

**Fitxa de l'assignatura.  
Daniel Tena**

**Identificació**

1. Nom de l'assignatura **Sistemes i Formes de Comunicació Empresarial**
2. Àrea CAP Publicitat i Relacions Públiques  
Titulació Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus *Troncal* *Obligatòria* *Optativa X*
4. Crèdits (ECTS)

**Descripció**

1. Finalitats / propòsits de la formació :

1/ Entender la comunicació corporativa como una manifestación global de las organizaciones (empresas o instituciones).

2/ Comprender la comunicació corporativa como un proceso de comunicación complejo.

3/ Identificar los sistemas y formas de comunicación corporativa utilizadas por las organizaciones.

4/ Anàlisis de les múltiples formes de comunicació empresarial

2. Mòduls, blocs, temes o apartats:

1. tema 1 Teoria General de Sistemes en la Comunicació Empresarial
  - Bloc 1 Aplicació general de la Teoria de sistemes
  - Bloc 2 Aplicació específica de la Teoria de sistemes
2. tema 2 Les formes de Comunicació Empresarial
  - Bloc 1 Formes analògiques
  - Bloc 2 Formes digitals

3. Bibliografia comentada:

Johson Steven (2003) Sistemas emergentes. Turner Fondo de Cultura Económica. México D. F.

Varona, Federico ( ). El círculo de la Comunicación. Netbiolo. La Coruña.

Andrade, Horacio ( ). Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica. Netbiolo. La Coruña.

Castro, José y otros ( ). Comunica. Lecturas de comunicación organizacional. Netbiolo. La Coruña.

Salvador, Juan (coordinador) (2005) Reestructuras del sistema publicitario. Ariel. Barcelona

(2006) Manual de las RRPP, comunicación y publicidad. Colección Management Deusto.

(2006) Estrategias de la cartera de marcas. Colección Management Deusto.

(2006) Ideas sobre estrategia. Colección Management Deusto.

#### 4. Referències per estructurar el treball de l'alumne

- o Guia de l'estudiant, Guions de treball.

#### 5. Competències a desenvolupar

<b>Competència</b>	<b>Indicador específic de la competència</b>
<p>Anàlisis i síntesis</p> <p>Operar amb rigor científic</p>	<p>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.</p> <p>Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).</p> <p>Analitzar i sintetitzar la informació.</p> <p>Validar i verificar les idees, formes i conceptes.</p>
<p>Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques</p>	<p>Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.</p> <p>Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.</p> <p>Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.</p>
<p>Desenvolupar sensibilitat estètica</p>	<p>Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària i de les relacions públiques.</p>

#### Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
1. Tema 1/Blocs 1, 2	25 % de la nota	<p>Contextualització del fenomen comunicatiu a l'empresa i la manera de fer un anàlisis comunicatiu.</p> <p>Treball en grup dels blocs 1 i 2: 20 % de la nota de curs</p> <p>Treball individual: 5 % de la nota de curs</p>
2. Tema 27 Blocs 1, 2	75% de la nota	<p>Estudi de les formes de comunicació a les empreses i institucions.</p> <p>Treball en grup bloc 1: 25 % de la nota de curs</p> <p>Treball en grup bloc 2: 25 % de la nota de curs</p> <p>Treball individual: 25% de la nota de curs</p>

--	--	--



### 1. Informació respecte l'assignatura

- Títol **SISTEMES EN COMUNICACIÓ**
- Tema, mòdul o unitat Tema 1 (blocs 1 i 2)
- Nom de l'activitat **Indicis de sistemes en la comunicació empresarial**

### 2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat:

1. Identificar la comunicació empresarial com un sistema estructurat en variables, l'eficiència de les quals ha de significar el bon posicionament de l'organització en el seu entorn.
2. Establir el procediment d'anàlisi de les formes de comunicació en les organitzacions.

- Metodologia: *Individual X* *grupal X*
  - 2. Tipus de recursos necessaris
    - Documentació en el campus i bibliografia específica
    - Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) exemples
    - Sortides de camp (treball l'objecte d'estudi proposat)
  - 3. Període i dates de presentació: Segons la guia de l'assignatura
  - 4. Avaluació: Entrega dels materials
- Pes:<sup>1</sup> 20%

### 3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)<sup>2</sup>

- Anàlisi i síntesis
- Operar amb rigor científic
- Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques
- Desenvolupar sensibilitat estètica

---

<sup>1</sup> Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

<sup>2</sup> 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 .*

1. 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.
2. Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).
3. Analitzar i sintetitzar la informació.
4. Validar i verificar les idees, formes i conceptes.
5. Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.
6. Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.
6. Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.
7. Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària i de les relacions públiques

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

<b>competència</b>	<b>Indicadors o descriptors de la competència</b>
Anàlisis i síntesis  Operar amb rigor científic	<p>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.</p> <p>Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).</p> <p>Analitzar i sintetitzar la informació.</p> <p>Validar i verificar les idees, formes i conceptes.</p>
Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques	<p>Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.</p> <p>Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.</p> <p>Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.</p>

**6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat<sup>3</sup>**

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

<b>Hores de preparació (professor)</b>	<b>t. estimat</b>	<b>t. validat</b>
▪ Buscar o idear la pràctica	10	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	5	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	10	
▪ Avaluació	5	
▪ Coordinació entre professors		
<b>Hores d'aula</b>		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	6	
▪ Tutories idividual/grupal	2	
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
<b>Hores de treball dels alumnes</b>		
▪ Recerca d'informació	5	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	10	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació	1	
▪ Elaborar el porfolio o carpeta de l'alumne.	1	
<b>Activitats d'Avaluació</b>		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupala)		

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

**X** Molt

Força

Poc

Gens

**Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:**

Aquesta activitat permet realitzar a l'alumne les següents

### 1. Informació respecte l'assignatura

- Títol **FORMES EN COMUNICACIÓ**
- Tema, mòdul o unitat Tema 2 (bloc 1)
- Nom de l'activitat **Formes Analògiques**

### 2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat:

1. Analitzar les formes utilitzades per les organitzacions per comunicar

- Metodologia: *Individual X* *grupal X*

5. Tipus de recursos necessaris

- Documentació en el campus i bibliografia específica
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) exemples
- Sortides de camp (treball l'objecte d'estudi proposat)

6. Període i dates de presentació: Segons la guia de l'assignatura

7. Avaluació: Entrega dels materials

Pes:<sup>4</sup> 25%

**3. Distribució de Competències a desenvolupar** (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)<sup>5</sup>

- Anàlisis i síntesis
- Operar amb rigor científic
- Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques
- Desenvolupar sensibilitat estètica

**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 .*

<sup>4</sup> Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

<sup>5</sup> Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.



1. 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.
2. Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).
3. Analitzar i sintetitzar la informació.
4. Validar i verificar les idees, formes i conceptes.
5. Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.
6. Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.
7. Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.

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

<b>competència</b>	<b>Indicadors o descriptors de la competència</b>
Anàlisi i síntesis Operar amb rigor científic	<p>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.</p> <p>Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).</p> <p>Analitzar i sintetitzar la informació.</p> <p>Validar i verificar les idees, formes i conceptes.</p>
Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques	<p>Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.</p> <p>Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.</p> <p>Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.</p>
Desenvolupar sensibilitat estètica	Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària i de les relacions públiques.

**6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat<sup>6</sup>**

<b>Hores de preparació (professor)</b>	<b>t. estimat</b>	<b>t. validat</b>
▪ Buscar o idear la pràctica	10	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	5	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	10	

<sup>6</sup> Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

▪ Avaluació	5	
▪ Coordinació entre professors		
<b>Hores d'aula</b>		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	6	
▪ Tutories individual/grupal	2	
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
<b>Hores de treball dels alumnes</b>		
▪ Recerca d'informació	5	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	10	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació	1	
▪ Elaborar el porfolio o carpeta de l'alumne.	1	
<b>Activitats d'Avaluació</b>		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupala)		

**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:***

Aquesta activitat permet realitzar a l'alumne les següents

**1. Informació respecte l'assignatura**

- Títol **FORMES EN COMUNICACIÓ**
- Tema, mòdul o unitat Tema 2 (bloc 2)
- Nom de l'activitat **Formes Digitals**

**2. Descripció de l'activitat**

Explicació i objectius de l'activitat:

1. Analitzar les formes utilitzades per les organitzacions per comunicar

- Metodologia: *Individual X* *grupal X*

8. Tipus de recursos necessaris

- Documentació en el campus i bibliografia específica
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) exemples
- Sortides de camp (treball l'objecte d'estudi proposat)

9. Període i dates de presentació: Segons la guia de l'assignatura

10. Avaluació: Entrega dels materials

Pes:<sup>7</sup> 25%

**3. Distribució de Competències a desenvolupar** (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)<sup>8</sup>

- Anàlisis i síntesis
- Operar amb rigor científic
- Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques
- Desenvolupar sensibilitat estètica

**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 .*

<sup>7</sup> Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

<sup>8</sup> Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

1. 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.
2. Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).
3. Analitzar i sintetitzar la informació.
4. Validar i verificar les idees, formes i conceptes.
5. Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.
6. Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.
7. Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.

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

<b>competència</b>	<b>Indicadors o descriptors de la competència</b>
Anàlisis i síntesis Operar amb rigor científic	<p>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.</p> <p>Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).</p> <p>Analitzar i sintetitzar la informació.</p> <p>Validar i verificar les idees, formes i conceptes.</p>
Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques	<p>Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.</p> <p>Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.</p> <p>Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.</p>
Desenvolupar sensibilitat estètica	Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària i de les relacions públiques.

**6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat<sup>9</sup>**

<b>Hores de preparació (professor)</b>	<b>t. estimat</b>	<b>t. validat</b>
▪ Buscar o idear la pràctica	10	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	5	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	10	

<sup>9</sup> **Crèdits ECTS:** (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

▪ Avaluació	5	
▪ Coordinació entre professors		
<b>Hores d'aula</b>		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	6	
▪ Tutories individual/grupal	2	
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
<b>Hores de treball dels alumnes</b>		
▪ Recerca d'informació	5	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	10	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació	1	
▪ Elaborar el porfolio o carpeta de l'alumne.	1	
<b>Activitats d'Avaluació</b>		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupala)		

**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:***

Aquesta activitat permet realitzar a l'alumne les següents

### 1. Informació respecte l'assignatura

- Títol **FORMES EN COMUNICACIÓ**
- Tema, mòdul o unitat Temes 1 i 2
- Nom de l'activitat **Sistemes i Formes de Comunicació Empresarial**

### 2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat:

1. Entender la comunicació corporativa como una manifestación global de las organizaciones (empresas o instituciones).

2/ Comprender la comunicació corporativa como un proceso de comunicación complejo.

3/ Identificar los sistemas y formas de comunicación corporativa utilizadas por las organizaciones.

4/ Anàlisis de les múltiples formes de comunicació empresarial

- Metodologia: *Individual* **X** *grupal*

11. Tipus de recursos necessaris

- Documentació en el campus i bibliografia específica i activitats 1, 2 i 3.
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) exemples

12. Període i dates de presentació: Segons la guia de l'assignatura

13. Avaluació: Entrega dels materials

Pes:<sup>10</sup> 30 %

**3. Distribució de Competències a desenvolupar** (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)<sup>11</sup>

- Anàlisis i síntesis
- Operar amb rigor científic
- Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques
- Desenvolupar sensibilitat estètica

---

<sup>10</sup> Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

<sup>11</sup> 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 .*

1. 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.
2. Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats,etc).
3. Analitzar i sintetitzar la informació.
4. Validar i verificar les idees, formes i conceptes.
5. Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.
6. Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.
7. Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.

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

<b>competència</b>	<b>Indicadors o descriptors de la competència</b>
Anàlisis i síntesis  Operar amb rigor científic	<p>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.</p> <p>Aplicar la metodologia científica d'investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats,etc).</p> <p>Analitzar i sintetitzar la informació.</p> <p>Validar i verificar les idees, formes i conceptes.</p>
Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques	<p>Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.</p> <p>Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.</p> <p>Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.</p>
Desenvolupar sensibilitat estètica	Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària i de les relacions públiques.

## 6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat<sup>12</sup>

	t. estimat	t. validat
<b>Hores de preparació (professor)</b>		
▪ Buscar o idear la pràctica	10	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	5	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	10	
▪ Avaluació	5	
▪ Coordinació entre professors		
<b>Hores d'aula</b>		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	6	
▪ Tutories idividual/grupal	2	
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
<b>Hores de treball dels alumnes</b>		
▪ Recerca d'informació	5	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	10	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació	1	
▪ Elaborar el porfolio o carpeta de l'alumne.	1	
<b>Activitats d'Avaluació</b>		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupal)		

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

X Molt

Força

Poc

Gens

**Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:**

Aquesta activitat ha de significar la demostració per part de l'alumne del domini de la matèria objecte d'aquesta assignatura.

<sup>12</sup> Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)