

INTRODUCCIÓ A LA INVESTIGACIÓ DE MITJANS PUBLICITARIS

Fitxa de l'assignatura

Identificació

1. Nom de l'assignatura	Introducció a la investigació de mitjans publicitaris		
2. Àrea	CAP	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	<i>Troncal x</i>	<i>Obligatòria</i>	<i>Optativa</i>
4. Crèdits (ECTS)	5		

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació :

- a. Aprenentatge dels conceptes, metodologies d'investigació i fonts utilitzades tant en l'anàlisi com en la planificació de mitjans publicitaris.
- b. Preparació teòrica i pràctica per al correcte seguiment de l'assignatura "Estratègia i Planificació de Mitjans Publicitaris".
- c. Conèixer el veritable rol actual de la Planificació de Mitjans en el procés de la comunicació comercial.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

Tema 1 **Una nova mirada cap a la Planificació de Mitjans**

Tema 2 **Conceptes bàsics de Planificació de Mitjans**

Tema 3 **Fonts d'informació i eines en la Planificació de Mitjans**

Tema 4 **Situació del mercat dels Mitjans**

2. Bibliografia comentada:

Carrero, Enrique; González Lobo, M^a Angeles. Manual de planificación de medios. ESIC Editorial (Madrid, 1997).
 Martínez Ramos, Emilio. El uso de los medios de comunicación en marketing y publicidad. Akal (Madrid, 1992).
 Pérez-Latre, Francisco Javier: Curso de medios publicitarios. Newbook Ediciones (Pamplona, 1997).
 Pérez-Latre, Francisco Javier: Planificación y gestión de medios publicitarios. Ariel Comunicación (Barcelona, 2000).
 Philip Jones, John. When ads work: new proof that advertising triggers sale. Lexington Books (1995).

Colin McDonald. Advertising reach and frequency: maximizing advertising results through effective frequency. Ntc Business Books (1995).

Goodrich, William B., Sissors, Jack Z. Media planning workbook: with discussion and problems. Ntc Pub Group (1996).

Donnelly, William J. Planning media: strategy and imagination. Prentice Hall (New Jersey, 1996).

Sánchez Revilla, Miguel Angel. ¿Dónde está mi competencia? Cómo utilizar y realizar de la forma más positiva el análisis de competencia en publicidad. Infoadex (Madrid, 1998).

Jones, John Philip (ed.): The advertising business. Operations, Creativity, Media Planning, Integrated Communications. Sage Publications (Thousand Oaks, 1999).

3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
<i>Comunicació</i>	Treballar en la gestió de la comunicació en qualsevol mitjà.
<i>Científica</i>	Conèixer i aplicar els principis bàsics de la Planificació de Mitjans. Conèixer la metodologia científica aplicada a la Planificació de Mitjans. Conèixer els principis bàsics del Panorama de Mitjans actual. Mostrar un pensament crític i estratègic des de l'òptica dels Mitjans.
<i>Artística i de la creativitat</i>	Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu aplicat als Mitjans.
<i>Interpersonal</i>	Reconèixer i respectar els punts de vista i opinions dels altres membres de l'equip i integrar-los en benefici dels resultats del projecte.
<i>Sistèmica</i>	Conèixer el rol de la Planificació de Mitjans en la Publicitat i el Marketing.
<i>Desenvolupament de l'autoaprenentatge</i>	Capacitat per seleccionar l'eina/font idònia per solucionar qualsevol necessitat de Planificació. Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació i l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies.

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
1. Una nova mirada cap als Mitjans 2. Lloc de la Planificació en el procés de Marketing 3. Indústria dels Mitjans 4. Coneixements i Aptituds del Planificador 5. Procés de Planificació de Mitjans	<i>10% de la nota final</i>	En el primer apropament dels alumnes a la Planificació de Mitjans i en la part introductòria de l'assignatura, s'exposa una manera moderna i real d'entendre en què consisteix la Planificació de Mitjans, els seus límits i el seu procés de treball, el rol dintre del procés de Marketing i els actors que hi intervenen i el funcionament del seu mercat.
6. Conceptes bàsics de Mitjans	<i>40% de la nota final</i>	Explicació dels conceptes imprescindibles per entendre, analitzar i prendre decisions en Mitjans. Realització d'exercicis per ajudar a la comprensió de la matèria.
7. Fonts d'informació i eines en la Planificació de Mitjans	<i>30% de la nota final</i>	Explicació de les fonts d'informació i de les eines imprescindibles per analitzar i diagnosticar en l'àmbit dels Mitjans: metodologia, contingut i solucions que hi aporten.
8. Entendre el mercat dels Mitjans 9. Panorama actual dels Mitjans	<i>20% de la nota final</i>	Determinació dels punts claus que defineixen la situació actual dels Mitjans i explicació general de les característiques quantitatives publicitàries de cada mitjà en els últims anys.

Plantilla de l'assignatura (model de continguts qualitatius, 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	
1. Una nova mirada cap als Mitjans 2. Lloc de la Planificació en el procés de Marketing 3. Indústria dels Mitjans 4. Coneixements i Aptituds del 5. Procés de Planificació de Mitjans	Comunicació Científiques Artístiques i de la Creativitat Interpersonals Sistemàtiques Desenvolupament de l'autoaprenentatge	Conèixer el rol de la Planificació de Mitjans en la Publicitat i el Marketing Entendre les possibilitats actuals d'actuació des de la Planificació de Mitjans Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu aplicat als mitjans	Classes presencials	No	No	25	30	3,5,6
6. Conceptes bàsics de Mitjans	Científiques	Conèixer i aplicar els principis bàsics de Planificació de Mitjans	Classes presencials	No	No	25	35	3,5,7,8
7. Fonts d'informació i eines en la Planificació de Mitjans	Científiques Desenvolupament de l'autoaprenentatge	Conèixer la metodologia científica aplicada a la Planificació de Mitjans Capacitat de seleccionar l'eina necessària per	Classes presencials	No	No	15	20	3,5

8. Entendre el mercat dels Mitjans 9. Panorama actual del Mitjans	Comunicació Científiques Artístiques i de la Creativitat Desenvolupament de l'autoaprenentatge	solucionar les necessitats de Planificació Conèixer els principis bàsics del Panorama de Mitjans actual Mostrar un pensament crític i estratègic des de l'òptica del Mitjans Tenir maduració d'actituds	Classes presencials	No	No	20	40	3,5,7,8
--	--	--	---------------------	----	----	----	----	---------

Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Introducció a la investigació de mitjans publicitaris**_____Tema, mòdul o unitat *Una mirada cap a la Planificació de Mitjans*_____Nom de l'activitat *El punt de partida*_____**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:_____

a. Conèixer el punt de partida de l'alumne respecte a la planificació de mitjans i posar en pràctica els coneixements adquirits.

▪ **Metodologia:** *Individual* ☒ *grup* ☐

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: Sí _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): Sí _____
- o Sortides de camp: No _____
- o Altres _____

2. Període i dates de presentació: A determinar _____

3. Avaluació: Per part del professor _____

Pes:¹ 1% _____

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

- **Desenvolupament de l'autoaprenentatge**
- **Científic**

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. <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.</i>
- Conèixer principis de la planificació de mitjans - Aplicar coneixements - Capacitat d'aprenentatge per part de l'alumne

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Desenvolu de l'autoaprenentatge	Capacitat d'aprendre a aprendre.
Científic	Solució de preguntes.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	20'	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	20'	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació	3 hores	
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes		
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal		
▪ Exposició final	10'	
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	1 hora	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	30'	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	2 hores	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupl).	Treball escrit	

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

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

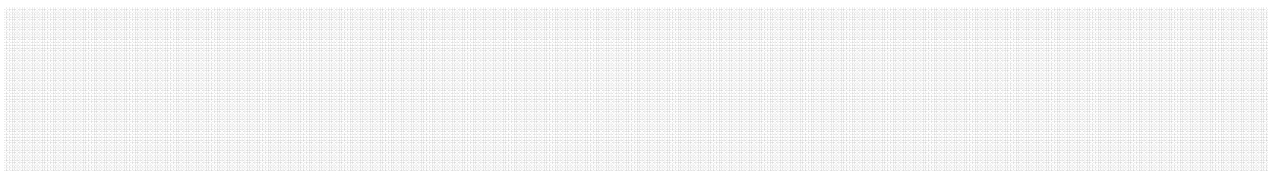
Molt

x Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:



Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Introducció a la investigació de mitjans publicitaris**_____Tema, mòdul o unitat *Una mirada cap a la Planificació de Mitjans*_____Nom de l'activitat *Anàlisi tall publicitari de TV*_____**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:

a. Anàlisi dels formats, anunciant i la mena d'anuncis que s'inclouen en un tall publicitari televisiu determinat.

b. Provocar una nova mirada cap allò que fa i pot aconseguir la planificació de mitjans en una campanya a TV.

▪ **Metodologia:** *Individual* *grup*_{al} *X*

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: Sí _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): Sí _____
- o Sortides de camp: No _____
- o Altres _____

2. Període i dates de presentació: A determinar _____

3. Avaluació: Por parte del profesor _____

Pes:¹ 2% _____

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

- *Científic*
- *Interpersonal*
- *Comunicació*

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. <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i>
▪ Conèixer principis de la planificació de mitjans ▪ Treball en equip ▪ Que l'alumne vegi la TV com a Mitjà Publicitari

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Interpersonal	Resultat del treball en equip.
Científic	Solució de preguntes.
Comunicació	Capacitat d'exposició de conclusions.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

	t. estimat	t. validat
Hores de preparació (professor)		
▪ Buscar o idear la pràctica	20'	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	20'	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació	1 hores	
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes		
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal	30'	
▪ Exposició final	10'	
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	2 hores	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	20'	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	2 hores	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupals).	Treball escrit	

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

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

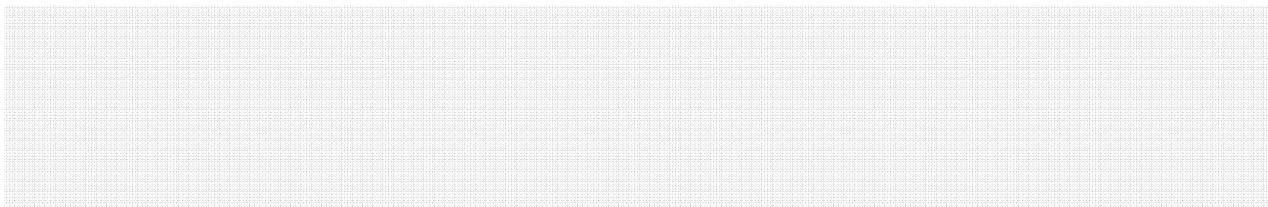
Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:



Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Introducció a la investigació de mitjans publicitaris**_____Tema, mòdul o unitat *Una mirada cap a la Planificació de Mitjans*_____Nom de l'activitat *Tres idees creatives de Mitjans*_____**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:_____

a. Cada grup ha de proposar tres idees de mitjans originals per aplicar a un Estratègia de Mitjans. Fomentar el “pensar” en creatiu en els mitjans.

▪ **Metodologia:** *Individual* _____ *grupal* _____ *X* _____

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: Sí _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): Sí _____
- o Sortides de camp: No _____
- o Altres _____

2. Període i dates de presentació: A determinar _____

3. Avaluació: Por parte del profesor _____

Pes:¹ 3% _____

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

- **Artístiques i de la Creativitat**
- **Interpersonal**
- **Comunicació**

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 prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.

- La creativitat de les solucions
- Treball en equip
- La claredat de l'exposició i la seva capacitat de persuadir

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Interpersonal	Resultat del treball en equip.
Artístiques i de la Creativitat	L'originalitat de la idea i la seva aplicabilitat a una planificació real.
Comunicació	Capacitat d'exposició i de persuadir.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	10'	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	20'	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació	1 hores	
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes		
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal	30'	
▪ Exposició final	10'	
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	1 hores	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	20'	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	3 hores	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	Treball escrit	

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

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

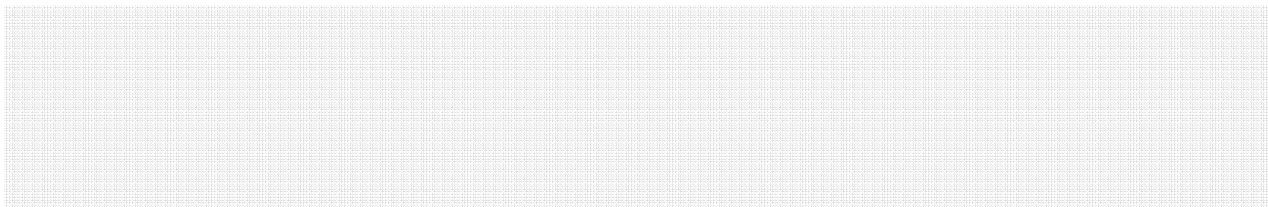
Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:



Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Introducció a la investigació de mitjans publicitaris**_____Tema, mòdul o unitat *Una mirada cap a la Planificació de Mitjans*_____Nom de l'activitat *Una idea de mitjans amb limitacions de briefing*_____**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:_____

a. Cada grup ha de proposar una idea de mitjans originals per aplicar a un Estratègia de Mitjans però amb un briefing definit i tota una sèrie de limitacions "reals". Fomentar el "pensar" en creatiu en els mitjans.

▪ **Metodologia:** *Individual* _____ *grupal* *X*

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: Sí _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): Sí _____
- o Sortides de camp: No _____
- o Altres _____

2. Període i dates de presentació: A determinar _____

3. Avaluació: Por parte del profesor _____

Pes:¹ 3% _____

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

- **Artístiques i de la Creativitat**
- **Interpersonal**
- **Comunicació**

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. <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i>
- La creativitat de les solucions - Treball en equip - La claredat de l'exposició i la seva capacitat de persuadir

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Interpersonal	Resultat del treball en equip.
Artístiques i de la Creativitat	L'originalitat de la idea i la seva aplicabilitat a una planificació real.
Comunicació	Capacitat d'exposició i de persuadir.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	10'	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	20'	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació	1 hores	
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes		
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal	30'	
▪ Exposició final	10'	
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	1 hores	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	20'	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	3 hores	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	Treball escrit	

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

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 i l'anterior pretenen formar un conjunt amb la intenció ambdues de fer "pensar" creativament, en un cas sense limitacions i, en l'altre, amb limitacions de briefing.

Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Introducció a la investigació de mitjans publicitaris**_____Tema, mòdul o unitat *Conceptes bàsics de Planificació de Mitjans*_____Nom de l'activitat *Exercicis de conceptes*_____**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:_____**a.** Execució de problemes de mitjans.**b.** Posar en pràctica els conceptes estudiats.▪ **Metodologia:** *Individual* X *grup***1. Tipus de recursos necessaris**

- o Documentació: Sí_____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals)_____
- o Sortides de camp: No _____
- o Altres_____

2. Període i dates de presentació: A determinar_____**3. Avaluació:** Por parte del profesor_____**Pes:**¹ 1%_____**3. Distribució de Competències a desenvolupar** (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²▪ **Científiques****4. Objectius en relació a la competència.** (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)¹ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura² Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

Objectius en relació a les competències.*Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.*

- Posar en pràctica els conceptes estudiats

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Científiques	Correcta solució dels exercicis

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	30'	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	20'	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació	3 hores	
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes		
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal	1 hora	
▪ Exposició final	10'	
▪ 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.	3 hores	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupar).	Treball escrit	

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:

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

Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Introducció a la investigació de mitjans publicitaris**_____Tema, mòdul o unitat *Situació del mercat dels Mitjans* _____Nom de l'activitat *Anàlisi d'una estratègia de mitjans real* _____**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:

a. Els grups hauran d'escollir una campanya real que s'estigui emetent en aquell moment i analitzar l'estratègia de mitjans que hi ha al darrere.

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

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: Sí _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): Sí _____
- o Sortides de camp: No _____
- o Altres _____

2. Període i dates de presentació: A determinar _____

3. Avaluació: Por parte del profesor _____

Pes:¹ 5% _____

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

- **Científiques**
- **Sistèmiques**
- **Comunicació**
- **Desenvolupament de l'autoaprenentatge**

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 prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.

- Capacitat per posar en pràctica tot allò après durant l'assignatura
- Fer una comunicació eficaç i persuasiva dels seus punts de vista

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Sistèmiques	Conceptes adquirits i capacitat crítica.
Comunicació	Exposició de l'anàlisi.
Autoaprenent.	Maduració d'actituds com l'obertura a noves informacions i formes de veure la planificació de mitjans.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

	t. estimat	t. validat
Hores de preparació (professor)		
▪ Buscar o idear la pràctica	30'	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	20'	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació	3 hores	
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes		
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal	1 hora	
▪ Exposició final	10'	
▪ 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.	5 hores	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	Treball escrit	

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

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:

