

SEMIÒTICA DE LA COMUNICACIÓ DE MASSES

Fitxa de l'assignatura

Identificació

1. Nom de l'assignatura	Semiòtica de la Comunicació de Masses		
2. Àrea	Periodisme	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	<i>Troncal</i>	<i>Obligatòria</i>	<i>Optativa x</i>
4. Crèdits (ECTS)	4		

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació :

- a. Aquest curs té un caràcter teòric i metodològic.
- b. 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.
- c. Els diferents punts del programa s'articulen en torn a algunes de les principals aportacions de la Semiòtica i del Anàlisi del discurs, exposades sempre a partir de nombrosos exemples procedents dels discursos socials més adients a les característiques de la llicenciatura.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

Tema 1 Fonaments i aplicacions del estructuralisme

Semiologia, Semiòtica, significació i comunicació
 Conceptes claus de la semiòtica estructuralista
 Denotació, connotació i metallenguatge
 Del signe i el codi al text, la història i el discurs

Tema 2 L'anàlisi del relat

El formalisme rus i l'estudi científic del relat
 La Morfologia del conte de Vladimir Propp
 Elements constitutius del relat
 Roland Barthes (I): l'anàlisi estructural del relat
 Roland Barthes (II): de les mitologies del consum a la retòrica de la publicitat

Tema 3 L'anàlisi del discurs

Estructura de la enunciació
 El recorregut generatiu del sentit i la teoria de la narrativitat de A. J. Greimas
 Exemples de semiòtica estructuralista aplicada a la publicitat i les relacions públiques

Realisme / realitat, verosimilitut / veritat, objectivització / subjectivització dels discursos socials

Tema 4 **El procés d'interpretació**

Els fonaments de la semiòtica interpretativa

La teoria de la interpretació de U. Eco: de la guerrilla

semiològica a la cooperació textual

El target com a intèrpret

El món possible dels discursos socials

Codificació y descodificació dels discursos socials

2. Bibliografia comentada:

KOTLER, PHILIP (): Dirección de Marketing. PEARSON-PRENTICE HALL.

Bibliografia tema 1:

SAUSSURE, Ferdinand de, Curs de lingüística general. 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.

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.

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, 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, Madrid, Fundamentos, 1985 (llibre de consulta; una de les obres que més han influenciat en la semiòtica estructuralista).

TOMASEVSKIJ, Boris, "La construcción de la trama" (1927), en Tzvetan Todorov, Teoría de la literatura, Buenos Aires, Signos, 1970 (altres conceptes claus d'anàlisi textual).

Bibliografia tema 3:

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

FLOCH, Jean-Marie, Semiótica, marketing, comunicación, 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, Madrid, Gredos, 1983 (vol. I) y 1987 (vol. II). Consulta y repàs de les diferents veus d'aquest diccionari explicades a classe.

RUIZ COLLANTES, F. X. Retórica creativa. Programas de ideación publicitaria, Bellaterra – Castelló de la Plana – Barcelona – València, Servei de Publicaciones de la UAB - Univ. Jaume I, Univ.- Pompeu Fabra, - Universidad de Valencia, 2000.

SEMPRINI, Andrea, El marketing de la marca. Una aproximació semiòtica, 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.

Bibliografia tema 4:

ECO, Umberto, Tratado de semiótica general, Barcelona, Lumen, 1979 (els 0.5.2; 2.1.4; 2.7 constitueixen un complement indispensable als apunts sobre Ch. S. Peirce).

Lector in fabula, Barcelona, Lumen, 1987 (2^a ed.) (capítol 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, Barcelona, Destino, 1991 (1.4; 1.5; 3.1.3; 3.1.4; 3.1.5; 3.5). Principis i exemples de la interpretació textual.

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

HALL, Stuart, "Encoding/Decoding", en S. Hall - D. Hobson - P. Willis (eds.), Culture, Media, Language, Londres, Hutchinson, 1981 (relació entre interpretació i ideologia).

3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

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

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
<i>Operar amb rigor científic</i>	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 (psicologia, sociologia, economia, filologia, dret, 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.
<i>Creativitat</i>	Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa.

<i>Domini d'eines tecnològiques i informàtiques</i>	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.
<i>Treball en equip</i>	Treballar amb equips interdisciplinaris.
<i>Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques</i>	Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc. 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. Comprendre les interaccions entre el medi humà i les distintes dimensions: econòmica, social, política, etc. i el medi natural.
<i>Aplicar els principis generals de la deontologia professional en publicitat i relacions públiques</i>	Adquirir un compromís ètic. Actuar en llibertat i corresponsabilitat, assumint referents ètics, valors i principis consistents. Mostrar coneixement dels valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors.
<i>Investigació</i>	Ser capaç d'aprendre a aprendre. Desenvolupar les habilitats de treball, d'estudi, d'investigació, tant personal com en equip. Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació, l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies. Ser capaç de resoldre problemes sota la pressió del temps. Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
1.Fonaments i aplicacions del estructuralisme	8% de la nota final	1.Informe dels temes teòrics de la primera part del programa 3. Elecció del tema del treball de curs, construcció del corpus d'anàlisi i proposta bibliografia temàtica

2. L'anàlisi del relat	8% de la nota final	1. Informe dels temes teòrics de la segona part del programa 2. Debat i pràctica: discussió i lliurament de comentari escrit sobre les noves formes dels discursos socials 3. Elaboració i lliurament de la scaletta 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	1. Informe dels temes teòrics de la tercera part del programa 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 3. Presentació i comentari de la documentació utilitzada (diaris, Internet, audiències, etc.) i de un primer esquema del treball de curs
4. El procés d'interpretació	8% de la nota final	1. Informe dels temes teòrics de la quarta part del programa 2. Debat i pràctica: discussió i lliurament de comentari escrit sobre els rols i les representacions dels destinataris del discursos socials 3. Lliurament índex treball i esquema d'anàlisi semiòtic definitius
5. Treball de curs	60% de la nota final	Lliurament treball de curs

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	

Fitxa d'activitat docent**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**Explicació i objectius de l'activitat: _____

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

- **Metodologia:** *Individual* ☒ *grup* ☐

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: campus virtual i bibliografia específica _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): exemples _____
- o Sortides de camp _____
- o Altres _____

2. Període i dates de presentació: indicats al diari de l'assignatura _____**3. Avaluació:** lliurament dels materials demanats _____**Pes:**¹ 25% _____**3. Distribució de Competències a desenvolupar** (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²

- **Sistèmiques**
- **Professional**
- **Deontologia**
- **Autoaprenentatge**

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.

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

<u>Objectius en relació a les competències.</u> <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i>
▪ 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	Aplicar els coneixements científics d'altres àrees (psicologia, sociologia, economia, filologia, dret, estètica...) per l'aprofundiment en la pròpia àrea. Analitzar i sintetitzar la informació. Comprendre i assolir els conceptes teòrics que integren la disciplina
Desenvolupar una visió professional	Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc. 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. Comprendre les interaccions entre el medi humà i les distintes dimensions: econòmica, social, política, etc. i el medi natural.
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	Ser capaç d'aprendre a aprendre. Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació, l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ 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		
▪ Exposició final		
▪ Altres (estructuració de l'exposició resum dels treballs)		
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 portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	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.

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

Fitxa d'activitat docent**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**Explicació i objectius de l'activitat: _____

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

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

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: campus virtual i bibliografia específica _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): exemples _____
- o Sortides de camp _____
- o Altres _____

2. Període i dates de presentació: indicats al diari de l'assignatura

3. Avaluació: Lliurament dels materials demanats i participació als debats i discussions programats al curs _____

Pes:¹ 15% _____

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

- **Científiques**
- **Tecnològiques i informàtiques**
- **Interpersonals**

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.

▪ **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. <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i>
▪ Aplicació de conceptes i mètodes a la comprensió dels fenòmens a les tendències actuals de la comunicació publicitària ▪ Fomentar l'auto-aprenentatge estimulants 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.
Desenvolupament autoaprenentatge	Ser capaç de resoldre problemes sota la pressió del temps.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ 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.		

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

▪ Avaluació		
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes		
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal		
▪ Exposició final		
▪ Altres (estructuració de l'exposició resum dels treballs)		
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 portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	Treball escrit	

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**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Semiòtica de la Comunicació de Masses** _____

Tema, mòdul o unitat 3 _____

Nom de l'activitat *Treball de curs* _____**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:

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

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

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: campus virtual i bibliografia específica _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): exemples _____
- o Sortides de camp _____
- o Altres _____

2. Període i dates de presentació: indicats al diari de l'assignatura**3. Avaluació:** Lliurament dels materials demanats _____**Pes:**¹ 60% _____**3. Distribució de Competències a desenvolupar** (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²

- **Científiques**
- **Científiques**
- **Creativitat**

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.

- **Interpersonals**
- **Sistèmiques**
- **Valors morals**
- **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 prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades .

- Aplicació de conceptes i mètodes al anàlisis 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	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. 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.
Interpersonals	Gestionar de forma adequada el temps. Ser crític amb la seva feina i amb els resultats del seu entorn.
Sistèmiques	Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc. 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. Comprendre les interaccions entre el medi humà i les distintes dimensions: econòmica, social, política, etc. i el medi natural.

Valors morals	Adquirir un compromís ètic. Actuar en llibertat i corresponsabilitat, assumint referents ètics, valors i principis consistents. Mostrar coneixement dels valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors.
Desenvolupament autoaprenentatge	Ser capaç d'aprendre a aprendre. Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació, l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ 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		
▪ Exposició final		
▪ Altres (estructuració de l'exposició resum dels treballs)		
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 portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupl).	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 es refereix a 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.

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