

3. Vocabulary

- ? Hobbies, sports and games
- ? Music
- ? Like, dislike and desire
- ? Discourse markers in speech
- ? Belief and opinion
- ? Entertainment
- ? The Press
- ? the Media
- ? Idioms connected with praise and criticism
- ? Idioms describing feelings or mood

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 present a pitch.
- 3. Reading: Students will be introduced to texts related to the above mentioned topics.
- 6. Vocabulary: Students will work on a number of topics related to audiovisual communication
- 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:

- Vocabulary tests (15%)
- Listening tests (15%)
- On-course oral Activities (35%)

- Class speaking practice (15%)
- Debate (10%)
- Pitch (10%)

Attendance is not compulsory but strongly recommended. Pass mark is 5 out of 10. In the event the student fails the vocabulary and listening tests can be retaken. No other resit will be done.

Undelivered or late assignments count as 0.

BIBLIOGRAFIA:

- Course handouts
- Grammar Book: Malcolm Mann and Steve Taylore-Knowles. (2008). *Destination B2: Grammar and Vocabulary*. Oxford: Macmillan
- McCarthy, M & O'Dell, F (2002) *English Vocabulary in Use Upper Intermediate*. Cambridge University Press

Taller de Comunicació Gràfica I

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Hector Ivan Navarro Guere

OBJECTIUS:

Es busca un coneixement teoricopràctic 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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

Els objectius de l'assignatura són:

1. Estimular la capacitat creativa, reflexiva, el sentit crític i d'anàlisi de l'alumne de la problemàtica de la comunicació gràfica, particularment enfocada cap al disseny gràfic.
2. Dominar la terminologia, la metodologia i les tècniques de la comunicació gràfica.
3. Conèixer les implicacions i les perspectives estilístiques de la producció gràfica.
4. Conèixer amb profunditat el procés gràfic, les diferents fases del procés i les seves aplicacions en el món real.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.

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.

Bàsiques

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

Transversals

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

CONTINGUTS:

1. Introducció 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.

Avaluació continua:

- Individual: P1: 10% i P2: 15%.
- En grup: P3: 15%; P4: 15%, P5: 20% i P6: 25%.

BIBLIOGRAFIA:

Recomanada

- Costa, Joan: *Diseñar para los ojos*: Barcelona: Costa.com, 2007.
- Dondis, Donis A.: *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili, 15ª edición, 2002.
- Hervás-Ivars, Christian: *El Diseño gráfico en televisión: técnica, lenguaje y arte*. Barcelona: Cátedra, 2002
- Martín, J. i Mas, M.: *Manual de tipografía. Del plomo a la era digital*. València: Campgràfic, 2002.
- Navarro-Güere, 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: Gustavo Gili, 2008.
- Solana, Gemma; Boneu, Antonio: *Uncredited: Diseño Gráfico y títulos de crédito*. Barcelona: Index Book, 2007.

Secundària

- Aicher, O.: *El mundo como proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili, 1994.
- Arfuch, L; Chaves, N.; Ledesma, M.: *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós, 1997.
- McCandless, D.: *Information is beautiful*. London: Collins. 2009.
- Murphy J. Michael Rowe: *Cómo diseñar marcas y logotipos*. Barcelona: GG, 1989
- Tufte, E.: *Envisioning information*: Connecticut Graphics Press Cheshire, 1990.
- Ware, C.: *Information Visualization. Perception for design*. Morgan Kaufmann series in interactive technologies, 1999
- Wigan, M.: *Imágenes de secuencia*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

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

ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE TERCER CURS

Communication Research Methods

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Lucrezia Crescenzi Lanna

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

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

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.

Comunicació Digital Interactiva

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Eulàlia Massana Molera

OBJECTIUS:

Comunicació Digital Interactiva té per objectiu principal que l'estudiant s'apropriï de les reflexions teòriques de la comunicació digital com 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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Saber dissenyar i dirigir projectes.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.

CONTINGUTS:

1. La història de l'hipertext i la www

- Vannevar Bush i la utopia hipertextual
- Douglas Engelbart entre interfícies i interaccions.
- Ted Nelson i el sistema Xanadu.
- Tim Berners Lee i la creació de la xarxa

2. Interfícies i interaccions

- Del paper a la pantalla
- Evolució de les interfícies digitals
- Introducció a la usabilitat i l'accessibilitat
- Visualització de la informació
- Arquitectura de la informació
- Models d'interacció

3. La web col·laborativa

- Tecnologies col·laboratives
- Blocs, wikis i altres sistemes de la web 2.0
- Eines de publicació de continguts

4. Comunicació digital i comunicació audiovisual

5. Projecte pràctic de comunicació digital

AVALUACIÓ:

L'avaluació constarà de tres parts diferents:

- 40% Treballs pràctics - individuals
 - Cada estudiant serà el responsable d'**elaborar** un contingut per compartir amb els companys sobre un tema determinat. Aquest serà presentat a classe amb el sistema que l'estudiant consideri més adequat pel contingut. Caldrà que contingui informació bàsica (descripció, història i evolució) i la seva relació, si escau, amb la Comunicació Audiovisual. La data de lliurament serà **una setmana abans** del dia de l'exposició.
 - També caldrà que cada estudiant proposi un petit exercici de reflexió per a que sigui respost individualment per la resta dels estudiants al fòrum de l'assignatura. La data de lliurament serà **una setmana després** del dia en que s'haurà exposat el contingut.
 - L'estudiant responsable del contingut exposat també serà el responsable d'**avaluar** les aportacions dels seus companys al fòrum corresponents al seu tema.
 - D'aquests treballs pràctics, l'elaboració del contingut sobre el tema concret i l'exposició a classe tindran un valor del 30% (15% Document a compartir; 10% Explicació a classe; 5% Document/s de suport utilitzats per a l'explicació).
 - Les valoracions de les respostes a les propostes de reflexió de cada una d'aquestes presentacions tindran un valor total del 10%. Es farà la mitjana de tots els exercicis.
- 10% Participació - individual: Tot i que l'assistència només és obligatòria el dia que l'estudiant serà el professor, es valorarà la participació a classe amb un 10% de la nota total. Inclou l'assistència a les tutories.

- 20% 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 24 de novembre. La segona serà el 10 de gener.
 - Inclourà tots els continguts exposats a classe.
- 30% Projecte final, en grup: Design document.
 - Per grups s'elaborarà un Design document, que tindrà continuïtat en l'assignatura de segon semestre Taller de Comunicació Interactiva.
 - Es faran lliuraments parcials que seran revisats per la professora però no seran avaluats.
 - Es proposa utilitzar l'eina de GoogleDrive.
 - Es faran tutories fixades en el pla de treball per guiar el procés.
 - La data de lliurament està per confirmar (gener).

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Anderson, Chris. *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. Nueva York: Hyperion, 2006.
- Berners-Lee, Tim. *Tejiendo la red. El inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo XXI, 2000.
- Castells, Manuel. *Comunicación y poder*. Barcelona: Alianza Editorial, 2009.
- Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo. *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / 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

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- M. Dolores Palomo Chinarro

OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és iniciar a l'alumne del Grau de 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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Coneix l'ètica i la deontologia professional de la comunicació, així com el dret que afecta a la comunicació audiovisual.
- Coneix les institucions de la Unió Europea i el dret que generen, especialment en matèria de comunicació.
- Analitza de forma crítica el règim jurídic del dret a la comunicació audiovisual.
- Aprèn el vocabulari jurídic bàsic, així com l'estructura del poder judicial.
- Interpreta documentació jurídica i, en particular, sentències vinculades amb la vulneració del dret a la comunicació i altres drets fonamentals.

COMPETÈNCIES

Generals

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

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'empara 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:

Bàsica

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

Complementària

- Aguilera Fernández, A. *La libertad de expresión del ciudadano y la libertad de prensa o información*. Granada: Comares, 1990.
- Balaguer Callejón, M.L. *El derecho fundamental al honor*. Madrid: Tecnos, 1992.
- Carmona Salgado, Concepción. *Libertad de expresión e información y sus límites*. Madrid: EDERSA, 1991.
- Carrillo, Marc. *Los límites a la libertad de prensa en la Constitución española de 1978*. Barcelona: PPU, 1987.
- Carrillo, Marc. *La cláusula de consciència i el secret professional dels periodistes*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya, 1992.
- Carreras Serra, Francesc de i d'altres. *Libertad de expresión*. Bellaterra: Departamento de Ciencia Política y Derecho público. PPU, S.A. [Anuario 1990].
- Carreras Serra, Lluís de. *Règim jurídic de la informació: periodistes i mitjans de comunicació*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació/Generalitat de Catalunya, 1996.
- Carreras Serra, Lluís de. *Régimen jurídico de la información: periodistas y medios de comunicación*. Barcelona: Ariel, 1996. [Ariel Derecho].
- Carreras Serra, Lluís de. *La ràdio i la televisió a Catalunya, avui*. Barcelona: Edicions 62, 1987. [Llibres a l'abast].
- Chinchilla Marín, Carmen. *La radiotelevisión como servicio público esencial*. Madrid: Tecnos, 1988.
- Chinchilla Marín, Carmen. *Sobre el derecho de rectificación*. Poder Judicial, 6. Juny de 1987.
- Chinchilla Marín, Carmen. *Les competències de les Comunitats autònomes en matèria de televisió*. Revista Autonomies, 8. Desembre de 1987.
- Cruz Villalón, P. *Estados excepcionales y suspensión de garantías*. Madrid: Tecnos, 1984.
- Fernández de Casadevante Romani, Carlos. *La aplicación del Convenio Europeo de Derechos Humanos en España*. Madrid: Tecnos, 1988.
- Fernández-Miranda Campoamor, Alfonso. *El secreto profesional de los informadores*. Madrid: Tecnos, 1990. [Temas Clave de la Constitución Española].
- García de Enterría, E. i altres. *El sistema europeo de protección de los derechos humanos*. Madrid: Cívitas, 1983. [Monografías].
- García Llovet, Enrique. *El régimen jurídico de la radiodifusión*. Madrid: Marcial Pons/Ediciones Jurídicas, 1991.
- Gay Fuentes, Celeste. *La televisión ante el derecho internacional y comunitario*. Madrid: Marcial Pons/Ediciones Jurídicas, 1994.
- Gómez Reyno Carnota, E. *Aproximación histórica al derecho de la imprenta y de la prensa en España (1840-1966)*. Madrid: IEA, 1977.
- Herrero-Tejedor, Fernando. *Honor, intimidad y propia imagen*. Madrid: Colex, 1994.

Narrativa Audiovisual i Multimèdia

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Joan Frigola Reig

OBJECTIUS:

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Comprendre i valorar els elements que configuren la narració audiovisual.
- Distingir els recursos narratius audiovisuals característics dels gèneres i formats audiovisuals.
- Comprendre i valorar els temes i coneixements necessaris per a l'anàlisi, comprensió i construcció de narracions digitals i multimèdia.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.

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.
- Saber analitzar els signes o codis de la imatge.
- Tenir coneixement de la història i evolució del cinema, la televisió, comunicació multimèdia i la seva influència en l'art.

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

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Xavier Docampo Sellarès

OBJECTIUS:

Conèixer els elements fonamentals del projecte gràfic per a la comunicació i aplicar-los correctament mitjançant l'ús de les eines de disseny.

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Conèixer els camps d'aplicació del disseny gràfic i el seu paper dins de la comunicació visual. Introducció a la metodologia de treball i la cultura projectual.
2. Conèixer els camps d'aplicació del disseny per al desenvolupament de diferents tipologies de resposta a diferents necessitats comunicatives.
3. Conèixer les bases de programes d'edició del disseny gràfic; els programes como Illustrator
4. Estimular les capacitats creatives de l'alumne.

COMPETÈNCIES

Generals

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

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

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:

5. Aspectes de producció.

- Preimpresió. Processos.
- Tècniques, processos, eines, recursos.
- Pràctiques amb el programari de disseny i aplicacions en el desenvolupament de tots els exercicis i projectes.

AVALUACIÓ:

Els treballs 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.

Valoració:

P1:20%, P2:20%, P3: 40%, Treball Clase: 20%

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

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordi Ribot Puntí

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Saber cobrir fotogràficament qualsevol acte informatiu, entrevista, roda de premsa, manifestació, espectacles culturals i esdeveniments esportius, que plantegi un mitjà de comunicació.
- Comprendre el funcionament tècnic de qualsevol càmera fotogràfica del mercat.
- Destresa en l'ús de la càmera.
- Destresa en l'ús de l'instrumental d'il·luminació.
- Tenir sentit estètic per adaptar la realitat a través d'una fotografia.
- Assolir els coneixements necessaris de l'edició digital de les fotografies.
- Reconèixer un fet de l'actualitat que pugui ser d'interès per un mitjà de comunicació.
- Saber estar en un acte informatiu: gestionar l'acreditació, respectar les normes, treballar amb altres professionals i conèixer i respectar la llei.
- Reconèixer i saber resoldre els problemes que pot generar fer fotografies a les persones

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

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

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° , 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° 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: direccional, 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 Projectió 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 asseleriat: avantatges i inconvenients
 - 13.3 Formació: acadèmica i autodidacte
 - 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 fotògraf
 - 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

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

L'assignatura il·lustrarà i atorgarà als estudiants els recursos necessaris a l'hora d'enfrontar-se amb un text audiovisual, segons l'òptica de la banda sonora. Com a futurs responsables de textos audiovisuals coneixeràn les possibilitats que els ofereix la vessant musical alhora d'elaborar produccions audiovisuals i els processos de treball amb professionals d'aquesta disciplina.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- 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

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- M. Del Mar Francina Binimelis Adell

OBJECTIUS:

El principal objectiu de l'assignatura és presentar a l'estudiant una visió de la investigació d'audiències, veient les diferents perspectives. 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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Obtenir una visió panoràmica de les diverses opcions i enfocaments a l'hora d'estudiar les audiències.
- Plantejar-se de forma crítica les finalitats dels estudis d'audiència.
- Poder generar metodologies bàsiques per a estudiar les audiències.
- Conèixer i utilitzar la terminologia específica de la matèria.

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

- Conèixer els mètodes i problemes de les diferents branques de la investigació de la comunicació en general i la comunicació audiovisual en particular.
- Conèixer l'impacte social de les tecnologies informatives i la comunicació.
- Saber analitzar i representar les dades.

- Saber analitzar la selecció de suports i mitjans audiovisuals en funció de l'audiència.
- Saber exposar els resultats de la recerca de manera oral, escrita, audiovisual o digital, de forma adequada d'acord amb els canons acadèmics.

CONTINGUTS:

Tema 1. Introducció general.

- Conceptes generals.
- Les diferents corrents en l'estudi de l'audiència.

Tema 2. Corrents, metodologies i tècniques aplicades a la investigació

- Investigació quantitativa i qualitativa
- L'estudi dels efectes
- Teoria dels usos i gratificacions
- Els estudis culturals.

Tema 3. Conceptes relacionats amb la investigació d'audiències

- Població, univers i mostra, audiència mitjana, audiència acumulada, Rating, etc?

Tema 4. Investigació d'audiències a Espanya

- Principals proveïdors d'informació en el mercat espanyol
- Principals estudis d'audiència a Espanya

Tema 5. Especificitat per mitjans

- TV
- Premsa
- Ràdio
- Cinema
- Internet

AVALUACIÓ:

- Al llarg del curs hi haurà diferents treballs i exercicis pràctics que comptaran un 60% de la nota final.
- 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.
- Nughtingale, 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

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: 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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

L'ensenyament privilegia l'aprenentatge dels següents coneixements:

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

COMPETÈNCIES

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 sevei 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'Story Board
- 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

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Xavier Docampo Sellarès

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

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

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 les 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

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 9,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Antoni Sellas Güell
- Raúl Martínez Corcuera

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Generar dinàmiques de treball en equip en la producció i realització de programes televisius i radiofònics.
- Conèixer el procés de creació d'una producció audiovisual en totes les seves fases.
- Capacitar l'alumnat en la creació de productes televisius i de ràdio d'entreteniment.

COMPETÈNCIES

Generals

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

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.
- Saber exposar els resultats de la recerca de manera oral, escrita, audiovisual o digital, de forma adequada d'acord amb els canons acadèmics.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.

CONTINGUTS:

A. La producció radiofònica

1. Elements fonamentals de la producció radiofònica
2. La ràdio com a mitjà d'expressió (so, llenguatge i missatge radiofònic)
3. Tecnologia i tècnica radiofònica

Les noves tecnologies aplicades a la ràdio

- El muntatge
- El guió tècnic
- Narrativa radiofònica
- Gèneres
- Guió literari

4. Etapes de la producció radiofònica

- Preproducció, producció i postproducció
- Gestió de la producció radiofònica

B. La producció televisiva

1. Introducció conceptual

- Rodatge monocameral, multicameral i en estudi
- Equip de producció
- Equip creatiu
- Equip de rodatge
- Equip de producció d'àudio
- Equip de producció multimèdia

2. Producció i gestió de la producció

- El productor i les estratègies de producció
- Anàlisi de l'audiència
- Proposta de guió

3. Gestió de la producció

- Desglossament del guió
- Pla de rodatge
- Pressupost

4. Distribució i exhibició

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.

- Pràctiques ràdio 30%
- Pràctiques televisió 30%
- Guia lectura obligatòria 15%
- Prova teòrica 25%

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Fernández Manzano, Eva Patricia i Linares Palomar, Rafael (2014) *¡Echa el anzuelo! Estrategias de pitch para jornadas audiovisuales y proyectos transmedia*. Barcelona: Editorial UOC.
- Kindem, Gorham i Musburguer, Robert B. (2005) *Manual de producción audiovisual digital*. Barcelona: Omega.
- Marzal, Javier i López Cantos, Francisco (Coord.) (2008) *Teoría y técnica de la producción audiovisual*. València: Tirant lo Blanch.
- Rodero Antón, Emma (2005) *Producción radiofónica*. Madrid: Cátedra.

Complementària

- 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 i Martínez, José (1999) *La dirección de producción para cine y televisión*. Barcelona: Paidós.
- Martínez-Costa, Ma. Pilar (2002) *Información radiofónica*. Barcelona: Ariel.
- Sáinz, Miguel (1994) *Manual básico de la producción en televisión*. Madrid: IORTV.

Teoria de la Imatge

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

1. Conoce las distintas formas de representación, reproducción y expresión de la imagen
2. Conoce las implicaciones teóricas y conceptuales de la imagen
3. Adquiere y demuestra conocimientos avanzados de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en el ámbito de la comunicación
4. Analiza las capacidades personales y profesionales propias en relación a distintos ámbitos de la práctica profesional

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 és 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 fitxa: 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): 25%

Pràctica 1 (en grup): 25%

Pràctica 2 (en grup): 35%

Dinàmiques i activitats a la classe i online...: 15%

La qualificació final és el resultat de la sumatòria. Nota: No hi ha repesca, ni avaluacions extraordinàries.

BIBLIOGRAFIA:

Recomanada

- Aumont, J. 1992: *La imagen*, Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W. 1983: *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*, Barcelona: Edicions 62.
- Gombrich, E.H. 2002: *Arte e ilusión*, Madrid: Debate.
- Joly, M. 2003: *La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción*. Barcelona: Paidós.
- Santaella, L. y Nöth, W. 2003: *Imagen: comunicación, semiótica y medios*, Basilea: Reichenberger.
- Villafañe, J. 2003: *Introducción a la teoría de la imagen*, Madrid: Pirámide.
- Zunzunegui, S. 2003: *Pensar la imagen*, Madrid: Cátedra/Universidad del País Vasco.

Secundària

- Aparici, R., García, A.; Valdivia, S.: 1992: *La imagen*, Madrid: UNED.
- Barthes, R. 1992: *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós.
- Gauthier, G. 1996: *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*. Madrid: Cátedra.
- Gubert, R. 2004: *Patologías de la imagen*, Barcelona: Anagrama
- 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.
- 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

- Vitta, M. 2003: *El sistema de las imágenes*, Barcelona: Paidós.

ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE QUART CURS

Direcció i Producció Audiovisual i Multimèdia

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Albert Serra Girbau
- Marc Compte Pujol

OBJECTIUS:

L'assignatura prepara l'estudiant per ser capaç de dur a terme una producció audiovisual transmèdia amb una difusió a temps real. Amb aquesta finalitat, s'aprofundeix la pràctica de la direcció/realització amb fonaments de producció, des de la teoria aplicada a la pràctica. S'analitzen els diferents aspectes de la direcció audiovisual i la direcció d'actors per adquirir els diferents coneixements i habilitats que necessita un director-productor. S'experimenten procediments, tècniques i mètodes per a l'adquisició de competències d'ideació i d'organització del treball de direcció i producció. D'altra banda, es planteja l'actual situació de la comunicació multimèdia, tant en tendències com en regularització audiovisual multiplataforma.

RESULTATS D'APRENTATGE:

Part audiovisual

- Adquirir criteris narratius i expressius.
- Adquirir habilitats creatives per la posada en forma d'un guió.
- Adquirir mètodes de treball per la direcció.
- Adquirir habilitats professionals per al treball en equip.
- Desenvolupar el sentit artístic i ampliar els fonaments culturals.

Part multimèdia

- L'ensenyament capacita l'alumne per a l'aprenentatge de processos com definir, comparar i justificar per tal de poder crear, des de la fase més inicial que sorgeix amb la idea, el projecte per a un producte interactiu multimèdia.
- A través d'un conjunt d'apunts teòrics l'alumne aprendrà la metodologia necessària per construir un projecte propi i original.
- L'ensenyament capacita l'alumne en el funcionament de programes d'edició; els programes de referència seleccionats són Flash, Dreamweaver i altres eines 2.0.
- S'utilitzaran una sèrie d'instruments didàctics que inclouran guies de lectura i exercicis pràctics amb ordinador amb la finalitat que l'alumne aprengui competències en els àmbits del grafisme, l'animació vectorial, el disseny multimèdia, la integració de recursos web 2.0, etc.
- A través d'un conjunt d'exercicis, s'estimularan les capacitats creatives de l'alumne.

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

- Conèixer com tractar la informació audiovisual de forma didàctica i divulgativa.
- 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 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.
- Tenir capacitat per crear i dirigir la posada en escena integral de produccions audiovisuals o multimèdia.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.

CONTINGUTS:

- El procés de direcció i la gestió d'un equip.
- Què és la direcció i com es prepara un director. Ús dels referents i ús de la teoria.
- El binomi producció-direcció.
- Disseny de la direcció: parts del procés i mètodes de treball.
- La visualització del guió: estratègies narratives i expressives. La preparació de la planificació.
- La direcció d'actors: del personatge, càsting, treball de taula i assaig.
- 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 director-director de fotografia.
- La situació del mercat multimèdia
- Els models Smart TV i HBBTV
- Creació i distribució de projectes multimèdia
- Gamificació
- Narratives transmedia i crossmedia
- El mercat mòbil
- Comunicació interactiva

AVALUACIÓ:

L'avaluació està dissenyada per assolir el compliment dels objectius de l'assignatura, que estan vinculats a les competències que ha d'adquirir l'estudiant.

La part pràctica equival al 60% de la nota i la part teòrica al 40%.

Desglossament de la nota:

- Part pràctica AV: 30%
- direcció 10%
- producció 10%
- ús dels dogmes 10%
- Part pràctica MM: 30%
- guió transmèdia: 10%
- part web i extres a la web: 10%
- interacció amb l'usuari i qualitat transmèdia: 10%

Part teòrica:

- examen AV: 20%
- examen MM: 20%

L'examen és recuperable dins del període marcat per la repesca al calendari acadèmic.

Per aprovar l'assignatura cal que tant la part pràctica com la teòrica estiguin aprovades, d'altra forma no es fa la mitjana entre les dues notes.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica

- Català, Josep M. *La puesta en imágenes. Conceptos de dirección cinematográfica*. Barcelona: Paidós, 2001.
- Fieldman, Simon. *El director de cine*. Barcelona: Gedisa, 1974.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. Nueva York: New York University Press, 2006.
- Jenkins, Henry. *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. Nueva York: New York University Press, 2006.
- Hunt, Robert. *Bases del cine: Dirección*. Barcelona: Parramón, 2010.
- Scolari, Carlos. *Narrativas transmedia: cuando los medios cuentan*. Barcelona: Deusto, 2013.

Complementària

- Augros, Jöel. *El dinero de Hollywood: financiación, producción, distribución y nuevos mercados*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Caine, Michael *Actuando para el cine*. Madrid: Plot Ediciones, 2003.
- Chion, Michel. *La música en el cine*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1997.
- De Fusco, Renato. *El placer del arte. Comprender la pintura, la escultura, la arquitectura y el diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.
- Donnellan, Declan. *El actor y la diana*. Madrid: Fundamentos, 2004.
- Dreyer, Carl T. *Reflexiones sobre mi oficio*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Etedgui, Peter. *Directores de fotografía*. Barcelona: Océano, 1999.
- Farris, Dale F. *Enter the «prosumer» age*. En: *Library Journal*, vol. 128, n. 17. EUA: EBSCO Host Connection, 44-47, 2003.
- Giurgiu, Luminita; Barsan, Ghită. *¿The prosumer - core and consequence of the Web 2.0 era? A: Journal of Social Informatics*, any V, n. 9. Rumania: University of the West Timisoara, 53-59, 2008.
- 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*. 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.

- Ritzer, George; Dean, Paul; Jurgenson, Nathan. "The Coming of Age of the Prosumer". A: *American Behavioral Scientist*, Vol. 56, n. 4. Arizona: Sage Journals, 379-398, 2012.
- Sánchez-Biosca, Vicente. *El montaje cinematográfico*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1999.
- 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.
- Toffler, Alvin. *The Third Wave*. Nueva York: William Morrow, 1980.
- 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.

Nous Formats Audiovisuals

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Antoni Sellas Güell
- Joan Frigola Reig
- M. Del Mar Francina Binimelis Adell

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...)

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Que l'estudiant conegui tots els formats existents al mercat audiovisual des dels orígens fins a les formes actuals.
- Que sàpiga reconèixer quan una producció audiovisual es considera un nou format.
- Que sigui capaç d'analitzar les estructures de gènere i de format de les produccions audiovisuals.
- Que sigui capaç de generar la conceptualització de nous formats des dels diferents suports multiplataforma.
- Que tingui capacitat de producció de formats audiovisuals en nous escenaris culturals.

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

- Conèixer com tractar la informació audiovisual de forma didàctica i divulgativa.
- 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.
- 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.
- Conèixer la imatge espacial i les representacions icòniques en l'espai, tant en la imatge fixa com en moviment.
- Conèixer la producció artística contemporània de la Modernitat a la Postmodernitat.
- Conèixer les aplicacions de l'art digital a la comunicació contemporània.
- Conèixer les relacions entre imatges i sons des del punt de vista estètic i narratiu en els diferents suports i tecnologies audiovisuals i multimèdia.
- Conèixer teòrica i pràcticament l'aplicació de les tecnologies als mitjans de comunicació audiovisuals (fotografia, ràdio, so, televisió, vídeo, cinema i suports multimèdia).
- Dominar el vocabulari específic de la comunicació audiovisual.
- Saber analitzar els signes o codis de la imatge.
- Saber analitzar la selecció de suports i mitjans audiovisuals en funció de l'audiència.
- Saber comunicar-se per escrit en situacions professionals habituals a l'àrea de la comunicació audiovisual.
- Saber relacionar qualsevol informació d'interès general amb l'actualitat i l'entorn.
- Saber valorar críticament les TIC, els seus camps d'aplicació en la societat i el seu impacte.
- 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.
- Tenir capacitat per crear i dirigir la posada en escena integral de produccions audiovisuals o multimèdia.

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.

Art Digital i Nous Mitjans

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Espanyol

PROFESSORAT

- Efrain Foglia Romero

OBJECTIUS:

Aquest curs té per objectiu principal la capacitat 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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

L'alumne estarà capacitat per entendre la influència de l'Art Digital en la cultura audiovisual contemporània. ?L'alumne entendreà les innovacions en interfícies tecnològiques que afecten la cultura visual. ?L'alumne aprofundirà en la relació entre Comunicació i Art.

COMPETÈNCIES

Específiques

- Conèixer les aplicacions de l'art digital a la comunicació contemporània.
- 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:

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
- ?i?ek 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

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- María Francisca Forga Martel

OBJECTIUS:

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

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

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

Al final del curs, l'alumne:

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

COMPETÈNCIES

Generals

- Respectar els drets humans.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.

- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

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

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Ricardo Parra González

OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és donar a l'estudiant les eines de Postproducció que s'inclouen dins la disciplina de Composició.

Es donarà una visió general i introductòria del programari que actualment permet postproduir un projecte (Adobe After Effects).

L'estudiant podrà conèixer les eines bàsiques per crear gràfics en moviment (Motion Graphics), per al retoc visual (Visual Effects).

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Conèixer els fonaments de la postproducció audiovisual.
- Conèixer les eines bàsiques de Motion Graphics.
- Conèixer les eines bàsiques de VFX.
- Elaborar peces audiovisuals curtes generades a partir dels conceptes i eines vistos a classe.

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

- 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.
- 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:

1. Introducció a la postproducció audiovisual

- Processos i fases.

2. Gràfics en moviment. Motion Graphics.

- Introducció. Interfaç. Workflow.
- Capes i màscares (creació, transformacions, estils, alpha i luminància)
- Animació (fotogrames clau, vincular animació, gràfica d'animació, pins d'animació, motion blur)

3. Efectes Visuals. Visual Effects.

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

AVALUACIÓ:

Es proposarà un total de 4 exercicis.

Una prova de control i una pràctica individual per cada bloc de l'assignatura (Motiongraphics, VFX).

Cada una representarà un 25% de la nota final.

Caldrà aprovar totes les parts per fer la mitjana del curs.

BIBLIOGRAFIA:

- Wyatt, Hilary; Amyes, Tim: *Postproducción de audio para TV y cine*. Escuela de Cine y Vídeo (Focal Press en anglès). 286 pag., 17 x 23cm. 2005 (3a edició)
- FX Guide. <http://www.fxguide.com> [en línia] Articles, breakdowns i entrevistes, en anglès.
- 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.

Pràctiques en Empreses

Tipologia: Pràctiques Externes (PE)

Crèdits: 12,0

Llengua d'impartició: Català, Català o Castellà, Anglès

PROFESSORAT RESPONSABLE

- Eulàlia Massana Molera
- José Antonio Corral Marfil

OBJECTIUS:

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

- Respectar els drets humans.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.

Específiques

- Conèixer el funcionament del departament de comunicació dins de les empreses i institucions.
- Conèixer els principis ètics de la comunicació, així com els codis que els contenen.
- Conèixer la comunicació empresarial i institucional.
- Dominar el vocabulari específic de la comunicació audiovisual.
- Saber comunicar-se per escrit en situacions professionals habituals a l'àrea de la comunicació audiovisual.
- 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 operar en diferents entorns informàtics (Mac OS, Microsoft Windows, etc.).

Bàsiques

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

Transversals

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

CONTINGUTS:

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

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

AVALUACIÓ:

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

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

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

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

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

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 Responsable de Pràctiques per tal d'incloure-la a l'acta corresponent.

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

BIBLIOGRAFIA:

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

Treball de Fi de Grau

Tipologia: Treball de Fi de Grau (TFG)

Crèdits: 9,0

Llengua d'impartició: Català, Anglès

PROFESSORAT RESPONSABLE

- Francesc X. Vicente Soriano

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

Aquesta assignatura ha de permetre assolir la majoria de competències professionalitzadores de la carrera.

COMPETÈNCIES

Generals

- Respectar els drets humans.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Saber dissenyar i dirigir projectes.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.

- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir habilitats interpersonalmentals.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.
- Tenir sensibilitat envers temes mediambientals i socials.

Específiques

- 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.
- Conèixer els principis ètics de la comunicació, així com els codis que els contenen.
- Conèixer les relacions entre imatges i sons des del punt de vista estètic i narratiu en els diferents suports i tecnologies audiovisuals i multimèdia.
- Conèixer les teories del cinema i la televisió.
- 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.
- 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.
- Tenir capacitat per crear i dirigir la posada en escena integral de produccions audiovisuals o multimèdia.
- Tenir coneixement de la història i evolució del cinema, la televisió, comunicació multimèdia i la seva influència en l'art.

Bàsiques

- Saber aplicar els coneixements a la feina i en la vocació d'una manera professional i posseir les competències que se solen demostrar mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes en l'àrea d'estudi pròpia.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

Transversals

- Actuar amb esperit i reflexió crítics davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.
- Esdevenir l'actor principal del propi procés formatiu amb l'objectiu d'aconseguir una millora personal i professional i d'adquirir una formació integral que permeti aprendre i conèixer en un context de diversitat lingüística, amb realitats socials, culturals i econòmiques molt diverses.
- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.

CONTINGUTS:

-
- 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.

Bibliografia 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.
- MarzalL 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.

Bibliografia de direcció

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

Bibliografia 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.
- Shafer 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.

Bibliografia 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.

Bibliografia 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.

Bibliografia 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.

ASSIGNATURES OPTATIVES

Brand Building

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Daniel Batlle Garcia

OBJECTIUS:

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

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

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

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Comprèn la naturalesa de l'estratègia de màrqueting i les seves connexions amb l'estratègia de marca, tant en empreses locals com internacionals
- Coneix les tècniques d'investigació de marca més significatives pel procés de construcció de les marques
- Defineix els factors claus en el procés de construcció de la marca
- Adquireix i demostra coneixements avançats dels aspectes teòrics i pràctics i de la metodologia de treball en els àmbits de la comunicació i els negocis internacionals

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

COMPETÈNCIES

Generals

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

Bàsiques

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

Transversals

- Emprar diferents formes de comunicació, tant orals com escrites o audiovisuals, en la llengua pròpia i en llengües estrangeres, amb un alt grau de correcció en l'ús, la forma i el contingut.

CONTINGUTS:

Topic 1: The Global Marketing Imperative

Topic 2: Marketing Macro-environment: Socio-cultural and economic Marketing Macro-environment: Political and legal

Topic 3: International Marketing Micro-environment: Competition. Suppliers. Customers

Topic 4: Segmentation, targeting and positioning. Strategic Planning

Topic 5: Product Management, Parfitt and Collins Model and Branding

Topic 6: Marketing Research and Brand Value Discovery. The Total Brand Experience

Topic 7: Pricing, Brand Value and Affordability.

Topic 8: Sales Management: The Brand Ambassadors and the Competitive War.

Topic 9: Brand Building and Advertising Process: Strategic Partners for Brand Building

Topic 10: Promotional and Communication Strategies (1)

Topic 11: Promotional and Communication Strategies (2)

Topic 12: Brands Value Assessment, Share of Market and P&L

AVALUACIÓ:

Regular term evaluation

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

Class participation

- Time period: Throughout the course
- Type of assessment: Comp
- Type of activity: Conceptual and synthesis

- Grouping: Individual
- Weight (%):10%

Case discussions and case presentations

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

Group Marketing Plan partial submittals

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

Group Marketing Plan final submittal and oral presentation

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

Final Exam

(A minimum score of 4 is required)

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

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

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

IMPORTANT further specifications on grading and assignment rules:

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

- Is the participant a good listener?
- Are the points that are made relevant to the discussion? Are they linked to the comments of others?
- Do the comments add to our understanding of the situation?
- Do the comments show evidence of analysis of the case?
- Does the participant distinguish among different kinds of data (that is, facts, opinions, beliefs, concepts, etc.)?

- Is there a willingness to share?
- Is there a willingness to test new ideas, or are all comments "safe"? (For example, repetition of case facts without analysis and conclusions or a comment already made by a colleague.)
- Is the participant willing to interact with other class members?
- Do comments clarify and highlight the important aspects of earlier comments and lead to a clearer statement of the concepts being covered?

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

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

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

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

BIBLIOGRAFIA:

Basic bibliography

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

Teaching resources

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

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

Cross-Cultural Studies

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- M. àngels Pinyana Garriga

OBJECTIUS:

This course interrelates cross-cultural communication, language and management skills. It consists of talks by lecturers from the University of Vic about business culture and by intercultural trainers, consultants and visiting lecturers from foreign universities about the business culture of a specific country.

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

- Identificar en la pròpia pràctica la responsabilitat sobre les decisions i informacions en matèria de diversitat cultural, igualtat de gènere i accés universal.
- 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:

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, Hofstede, Trompenaars, and Richard D. Lewis)
- Nationalism and culture.
- Cultural stereotypes
- Culture and verbal and non-verbal interaction
- Language conventions and culture
- Directness and indirectness in cross-cultural communication
- Face

Part 2

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

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

AVALUACIÓ:

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

Besides, students will be asked to write a group assignment (two or three students) on one of the topics dealt with during the course. Students will hand out their written assignment at the end of the course and will carry out a ten-minute oral presentation commenting on the main points of the assignment and the main conclusions. This group assignment will account for a 70% of the final mark. Students will be assessed on their critical insight into the matter and their cultural sensitivity.

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

BIBLIOGRAFIA:

Camerer, Rudi (2012) . *Intercultural competence in business English*: Cornelsen

Manuela Guilherme, Evelyne Glaser and María del Carmen Méndez-García (2010) *The Intercultural dynamics of multicultural working* . Bristol: Multilingual Matters

Bowe, Heather (2007). *Communication across cultures : mutual understanding in a global world*. Cambridge: Cambridge University Press 2007

Lewis, Richard D. (2005) *When cultures collide: leading across cultures*. Boston : Nicholas Brealey Pub.

Trompenaars, Alfons (2004) *Marketing : across cultures*. Chichester : Capstone

Trompenaars, Alfons (2003) *Business across cultures* . Chichester : Capstone, 2003

Gibson, Robert (2002). *Intercultural business communication*. Oxford ; New York : Oxford University Press

Michael Byram, Adam Nichols and David Stevens (Ed.) (2001) *Developing intercultural competence in practice*. Clevedon : Multilingual Matters, cop. 2001

Lewis, Richard D. (2000) *When cultures collide : managing successfully across cultures*. London : Nicholas Brealey, 2000

Trompenaars, Alfons (1997) *Riding the waves of culture : understanding cultural diversity in business*. London : Nicholas Brealey, 1997

Roger E. Axtell (1993) *Do's and taboos around the world*. New York : John Wiley & sons, 1993

Documentary Workshop

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Arnau Oriol Sanchez

OBJECTIUS:

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

- Conèixer com tractar la informació audiovisual de forma didàctica i divulgativa.
- 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 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.

- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.

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 plasmades 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 històrica en el cinema documental. Jean Rouch. (Cronista)
- El patrocini de les empreses industrials i comercials privades. La finalitat promotora en el cinema documental. La companyia Shell i el maccartisme. (Promotor)
- El moviment del free cinema a la Gran Bretanya i el cinema directe nordamericà. La finalitat observadora del cinema documental. Robert Drew, Richard Leacock i Fred Wiseman. (Observador)
- El moviment del cinema vérité a França. la finalitat sociològica en el cinema documental. Jean Rouch, Edgar Morin i Mario Ruspoli. (Agent catalitzador).

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.

Entrepreneurship

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Gérard Martorell Loubière
- Xavier Ferràs Hernández

OBJECTIUS:

- 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 an useful tool to rethink the business, define the business model and asses the business idea.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Comprehend the relevant impact of entrepreneurial activity on economic growth and job creation.
- Learn the essential attributes of an entrepreneur.
- Understand the Entrepreneurship Framework from GEM (Global Entrepreneurship Monitor) to analyse the factors of entrepreneurial activity within a country or region.
- Know the TEA (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity), the main indicator used to assess entrepreneurial activity.
- Recognise entrepreneurship typology, intrapreneurship characteristics and a company's internal creative culture, social entrepreneurship and female entrepreneurship.
- Acquire new concepts and techniques about ideation and creativity to explore new business ideas.
- Know the key elements to design the business model.
- Identify the fundamental of the business plan.
- Elaborate the business plan.
- Learn the fundamental to assess the business plan.

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

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

CONTINGUTS:

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:

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:

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

Global Communication Strategies

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Adria Alsina Leal
- Joan Albert Garcia Moga

OBJECTIUS:

- In this course we will explore the world of advertising the way that we will all experience it in the future: global competition and worldwide markets; technological revolutions; and advertising for brands under very different cultural, regulatory, and competitive conditions.
- Today's marketers search the globe for potential target audiences and often find persons whose culture, values and beliefs are distinctive, and who will as a result, respond quite differently to advertising appeals.
- The challenge in this rapidly changing global marketplace is the need to find information about competitors, consumers, media audiences, accepted cultural practices, and reactions to advertising in locations not familiar and for which our ?customary? sources of information are inadequate at best.
- Issues of ethical and corporate responsibility by multinational advertisers operating in developing and lesser developed nations have raised new concerns about globalization and its varying influences, both positive and negative, on different societies.
- Gaining understanding in cultural difference and risk-assessment are increasingly being demanded of 21st century marketing communicators.
- Multinational advertising and strategic marketing communication organizations hunger for employees who are bi-/tri-lingual. The future demands that communication professionals think strategically and operate responsibility in a global environment.
- It is important to understand the place of advertising in relation to other forms of marketing in our global society in order to ground our business-based understanding of the ad world. We will study advertising as one part of integrated branding. I will provide a balanced coverage of communication tools - advertising, event marketing, personal selling, sales promotion, sponsorship, direct marketing, point-of-purchase, public relations, and Internet communications.

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

- 1) understand the major concepts of global advertising and their importance of global marketing activities in the world;
- 2) examine the current state of global and cross-cultural advertising in terms of its magnitude and the major advertising agencies involved;
- 3) recognize the potential influence of cultural factors on global and cross-cultural advertising;

- 4) distinguish between the ways that advertising agencies function in developed, developing and lesser developed nations;
- 5) identify the issues facing global and cross-cultural managers with respect to setting objectives and budgets, conducting research, selecting and purchasing media, creating and executing advertising messages;
- 6) understand the ethical concerns, regulatory environments, and issues of corporate responsibility raised by the globalization of advertising.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat de prendre decisions.

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).

Global Marketing

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- M. Antònia Pujol Famadas

OBJECTIUS:

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

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

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.

Història del Cinema

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català, Espanyol

PROFESSORAT

- Ana M. Palomo Chinarro

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Coneix la història del cinema
- Relaciona la història del cinema amb la història política, social i econòmica
- Coneix el vocabulari bàsic del llenguatge cinematogràfic
- Comenta de manera crítica un producte cinematogràfic
- Ubica un producte cinematogràfic en el seu context històric

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

- Conèixer els fonaments i les pràctiques habituals dels processos de producció, distribució i recepció de la comunicació audiovisual.

Bàsiques

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

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 escrita, teòrica i pràctica, per avaluar el grau de coneixement general del programa. Aquesta prova tindrà un valor del 40% de la nota final. Si no es supera es podrà recuperar en l'avaluació complementària.

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

BIBLIOGRAFIA:

Bibliografia

- ? 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?. Rialp, Madrid, 1990
- ? BISKIND, P. Sexo, mentiras y Hollywood. Anagrama, Barcelona, 2006
- ? BORDWELL, D.-STAIGER, J.-THOMPSON, K. El cine clásico de Hollywood. Paidós, Barcelona, 1996
- ? CARMONA, R. Cómo se comenta un texto fílmico. Cátedra, Madrid, 1991
- ? CAPARRÓS, J.M. El cine de los años 70. Eunsa, Pamplona 1976
- ? COMA, J.-GUARNER, J.L. Historia del cine americano. Laertes, Barcelona, 1993 (3 Vols.)
- ? COUSINS, M. Historia del cine. Blume, Barcelona, 2005
- ? ELENA, A. Los cines periféricos. Paidós, Barcelona, 1999
- ? GUBERN, R. (1989) Historia del cine. Lumen, Barcelona, 2003
- ? GOMERY, D. Hollywood, el sistema de los estudios. Verdoux, Madrid, 1999
- ? JUNCOSA, X.-ROMAGUERA, J. El cinema. Art i tècnica del segle XX. Pòrtic, Barcelona, 1997.
- ? MONTERDE, J.E.-RIAMBAU, E.-TORREIRO, C. Los nuevos cines europeos, 1955-1970. Lerna,

Barcelona, 1987

- ? QUINTANA, A. El cine italiano, 1942-1961. Paidós, Barcelona, 1997
- ? PASOLINI, P.P.- ROHMER, E. Cine de poesía contra cine de prosa. Anagrama, Barcelona, 1976
- ? PEÑA-ARDID, C. Literatura y cine. Cátedra, Madrid, 1992
- ? PÉREZ, M. Diccionari dels mitjans audiovisuals. Eumo Editorial, Barcelona, 1995
- ? PORTER, M.-GONZÁLEZ, P. Las claves de la Historia del cine. Barcelona, 1986
- ? SADOUL, G. Història del cine mundial. Siglo XXI, Madrid, 1994
- ? SKLOVSKI, V. Cine y lenguaje. Anagrama, Barcelona, 1971
- ? STAM, R. Teorías del cine. Paidós, Barcelona 2001
- ? TAVERNIER, B.-COURSODON, J-P. 50 años de cine norteamericano. Akal, Madrid, 1997
- ? VARIS AUTORS. Historia general del cine. Cátedra, Madrid (12 vols.)

Filmografía

- ? ¿Dónde está la casa de mi amigo? (Kiarostami, 1987)
- ? 2001: Una odisea en el espacio (Kubrick, 1968)
- ? 39 escalones (Hitchcock, 1935)
- ? Aguirre, la cólera de Dios (Herzog, 1972)
- ? Al final de la escapada (Godard, 1964)
- ? Amanecer (Murnau, 1927)
- ? Amarcord (Fellini, 1973)
- ? Anatomía de un asesinato (Preminger, 1959)
- ? Apocalypse Now (Coppola, 1979)
- ? Blade Runner (Scott, 1982)
- ? Blancanieves y los 7 enanitos (Hand, 1937)
- ? Bonnie y Clyde (Penn, 1967)
- ? Breve encuentro (Lean, 1945)
- ? Buda explotó por vergüenza (Makhmalbaf, 2007)
- ? Ciudadano Kane (Welles, 1941)
- ? Cuentos de Tokio (Ozu, 1953)
- ? Deseando amar (Kar-Wai, 2000)
- ? Día de fiesta (Tati, 1948)
- ? El acorazado Potemkin (Eisenstein, 1925)
- ? El año pasado en Marienbad (Resnais, 1961)
- ? El árbol de la vida (Malik, 2011)
- ? El chico (Chaplin, 1921)
- ? El espejo (Tarkovsky, 1974)
- ? El espíritu de la colmena (Erice, 1973)
- ? El gabinete del Dr. Caligari (Wiene, 1919)
- ? El halcón maltés (Huston, 1941)
- ? El hombre de la cámara (Vertov, 1929)
- ? El ladrón de bicicletas (De Sica, 1948)
- ? El luchador (Aronofsky, 2009)
- ? El maquinista de la general (Keaton, 1927)
- ? El nacimiento de una nación (Griffith, 1915)
- ? El Padrino. Parte II (Coppola, 1974)
- ? El último tango en París (Bertolucci, 1972)
- ? El verano de Kikujiro (Kitano, 1999)
- ? Flores rotas (Jarmusch, 2005)
- ? Grupo salvaje (Peckinpah, 1969)
- ? Juan Nadie (Capra, 1941)
- ? L'Atalante (Vigo, 1934)
- ? La cinta blanca (Haneke, 2010)
- ? La diligencia (Ford, 1939)
- ? La fiera de mi niña (Hawks, 1938)
- ? La mirada de Ulises (Angelopoulos, 1995)
- ? La pasión de Juana de Arco (Dreyer, 1928)
- ? La regla del juego (Renoir, 1939)

- ? Metropolis (Lang, 1926)
- ? Mi hermosa lavandería (Frears, 1985)
- ? Million Dollar Baby (Eastwood, 2004)
- ? Mulholland Drive (Lynch, 2001)
- ? No es país para viejos (Ethan i Joel Coen, 2008)
- ? Olympia film (Riefenstahl, 1935)
- ? Ordet (Dreyer, 1955)
- ? París, Texas (Wenders, 1984)
- ? Pather Panchali (Ray, 1955)
- ? Perdición (Wilder, 1944)
- ? Persona (Bergman, 1966)
- ? Pickpocket (Bresson, 1959)
- ? Promesas del este (Cronenberg, 2007)
- ? Pulp Fiction (Tarantino,1994)
- ? Rashomon (Kurosawa, 1950)
- ? Roma, ciudad abierta (Rosellini, 1945)
- ? Rompiendo las olas (Von Trier, 1996)
- ? Sábado noche, domingo mañana (Reisz, 1960)
- ? Sacrificio (Tarkovski, 1986)
- ? Sólo ante el peligro (Zinnemann, 1962)
- ? Sólo el cielo lo sabe (Sirk, 1956)
- ? Taxi Driver (Scorsese, 1976)
- ? Toy Story (Lasseter, 1995)
- ? Un perro andaluz (Buñuel, 1928)
- ? Una noche en la ópera (Wood, 1935)
- ? Uno de los nuestros (Scorsese, 1990)
- ? Up (Docter i Peterson, 2009)
- ? Vértigo (Hitchcock, 1958)
- ? Vidas cruzadas (Altman, 1993)
- ? Viridiana (Buñuel, 1961)

International Affairs

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Anna Rodriguez Casadevall
- Joan Masnou Suriñach

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

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.

COMPETÈNCIES

Generals

- Tenir capacitat de resoldre problemes.

CONTINGUTS:

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

AVALUACIÓ:

- Participation in/ preparation for seminars: 30%
- Presentation 1: 30%
- Written assignments / Presentation 2: 40%

BIBLIOGRAFIA:

Blair, Alasdair: International Politics: An Introductory Guide.

Heywood, Andrew: Global politics.

Lundestad, Geir: East, West, North, South: Major Developments in International Politics since 1945.

Smith, Dan. The State of the World Atlas.

Walt, Stephen: Taming American Power.

Wilkinson, Paul: International Relations. A Very Short Introduction

Introduction to Audiovisual Animation

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Javier Carmona Sánchez

OBJECTIUS:

The students will achieve knowledge of a 3D software as a tool for to model objects and 3D images, create new materials and textures, add lights in a scene and to move objects of this scene. Also to output the animations rendering images or movies.

As well as to achieve the basic principles of the animation and the production of cartoons.

RESULTATS D'APRENTATGE:

Comprèn els fonaments i principis tècnics de l'animació així com els diferents processos de producció

S'expressa amb la tècnica de l'animació, essent capaç de crear pel·lícules animades

Aplica els seus coneixements per la resolució de problemes en àmbits laborals complexes o professionals i especialitzats que requereixen l'ús d'idees creatives i innovadores

Identifica les seves pròpies necessitats formatives i d'organitzar el seu propi aprenentatge amb un alt grau d'autonomia en tot tipus de contextos (estructurats o no).

Resol problemes i situacions pròpies de l'exercici professional amb actituds emprenedores i innovadores

COMPETÈNCIES

Generals

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

CONTINGUTS:

1 ? INTRODUCTION TO DIGITAL ANIMATION COURSE

Introduction to animation - animation styles ? what is animation?

INTRODUCTION TO BLENDER SOFTWARE work space, interface and tools. Working in object mode. Introduction to materials, lamps and renders(outputs)

2 ? MODELLING WITH BLENDER I

Edition mode. Working with vertexs, edges and faces. Modifier:subdivision surface.

ANIMATION WITH BLENDER I

How works. Create keys. Time line. Dope sheet. Graph Editor: slow in and slow out.

3 ? MODELLING WITH BLENDER II

Loops. Subdivisions. Knife. Modifier mirror. Modeling with a image reference

ANIMATION WITH BLENDER II and principles of animation I

Physic laws for the movements ? Timings ? Arches ? Key poses ? working with different cameras.

4 ? MODELLING WITH BLENDER III

Working with Bezier curves ? Working with text ? Covert curves to mesh ? animate curves

ANIMATION WITH BLENDER III

Movement of objects with bones ? overlapping actions ? secondary actions ? cyclic movements

5 ? ANIMATION WITH FLASH I

Introduction to Flash as a animate and deign tool ? How to works with the setups of characters in Flash.

RIGGING I ? SHAPE KEYS

Proprieties and creation of bones - Skinning

6 ? ANIMATION WITH FLASH II

Acting and dialogue with flash

PRODUCTION OF TV CARTOONS: Lluís Viciàna, Director and creator of TV cartoons

will show us how is the production process in animation for TV

7 - ANIMATION WITH FLASH III

Run and walk cycles with Flash

RIGGING II

Building setups with bones

8 ? PITCHING STUDENTS PROJECTS

Each group of students will present their projects: scripts, designs and line art for a low poly short with Blender.

RIGGING III

9 ? BLENDER: LAMPS and MATERIALS

Differents find of lamps ? How works ? creation of materials in Blender render - editor d'imatges.

ANIMATION OF CHARACTERS WITH A RIG_I (Blender)

Posing

10 ? BLENDER: TEXTURES

How to map textures ? How to animate textures

ANIMATION OF CHARACTERS WITH A RIG_II (Blender)

Last days we will work in class with exercises and the final project

Final project: project and animation of a low poly 3D short movie in Blender. During the course we will work on the project process, with a continuous evaluation. This short movie would be individual or group, with a maximum of a 3 students by group.

AVALUACIÓ:

EVALUATION

50% Exercises and work in class

40% Short movie in Blender 3D low poly style

10% Continuous evaluation during the course

BIBLIOGRAFIA:

RECOMMENDED BIBLIOGRAPHY

John Halas y Roger Manvell. La tècnica de los dibujos animados. Ediciones Omega, Barcelona, 1980.

Noël Burch. El tragaluz del infinito. Catedra. Signo e imagen. Madrid, 1995.

Catedra. Historia general del cine, Volumen I. Orígenes del cine. Madrid 1988,2008.

Santos Zunzunegui. Pensar la imagen. Catedra / Universidad Del Pais Vasco.Madrid. 1989,2003.

Sergei Eisenstein. La forma del cine. Siglo Veintiuno Editores.1986,1998.

Frank Thomas and Ollie Johnston. The Illusion of life. Disney Animation. New York,1981.

Shamus Culhane. Animation. From the script to screen. St Martins Griffin. New York, 1988.

Giannalberto Bendazzi. Cartoons. 110 años de Cine de Animación. Ocho Y Medio. Madrid, 2003.

Donald Crafton. Before Mickey. The Animated Film 1898 ? 1928.

The University of chicago Press. 1982

Norman McLaren. On The Creative Process. National Library of Canada. Compiled and edited by Donald McWilliams. National Film Board of Canada, 1991.

Harold Whitaker and John Halas. Timing for animation. Focal Press. London, 1981.

Preston Blair. How to animate filkm cartoons. Walter T. Foster. California, 1990.

Richard Williams. The animator's survival Kit. Faber and Faber Limited. London, 2001

Tony White. The animator's workbook. Phaidon Press. London, 1986,1995.

Tom Sito. Moving Innovation. A History of Computer animation. Massachusetts Institute of Technology. 2013.

Donald Crafton. Emile Cohl, Caricature, and Film. Princeton University Press. 1990

Tony Mullen. Animación de personajes con Blender. ANAYA multimedia. 2008

William Reynish. Learn Character Animation Using Blender. Blender Foundation

Roland Hess. Blender. Ediciones Anaya Multimedia. 2011

Virgilio Vasconcelos. Blender 2,5 Character Animation Cookbook. Packt Publishing Ltd. 2011

Leadership, Business and Society

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- M. Antònia Pujol Famadas

OBJECTIUS:

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

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

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*

Social Media

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Cristina Ylla Parareda
- María Fernández Santiago

OBJECTIUS:

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

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

COMPETÈNCIES

Generals

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

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 Avançat de Ràdio

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Sergi Lluís Solà Saña

OBJECTIUS:

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

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Saber elaborar continguts reals per a una emissora de ràdio.
- Poder realitzar diferents tipus de productes comunicatius i radiofònics des d'una mateixa redacció.
- Saber produir informacions i continguts per a mitjans de comunicació radiofònics, realitzant totes les tasques necessàries, des de la recerca de la informació i la producció fins a la seva presentació.
- Saber entendre el funcionament d'una emissora de ràdio.
- Aprendre a prendre decisions i a liderar equips de treball en el procés de producció.
- Conèixer la gestió de continguts i el procés d'emissió de programes i espais en una emissora de ràdio.

COMPETÈNCIES

Generals

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir habilitats interpersonals.

Específiques

- Conèixer els fonaments teòrics i tecnològics del mitjà radiofònic i el seu llenguatge.
- Conèixer i analitzar de forma crítica les emissores i els programes radiofònics.
- Saber redactar, produir i locutar un espai radiofònic.

CONTINGUTS:

1.- El funcionament d'una emissora de ràdio.

- 1.1.- Organització
- 1.2.- Perfils professionals
- 1.3.- Tasques necessàries

2.- Programes i espais radiofònics.

- 2.1.- Tipus de productes ofertats
- 2.2.- Procés de producció i elaboració dels programes
- 2.3.- Procés d'emissió dels continguts

AVALUACIÓ:

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

BIBLIOGRAFIA:

CEBRIÁN HERREROS, M. La radio en Internet. Madrid: La Crujía, 2008.

? . La radio en la convergència multimedia. Barcelona: Gedisa, 2001.

CORTÉS, C. E. ?La radio digital?. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, 2005, núm. 089, p. 70-77.

O'NEILL, B. Digital Radio in Europe. Technologies, industries and cultures. Bristol; Chicago, 2010.

Taller de Fotoperiodisme

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- Jordi Ribot Puntí

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Assolir els coneixements necessaris per al procés fotogràfic digital.
- Assolir els coneixements necessaris per al procés de postproducció digital de les imatges.
- Assolir tècniques avançades d'il·luminació al plató de fotografia i en exteriors.
- Entendre el procés fotogràfic de realització d'una fotografia, des del plantejament inicial fins a la seva reproducció.
- Presa de consciència dels múltiples gèneres fotogràfics existents al mercat.
- Destresa en l'ús de la càmera.
- Destresa en l'ús de l'instrumental d'il·luminació.

COMPETÈNCIES

Generals

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

- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.

Específiques

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

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 fotografía digital*. Barcelona: Blume, 2001.
- Cotton, Charlotte *The photograph as contemporary art*. London: Thames & Hudson, 2004.
- Eismann, Katrin; Duggan, Seán; Grey, Tim *Fotografía digital*. Madrid: Anaya, 2005.
- Eguizábal, Raúl *Fotografía publicitaria*. Madrid: Cátedra, 2001.
- Evening, Martin *Photoshop CS para fotógrafos*. Madrid: Anaya, 2004.
- Hedgecoe, John *Técnica fotográfica*. Barcelona: Ceac, 1995.
- Hunter, 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

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

PROFESSORAT

- María Francisca Forga Martel

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Obtenir els recursos conceptuals i les tècniques d'escriptura per saber generar idees i saber tractar-les per mantenir l'interès d'una audiència.
- Conèixer la importància dels referents i de la tradició en la creació d'històries.
- Millorar les habilitats de creació d'històries i trames, de preparació de l'estructura i d'escriptura de diàlegs.
- Saber crear un projecte de guió a partir d'un referent cinematogràfic o literari.

COMPETÈNCIES

Generals

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

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 duren 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: Trípodas, 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.

Television Advert Workshop

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Marc Compte Pujol

OBJECTIUS:

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

En primer lloc, es vol dotar a l'alumne d'uns coneixements mínims per tal d'entendre i qüestionar les necessitats comunicatives d'un anunciant en el context audiovisual.

En segon lloc, es busca que l'alumne sigui capaç de proposar les millors solucions estratègiques i creatives a les necessitats comunicatives de l'anunciant, així com saber-les defensar en públic.

Finalment, es pretén oferir els coneixements bàsics del llenguatge i la tècnica audiovisuals per tal que els alumnes produeixin, de principi a fi, un producte audiovisual publicitari o de RP.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Capacitar l'alumnat en la conceptualització, producció i realització d'anuncis televisius.

COMPETÈNCIES

Generals

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

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 capacitat per crear i dirigir la posada en escena integral de produccions audiovisuals o multimèdia.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.

CONTINGUTS:

1. Introducció a la indústria de l'audiovisual publicitari.
2. Investigació i estratègia en la creació d'un anunci publicitari.
3. El procés creatiu d'un anunci publicitari.
4. La pre-producció audiovisual d'un anunci publicitari.
5. La producció audiovisual d'un anunci publicitari.
6. La postproducció audiovisual d'un anunci publicitari.

AVALUACIÓ:

? S'avaluaran un total de 12 activitats al llarg del curs, un 50% en grup i un 50% individuals. Els percentatges de cada activitat es comunicaran a l'alumne el primer dia de curs i estaran penjats a l'Aula Virtual.

? Les pràctiques entregades fora del període establert podran aspirar com a màxim a un 5 sobre 10 en la nota d'aquella pràctica.

? Caldrà presentar tots els exercicis per tal de ser avaluat, entenent que tots ells són parts fonamentals i acumulatives d'un mateix "projecte final".

? Amb l'encàrrec de cada activitat es facilitarà a l'alumne quins seran els aspectes concrets a avaluar (continguts, estructura, etc.).

? Mesures de recuperació: L'estudiant que no aprovi l'assignatura haurà de fer, ell tot sol: 1) una elecció de producte, servei o marca; 2) un briefing del mateix; 3) una proposta creativa plasmada en guió i storyboard; 4) la realització i muntatge de la peça AV publicitària o de RP; i 5) la redacció d'una memòria on es detallin i justifiquin totes les decisions estratègiques i creatives dutes a terme al llarg de tot el procés.

? Prova única de competències: L'alumne que cregui que ja té els coneixements i competències que nodreix l'assignatura podrà presentar-se a una prova única de competències que consistirà en el lliurament d'una peça audiovisual publicitària o de RP realitzada amb anterioritat, juntament amb un document de memòria on es detalli les seves funcions dins del global de la peça així com totes les decisions estratègiques i creatives dutes a terme. Caldrà demostrar que l'alumne és autor o coautor de la peça per tal de ser aprovat. Per sol·licitar aquest reconeixement s'haurà de comunicar al professor durant els primers 15 dies des de l'inici de curs.

BIBLIOGRAFIA:

Bibliografia bàsica:

? GARCÍA-CLAIRAC, Santiago (2005). Realización de spots publicitarios. Córdoba: Almuzara.

? GARCÍA GUARDIA, M^a Luisa & MENÉNDEZ HEVIA, Tania (2007). Fundamentos de la realización publicitaria. Madrid: Fragua.

? SOLANA, Daniel (2010). Postpublicidad: Reflexiones sobre una nueva cultura publicitaria en la era digital. Barcelona: DoubleYou.

Bibliografia complementària:

? BAÑOS GONZÁLEZ, Miguel (2001). Creatividad y publicidad. Madrid: Laberinto.

? BORDWELL, David & THOMPSON, Kristin (1995). El arte cinematográfico. Barcelona: Paidós.

? CANO PLÁ, Luis María (2007). El poder del ingenio: Estrategias creativas de éxito en marketing y publicidad. Madrid: Centro de Estudios Financieros

? DEL TORO, Juan Manuel & RAMAS, Santiago (2000). Mejorar la Eficacia de la Publicidad. Barcelona: Gestión 2000.

? FARRAN TEIXIDÓ, Eduard (2010). Des de la trinxera: Manual de supervivència en Creativitat Publicitària. Barcelona: UOC.

? FARRÉ COMA, Jordi & FERNÁNDEZ CAVIA, Josep (2005). "La publicitat no convencional a la televisió generalista". Quaderns del CAC, N° 22 pp. 3-19.

? FERNÁNDEZ CAVIA, Josep (2005). "Els formats no convencionals i la transformació del negoci publicitari a la televisió". Quaderns del CAC, N° 22, pp. 21-34.

? LÓPEZ, Antía (1998). La publicidad en televisión: Rasgos del spot contemporáneo. Salamanca: Caja España.

? LÓPEZ VÁZQUEZ, Belén (2007). Publicidad emocional: Estrategias creativas. Madrid: ESIC.

? McDOWELL, Walter & BATTEN, Alan (2005). Branding TV: Principles & Practices. Oxford: Elsevier.

? MCKEE, Robert (2003). El guión: Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones. Barcelona: Alba, 2ª ed.

? MEDINA LABERÓN, Mercedes (1998). Valoración publicitaria de los programas de televisión. Pamplona: EUNSA.

? MONTAÑÉS, Fernando (2015). Una historia de la publicidad y el consumidor en España: 50 años de Anunciantes. Madrid: Asociación Española de Anunciantes.

? MOST, Jacob (1995). Así se crean anuncios publicitarios. Barcelona: Rosaljai.

? NAVARRO GUTIÉRREZ, Carlos (2006). Creatividad publicitaria eficaz. Madrid: ESIC.

? ORTEGA MARTÍNEZ, Enrique (1992). La publicidad en televisión. Madrid: Delphi & EAP.

? RÀFOLS, Rafael & COLOMER, Antoni (2003). Diseño audiovisual. Barcelona: Gustavo Gili.

? REINARES LARA, Eva Marina & REINARES LARA, Pedro J. (2003). Fundamentos básicos de la gestión publicitaria en televisión. Madrid: ESIC.

? RUIZ COLLANTES, F. Xavier (2000). Retórica creativa: Programas de ideación publicitaria. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

? RIES, Al & TROUT, Jack (2007). Posicionamiento: la batalla por su mente. México: McGraw-Hill Interamericana, 2ª ed.

? SABORIT, Jose (1988). La imagen publicitaria en televisión. Madrid: Cátedra.

? SEGARRA, Toni (2009). Desde el otro lado del escaparate. Madrid: Espasa.

Video Workshop

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

PROFESSORAT

- Joana Colomar Palazón

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.

RESULTATS D'APRENTATGE:

- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat per 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.
- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents gèneres.
- Saber realitzar la 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.

COMPETÈNCIES

Generals

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

Específiques

- Conèixer com tractar la informació audiovisual de forma didàctica i divulgativa.
- 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 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.
- Tenir capacitat per crear i dirigir la posada en escena integral de produccions audiovisuals o multimèdia.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció audiovisual.

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