

Fitxa de l'assignatura.

Codi: 20709

Identificació

1. Nom de l'assignatura **Semiòtica de la Comunicació de Masses**
2. Àrea **Teories de la Comunicació**
Titulació **Periodisme i Ciències de la Comunicació**
3. Tipus *Troncal* *Obligatòria* *Optativa X*
4. Crèdits (ECTS) **4**

Descripció

1. Finalitats / propòsits de la formació :

- Aquest curs té un caràcter teòric i metodològic
- Es dirigeix a facilitar als alumnes la base conceptual i els instruments necessaris per a analitzar els discursos publicitaris i les estratègies subjacents als processos comunicatius de la publicitat i de les relacions públiques.
- Els diferents punts del programa s'articulen en torn a algunes de les principals aportacions de la semiòtica i del anàlisi del discurs.
- La matèria s'exposa sempre a partir de nombrosos exemples procedents dels discursos socials més adients a les característiques de la llicenciatura .

2. Mòduls, blocs, temes o apartats:

1) Fonaments i aplicacions del estructuralisme

- 1.1.Semiologia, Semiòtica, significació i comunicació
- 1.2.Conceptes claus de la semiòtica estructuralista
- 1.3.Aplicacions de semiòtica estructuralista
- 1.4.Del signe i el codi al text, la història i el discurs

2) L'anàlisi del relat

- 2.1. El formalisme rus i l'estudi científic del relat
- 2.2. *La Morfologia del conte* de Vladimir Propp
- 2.3. Roland Barthes (I): l'anàlisi estructural del relat
- 2.4. Roland Barthes (II): de les *mitologies* del consum a la *retòrica* de la publicitat

3) L'anàlisi del discurs

- 3.1. Estructura de la enunciació
- 3.2. El recorregut generatiu del sentit i la teoria de la narrativitat de A. J. Greimas
- 3.3. Exemples de semiòtica estructuralista aplicada a la publicitat i les relacions públiques
- 3.4. *Realisme / realitat, verosimilitut / veritat, objectivització / subjectivització* dels discursos socials

4) El procés d'interpretació

- 4.1. Els fonaments de la semiòtica interpretativa
- 4.2.La teoria de la interpretació de Umberto Eco
- 4.3.El *target* com a intèrpret

4.4. El món possible dels discursos socials

3. Bibliografia comentada:

Bibliografia tema 1:

SAUSSURE, Ferdinand de, *Curs de lingüística general* (1916). Es tracta d'un llibre de consulta, però es recomana la lectura de la introducció crítica de qualsevol edició del mateix com a introducció al estructuralisme (preferentment l'italiana, a càrrec de Tullio di Mauro).

BARTHES, Roland (1967), "Elementos de semiología", en *La aventura semiótica*, Barcelona, Paidós, 1993. La interpretació barthesiana de Saussure es molt útil per comprendre el conjunt de la proposta estructuralista, a la llum dels conceptes que Barthes modifica o afegeix. També hi ha els primers intents d'aplicació de la semiologia fora de les llengües naturals.

COURTÉS, Josep (1991), *Análisis semiótico del discurso*, Madrid, Gredos, 1997 (capítol 1). El primer capítol sintetitza els fonaments de la semiòtica estructuralista.

CHATMAN, Seymour (1978), "Introducción", en *Historia y discurso*, Madrid, Taurus, 1990. Aplicació dels principis estructuralistes al anàlisi audio-visual.

Bibliografía tema 2:

BARTHES, Roland, "Introducción al análisis estructural del relato" (1966), en *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1993. Proposta d'anàlisi estructuralista de Barthes a partir de la síntesi formalista que realitza.

_____ *Mitologías* (1957), Madrid, Siglo XXI, 1988 (el capítol titulat "El mito hoy"). "Semántica del objeto", en *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1993. "El mensaje publicitario", en *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1993. Conjunt de escrits que recullen la reflexió i l'anàlisi barthesiana de la publicitat.

PROPP, Vladimir, *La morfología del cuento* (1928), Madrid, Fundamentos, 1985. Llibre de consulta. Es tracta d'una de les obres que més han influenciat la semiòtica estructuralista.

TOMASEVSKIJ, Boris, "La construcción de la trama" (1928), en Tzvetan Todorov, *Teoría de la literatura*, Buenos Aires, Signos, 1970. Altres conceptes formalistes claus d'anàlisi textual.

Bibliografía tema 3:

COURTÉS, Josep, *Análisis semiótico del discurso* (1991), Madrid, Gredos, 1997. Capítols 2,3 y 4 dedicats a la semiòtica de Greimas.

FLOCH, Jean-Marie, *Semiótica, marketing, comunicación* (1991), Barcelona, Paidós, 1993. Sis exemples de Semiòtica aplicada al anàlisi de la publicitat i de les relacions públiques.

GREIMAS, A.J.-COURTES, J. *Semiótica. Diccionario razonado sobre la teoría del lenguaje* (1979 i 1986), Madrid, Gredos, 1983 (vol. I) y 1987 (vol. II). Consulta y repàs de les diferents veus d'aquest diccionari explicades a classe.

SEMPRINI, Andrea, *El marketing de la marca. Una aproximación semiótica* (1992), Barcelona, Paidós, 1995. Aproximació teòrica/pràctica al anàlisi de la marca, a partir de les aplicacions de la metodologia greimasiana que realitza J. M. Floch.

Bibliografía tema 4:

ECO, Umberto, *Tratado de semiótica genera* (1975), Barcelona, Lumen, 1979. Els apartats 0.5.2; 2.1.4; 2.7 constitueixen un complement indispensable als apunts sobre Ch. S. Peirce.

_____ *Lector in fabula*, Barcelona, Lumen, 1987 (2ª ed.). Ccapítol 2 dedicat al signo de Ch. S. Peirce.

_____ *Lector in fabula*, Barcelona, Lumen, 1987 (2^a ed.). Capítol 3 dedicat al lector model.

_____ *Els límits de la interpretació* (1990), Barcelona, Destino, 1991. Apartats 1.4; 1.5; 3.1.3; 3.1.4; 3.1.5; 3.5, sobre els principis i exemples de la interpretació textual.

_____ *Seis paseos por los bosques narrativos* (1994), Barcelona, Lumen, 1996 (Eco resumeix la seva teoria de la interpretació en un curs impartit a la Universitat de Harvard en 1992).

4. Referències per estructurar el treball de l'alumne

Campus virtual: planificació de la docència i guia per a l'elaboració del treball de curs

5. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
Operar amb rigor 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. Plantejar hipòtesis relatives a la comunicació publicitària i relacions públiques. Aplicar els coneixements científics d'altres àrees (sociologia, economia, filologia, estètica...) per l'aprofundiment en la pròpia àrea. Analitzar i sintetitzar la informació. Validar i verificar les idees, formes i conceptes. Ressenyar les fonts bibliogràfiques de manera adequada.
Creativitat	Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa.
Domini d'eines tecnològiques i informàtiques	Aplicar els principis i els paradigmes que expliquen el funcionament lògic d'un sistema. Utilitzar el programari informàtic relacionat amb la gestió de la informació (gràfics, recollida i gestió de dades, presentacions, etc.). Posar a la pràctica els coneixements teòrics.
Treball en equip	Treballar amb equips interdisciplinaris. Facilitar la interrelació de l'alumne amb el seu entorn acadèmic, de treball i investigador. Gestionar de forma adequada el temps.

	<p>Reconèixer i respectar el punts de vista i opinions dels altres membres de l'equip, i integrar-los en benefici dels resultats del projecte.</p> <p>Ser crític amb la seva feina i amb els resultats del seu entorn.</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 interaccions entre el medi humà i les distintes dimensions: econòmica, social, política, etc. i el medi natural.</p>
Aplicar els principis generals de la deontologia professional en publicitat i relacions públiques	<p>Adquirir un compromís ètic.</p> <p>Actuar en llibertat i corresponsabilitat, assumint referents ètics, valors i principis consistents.</p> <p>Mostrar coneixement dels valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors.</p>
Investigació	<p>Ser capaç d'aprendre a aprendre.</p> <p>Desenvolupar les habilitats de treball, d'estudi, d'investigació, tant personal com en equip.</p> <p>Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació, l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies.</p> <p>Ser capaç de resoldre problemes sota la pressió del temps.</p> <p>Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.</p>

6. Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
1.Fonaments i aplicacions del estructuralisme	8% de la nota final	<p>1.Informe dels temes teòrics de la primera part del programa</p> <p>3. Elecció del tema del treball de curs, construcció del corpus d'anàlisi i proposta bibliografia temàtica</p>
2. L'anàlisi del relat	8% de la nota final	<p>1.Informe dels temes teòrics de la segona part del programa</p> <p>2. Debat i pràctica: discussió i lliurament de comentari escrit sobre les noves formes dels discursos socials</p>

		3. Elaboració i lliurament de la <i>scaletta</i> i del corpus d'anàlisi (divisió i articulació dels diferents components que integren els discursos analitzats).
3. L'anàlisi del discurs	16% de la nota final	<p>1. Informe dels temes teòrics de la tercera part del programa</p> <p>2. Debat i pràctica: discussió i lliurament de comentari escrit sobre les aplicacions de Semiòtica estructuralista al anàlisi de la publicitat i de les relacions públiques</p> <p>3. Presentació i comentari de la documentació utilitzada (bibliografia, diaris, Internet, dades d'audiència, etc.) i de un primer esquema raonat del treball de curs</p>
4. El procés de interpretació	8% de la nota final	<p>1. Informe dels temes teòrics de la quarta part del programa</p> <p>2. Debat i pràctica: discussió i lliurament de comentari escrit sobre els rols i les representacions dels destinataris del discursos socials</p> <p>3. Lliurament índex treball i esquema d'anàlisi semiòtic definitius</p>
5. Treball de curs	60% nota final	Lliurament treball de curs

Fitxa d'activitat docent (1)

1. Informació respecte l'assignatura

- Títol **Semiòtica de la Comunicació de Masses** _____
- Tema, mòdul o unitat **1**
- Nom de l'activitat **Informes teòrics**

2. Descripció de l'activitat

1. Explicació i objectius de l'activitat: _____

1. Assolir els instruments teòrics i metodològics necessaris per analitzar els discursos de la publicitat i de les relacions públiques
2. Comprendre els diferents processos de construcció de sentit subjacents a les comunicacions de la publicitat i les relacions públiques
3. Determinar les estratègies comunicatives i interactives inherents als processos de codificació i descodificació dels discursos socials

Metodologia: *Individual* **X** *grup*

2. Tipus de recursos necessaris
 - Documentació: campus virtual i bibliografia específica
 - Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): exemples
3. Període i dates de presentació: indicats al diari de l'assignatura
4. Avaluació: lliurament dels materials demanats

_____ Pes:¹25%

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

- Sistèmiques
- Professional
- Deontologia
- Autoaprenentatge

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 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.

- Adquisició i correcta utilització del metallenguatge semiòtic, per tal d'assolir els coneixements teòrics impartits al curs
- Desenvolupar les capacitats d'abstracció, de relació i d'integració de coneixements
- Fomentar el coneixement del diferents llenguatges expressius que actuen com a vehicles dels discursos socials

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Sistèmiques	<p>Aplicar els coneixements científics d'altres àrees (psicologia, sociologia, economia, filologia, dret, estètica...) per l'aprofundiment en la pròpia àrea.</p> <p>Analitzar i sintetitzar la informació.</p> <p>Comprendre i assolir els conceptes teòrics que integren la disciplina</p>
Desenvolupar una visió professional	<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 interaccions entre el medi humà i les distintes dimensions: econòmica, social, política, etc. i el medi natural.</p>
Aplicar els principis de la deontologia professional	Mostrar coneixement dels valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors.
Desenvolupament de l'autoaprenentatge	<p>Ser capaç d'aprendre a aprendre.</p> <p>Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació, l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies.</p>

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

	t. estimat	t. validat
Hores de preparació (professor)		
▪ Buscar o idear la pràctica		
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura		
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació		
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes		
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal		

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

▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació		
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.		
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el porfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupals)	Treball escrit	

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 recobreix el conjunt de la informació que l'alumne ha de tenir respecte de les qüestions teòriques i metodològiques.
Es refereix a l'activitat individual de compressió i emmagatzemant dels coneixements del curs.

Fitxa d'activitat docent (2)

1. Informació respecte l'assignatura

- Títol **Semiòtica de la Comunicació de Masses** _____
- Tema, mòdul o unitat 2
- Nom de l'activitat **Aplicacions pràctiques: discussió i debat**

2. Descripció de l'activitat

5. Explicació i objectius de l'activitat: _____

1. Assolir els instruments teòrics i metodològics necessaris per analitzar els discursos de la publicitat i de les relacions públiques
2. Comprendre els diferents processos de construcció de sentit subjacents a les comunicacions de la publicitat i les relacions públiques
3. Determinar les estratègies comunicatives i interactives inherents als processos de codificació i descodificació dels discursos socials
4. Estructuració i realització de presentacions a classe
5. Articulació d'un debat (moderació, preguntes, respostes i rèpliques)

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

6. Tipus de recursos necessaris
 - Documentació: campus virtual i bibliografia específica
 - Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) exemples
7. Període i dates de presentació: indicats al diari de l'assignatura
8. Avaluació: Lliurament dels materials demanats i participació als debats i discussions programats al curs

Pes:⁴ 15 % _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)⁵

- Científiques
- Tecnològiques i informàtiques
- Interpersonals
- Autoaprenentatge

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

⁴ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

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

Objectius en relació a les competències.

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

- Aplicació de conceptes i mètodes a la comprensió dels fenòmens a les tendències actuals de la comunicació publicitària
- Fomentar l'auto-aprenentatge estimulant la reflexió crítica
- Desenvolupar la interacció mitjançant el treball de reflexió en grups petits i la successiva posada en comú i discussió amb la resta de la classe

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Científiques	Plantejar hipòtesis relatives a la comunicació publicitària i relacions públiques. Validar i verificar les idees, formes i conceptes. Ressenyar les fonts bibliogràfiques de manera adequada.
Domini d'eines tecnològiques i informàtiques	Aplicar els principis i els paradigmes que expliquen el funcionament lògic d'un sistema. Utilitzar el programari informàtic relacionat amb la gestió de la informació (gràfics, recollida i gestió de dades, presentacions, etc.).
Interpersonals	Facilitar la interrelació de l'alumne amb el seu entorn acadèmic, de treball i investigador. Reconèixer i respectar el punts de vista i opinions dels altres membres de l'equip, i integrar-los en benefici dels resultats del projecte.
Deenvolupament autoaprenentatge	Ser capaç de resoldre problemes sota la pressió del temps.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat⁶

	t. estimat	t. validat
Hores de preparació (professor)		
▪ Buscar o idear la pràctica		
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura		
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació		
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes		
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories idividual/grupal		
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació		

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

▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.		
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el porfolio o carpeta de l'alumne.		

Activitats d'Avaluació

▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupala)		
--	--	--

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

Molt

X Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

Aquesta activitat es refereix a l'aplicació pràctica del conjunt de la informació adquirida a les parts teòriques i metodològiques del curs.

Es tracta de reforçar l'aprenentatge a partir de la organització d'un treball en equip i de la ulterior discussió amb el grup dels diferents conceptes assolits a cadascú dels temes del programa.

Fitxa d'activitat docent (3)

1. Informació respecte l'assignatura

- Títol **Semiòtica de la Comunicació de Masses** _____
- Unitat **3**
- Nom de l'activitat **Treball de curs**

2. Descripció de l'activitat

9. Explicació i objectius de l'activitat: _____

1. Reflexió teòrica i metodològica des de un àrea temàtica específica.
2. Identificació de les relacions axiològiques que fonamenten els discursos socials analitzats
3. Construcció d'un corpus d'anàlisi, segmentació i contextualització històrica i temàtica
4. Conversió de conceptes de Semiòtica teòrica i principis metodològics generals en instruments de Semiòtica aplicada

Metodologia: *Individual* *grup* (**opció a elegir treball individual o en grups de 2 alumnes**)

10. Tipus de recursos necessaris
 - Documentació: camp virtual i bibliografia específica
 - Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): exemples
11. Període i dates de presentació: indicades al diari de l'assignatura
12. Avaluació: Lliurament dels materials demanats

_____ Pes:⁷ 60% _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)⁸

- Científiques
- Creativitat
- Interpersonals
- Sistèmiques
- Valors morals
- Autoaprenentatge

⁷ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

⁸ 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)

<p><u>Objectius en relació a les competències.</u> <i>Definir la prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicació de conceptes i mètodes al anàlisi dels discursos socials ▪ Desenvolupar les capacitats d'abstracció, conceptualització i relació ▪ Fomentar l'auto-aprenentatge i la interacció, estimulant la reflexió crítica i deontològica

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Científiques	<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>Validar i verificar les idees, formes i conceptes.</p> <p>Ressenyar les fonts bibliogràfiques de manera adequada.</p>
Creativitat	<p>Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa.</p>
Interpersonals	<p>Gestionar de forma adequada el temps.</p> <p>Ser crític amb la seva feina i amb els resultats del seu entorn.</p>
Sistèmiques	<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 interaccions entre el medi humà i les distintes dimensions: econòmica, social, política, etc. i el medi natural.</p>
Valors morals	<p>Adquirir un compromís ètic.</p> <p>Actuar en llibertat i corresponsabilitat, assumint referents ètics, valors i principis consistents.</p> <p>Mostrar coneixement dels valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors.</p>
Desenvolupament autoaprenentatge	<p>Ser capaç d'aprendre a aprendre.</p> <p>Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació, l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies.</p>

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat⁹

	t. estimat	t. validat
Hores de preparació (professor)		
▪ Buscar o idear la pràctica		
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura		
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació		
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes		
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories idividual/grupal		
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació		
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.		
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el porfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ 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 sintetitza i posa en pràctica els conceptes assolits al curs

Els treballs poden ser individuals o de grup (preferentment de dues persones), en funció del tema elegit i de la construcció d'un corpus suficient, que salvaguardi la científicitat a priori del projecte.

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