

Codi: 20713

LLENGUA ESPANYOLA I**Fitxa de l'assignatura****Identificació**

- | | |
|---|---|
| 1. Nom de l'assignatura: Llengua Espanyola I | |
| 2. Àrea: Filologia Espanyola | Titulació: Publicitat i Relacions Públiques |
| 3. Tipus Troncal X | Obligatòria Optativa |
| 4. Crèdits (ECTS) 3 | |

Descripció

- Finalitats / propòsits de la formació: Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu per tal d'obtenir textos originals i de qualitat des del punt de vista gramatical.

- Mòduls, blocs, temes o apartats:

Tema 1. El lèxic. Lexicografia i eines lexicogràfiques per a professionals de la comunicació. Els llibres d'estil.

Tema 2. La distribució de la informació. Tema i rema. Ordre de paraules. L'ambigüitat. Puntuació i interpretació del text.

Tema 3. La retòrica de l'anunci. Figures retòriques i construcció de l'anunci.

Tema 4. Relacions sintàctiques oracionals. Constituents oracionals i funcions sintàctiques. Problemes en la construcció d'enunciats: concordança, transitivitat i règim verbal.

Tema 5. El paràgraf. Definició, classes i estructura del paràgraf

Tema 6. Els connectors del text: Classificació segons criteris gramaticals i segons el seu significat.

- Bibliografia comentada:

BOSQUE, I y V. DEMONTE (2000): *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid: Espasa-Calpe. Constitueix una gramàtica molt completa per la consulta dels diferents problemes gramaticals. En el volum I es caracteritzen les classes de paraules des del punt de vista sintàctic; el volum II tracta sobre les relacions sintàctiques oracionals i les temporals, aspectuals i modals. Finalment, en el volum III es descriuen les relacions discursives i algunes qüestions morfològiques.

BUSTOS GISBERT, JM (1996) *La construcción de textos en español*, Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, Manuales Universitarios, 62. És un manual que proporciona a l'alumne els mecanismes per presentar la informació jerarquizada indicant quines són les idees principals i quines les secundàries. D'aquesta manera, es dona importància no tan sols a la coherència global (sentit general), sinó també a la coherència lineal (cadascú dels paràgrafs): la informació nova (rema) es va relacionant amb la informació coneguda (tema) seguint un ordre lògic.

GÓMEZ TORREGO, L. (2002): *Nuevo manual del español correcto*, Madrid: Arco/libros. Consta de dos volums: el primer tracta de aspectes tals com l'accentuació,

la puntuació, l'ortografia, la pronunciació, el lèxic i l'estil, mentre que el segon sistematitza els problemes de morfologia i sintaxi més freqüents en espanyol. Aquesta obra és interessant pel alumne, ja que recull els errors més comuns en l'ús de l'espanyol.

MONTOLIO E. (2000) (coord.) *Manual práctico de escritura académica*, Barcelona, Ariel. Aquest manual està compost de tres volums en els que s'exposen les diferents estratègies i mecanismes lingüístics per a elaborar paràgrafs que tinguin coherència i cohesió.

4. Referències per estructurar el treball de l'alumne

Del Caño, A. (1999) "Las figuras retóricas" en Alcoba, S. (coord.) *La oralización*, Barcelona: Ariel

Ferraz Martínez, A.(1995) *El lenguaje de la publicidad*, Madrid: Arco Libros.

Montara Garavelli, B.(1991) *Manual de retórica*, Madrid: Cátedra.

5. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
Comunicació	Aplicar els coneixements lingüístics per reconèixer els problemes gramaticals en la pròpia ària.
Desenvolupament de l'autoaprenentatge	Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu per tal d'obtenir textos originals i de qualitat des del punt de vista gramatical
Científic	Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, diagnosticar, imaginar, organitzar, demostrar i validar les diverses situacions específiques del camp de coneixement corresponent a la publicitat i les relacions públiques.
Artístic i de la creativitat	Aplicar el pensament creatiu com a font de millora de l'entorn mitjançant el coneixement dels procediments de creació de noves paraules

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Tema 1	15%	Informe sobre les eines lexicogràfiques i materials de consulta en línia adequats per a professionals de la publicitat
Tema 2	15%	Resolució d'exercicis per tal que l'alumne demostrï la capacitat d'ordenar la informació en entorns publicitaris, d'acord amb diferents finalitats discursives

Tema 3	15%	Anàlisi d'anuncis publicitaris tenint en compte les figures retòriques
Tema 4	15%	Cerca d'enunciats publicitaris que no estiguin ben construïts des del punt de vista gramatical, però que constitueixin un procediment per atraure l'atenció de l'usuari. Anàlisi dels recursos gramaticals i estilístics
Tema 5	20%	Anàlisi de diferents texts trobats a campanyes de marketing de productes i serveis publicitaris. S'ha d'identificar el tipus de paràgraf que es fa servir i determinar les característiques gramaticals en cada cas.
Tema 6	20%	Resolució d'exercicis sobre les errades més freqüents en l'ús de diferents connectors d'acord amb el seu significat, trobats a campanyes de marketing de productes i serveis

Plantilla de l'assignatura (model de continguts qualitatiu, complementa a la general d'assignatura)

Contingut per blocs temàtics	Competències escollides	Objectius en relació a la competència	Activitats docents (veure fitxes)			Hores destinades		Activitats d'Avaluació (veure descriptor)
			Presencials	Dirigides	Autònomes	Professor	Alumne	

El lèxic. Lexicografia i eines lexicogràfiques per a professionals de la comunicació. Els llibres d'estil.	Comunicació Científic Artístic i de la creativitat	Utilitzar Internet de forma fluïda com a eina de treball per trobar materials digitalitzats que ens ajudi a resoldre els dubtes de l'expressió escrita de les idees Conèixer en profunditat les eines lexicogràfiques per a resoldre problemes de comunicació persuasiva. Aplicar el pensament creatiu com a font de millora de l'entorn mitjançant el coneixement dels procediments de creació de noves paraules. Utilitzar les tecnologies avançades pel normal desenvolupament de l'expressió	Exposició per part del professor sobre el continguts teòrics i formació de paraules	Exercicis per tal que l'alumne demostrï la seva capacitat de classificar les paraules segons la seva estructura i el seu origen per tal que es puguin utilitzar aquests procediments a la formació de noves paraules relacionades amb publicitat	Anar a la biblioteca per comparar el tipus d'informació que poden trobar en diferents manuals: diccionaris, gramàtiques Consulta d'adreces online i el tipus d'informació que necessita un professional en publicitat i relacions públiques	9	12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
--	--	--	---	--	---	---	----	---------------------

La distribució de la informació. Tema i rema. Ordre de paraules. L'ambigüitat. Puntuació i interpretació del text.	Científic Artístic i de la creativitat Comunicació	Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, diagnosticar, imaginar, organitzar, demostrar i validar les diverses situacions específiques del camp de coneixement corresponent a la publicitat i les relacions públiques. Saber quina importància té l'ordre de paraules i la puntuació per la publicitat a la llengua escrita	Exposició per part del professor sobre el continguts teòrics.	Exercicis per tal que l'alumne demostrï la capacitat d'ordenar la informació en entorns publicitaris, d'acord amb finalitats discursives. Proposta d'exercicis on es puguin modificar l'ordre de paraules per aconseguir diferents recursos publicitaris		9	11	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
--	--	---	---	---	--	---	----	---------------------

La retòrica de l'anunci. Figures retòriques i construcció de l'anunci.	Artístic i de la creativitat	Practicar els procediments de focalització del discurs escrit i les diferents figures retòriques com a font de recurs per generar idees a la publicitat i per persuadir al lector.	Exposició per part del professor sobre el continguts teòrics.	Exercicis per observar els recursos que es fan servir a la publicitat en llengua oral i en llengua escrita.	Comparació dels recursos que es fan servir a la publicitat en llengua oral i en llengua escrita. Cerca de diferents recursos retòrics utilitzats en publicitat als mitjans de comunicació	8	10	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
--	------------------------------	--	---	---	--	---	----	---------------------

Relacions sintàctiques oracionals. Constituents oracionals i funcions sintàctiques. Problemes en la construcció d'enunciats: concordança, transitivitat i règim verbal.	Científic Comunicació Artístic i de la creativitat Tecnològic Desenvolupament de l'autoaprenentatge	Aplicar els coneixements lingüístics per reconèixer els problemes gramaticals en la pròpia ària. Analitzar i sintetitzar la informació de transmissió escrita de manera que la redacció dels textos sigui adequada Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu per tal d'obtenir textos originals i de qualitat des del punt de vista gramatical Utilitzar les tecnologies avançades pel normal desenvolupament de l'expressió	Exposició per part del professor sobre el continguts teòrics.	Identificació d'enunciats publicitaris que no estiguin ben construïts des del punt de vista gramatical, però que constitueixin un procediment per atraure l'atenció de l'usuari. Exercicis que il·lustrin el funcionament de la concordança en enunciats publicitaris	Cerca de enunciats publicitaris on s'il·lustrin els problemes de transitivitat i règim verbal	9	12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
--	--	--	--	---	--	---	----	---------------------

El paràgraf. Definició, classes i estructura del paràgraf Els connectors del text: Classificació segons criteris gramaticals i segons el seu significat.	Científic Artístic i de la Creativitat Tecnològic Valors estètics	Conèixer en profunditat els tipus de paràgrafs i els connectors per tal de donar una organització coherent al text i tenir cura de la forma del missatge Mostrar un pensament estratègic en l'expressió escrita de les idees Posar a la pràctica els coneixements teòrics.	Exposició per part del professor sobre el continguts teòrics	Exercicis de construcció i resolució de les errades més freqüents en l'ús dels diferents paràgrafs i connectors, trobats a campanyes de marketing de productes i serveis	Anàlisi de diferents texts publicitaris per identificar el tipus de paràgraf i els connectors que es fan servir i per determinar les característiques gramaticals en cada cas.	18	30	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
--	---	---	---	---	---	----	----	---------------------

Fitxa d'activitat docent

1. Informació respecte l'assignatura

- Títol: *Comparació dels recursos que es fan servir a la publicitat en llengua oral i en llengua escrita.*
- Tema, mòdul o unitat: *Tema 3. La retòrica de l'anunci. Figures retòriques i construcció de l'anunci.*
- Nom de l'activitat: *Figures retòriques en publicitat.*

2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat: l'activitat consisteix en analitzar les figures retòriques que es fan servir en publicitat tant en mitjans de comunicació orals com a escrits per tal que l'alumne sigui capaç de familiaritzar-se amb aquestes figures i les sàpiga fer servir quan construeixi enunciats publicitaris.

2. Metodologia: *Individual*

grup al X

3. Tipus de recursos necessaris

o Documentació

Les referències bibliogràfiques indicades pel professor

o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals)

Gravar anuncis publicitaris dels mitjans de comunicació orals: ràdio, televisió

o Sortides de camp _____

o Altres _____

4. Període i dates de presentació: Després del període de vacances de Setmana Santa

Avaluació: Exposició oral i presentació de treball

Pes:¹ 15%

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²

1. Artístic i de la creativitat

¹ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

² Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

Objectius en relació a les competències.

Definir la prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades.

- A Conèixer les figures retòriques emprades en publicitat
- B Practicar les diferents figures retòriques com a font de recurs per generar idees a la publicitat i per persuadir al possible usuari.

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència).

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Artístic i de la creativitat	Si l'alumne reconeix les figures retòriques i les fa servir amb propietat.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	2	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	1	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	2	
▪ Avaluació	2	
▪ Coordinació entre professors	1	

Hores d'aula

▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	30 m.	
▪ Classes dirigides	1 h 30 m.	
▪ Tutories individual/grupal	1h	
▪ Exposició final	2 h	
▪ Debat / Seminari	30 m.	

Hores de treball dels alumnes

▪ Recerca d'informació	2 h	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	1 h.	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	3 h.	
▪ Preparar l'avaluació	1 h.	
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfoli o carpeta de l'alumne.		

Activitats d'Avaluació

▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa	2 h.	
--	------	--

³ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

intergrupals)

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat: