



UCM – FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN - PUBLICIDAD
TEORÍA DE LA CULTURA – José JUANCO

PROGRAMA

INTRODUCCIÓN

- ¿Por qué Tª Cultura y Publicidad?
- La cultura y la comunicación

LA TEORÍA

- El concepto de cultura
- Etnocentrismo y relativismo cultural
- Materialismo y Funcionalismo
- Estructuralismo y Semiótica
- Psicoanálisis y Hermenéutica
- Aproximaciones desde la sociología

- ¿Dónde está la cultura en la publicidad y viceversa?

LA PRÁCTICA

- Metodologías y técnicas de trabajo
- Delimitación y observación del objeto de estudio
- Datos, relevancia y significación: el análisis
- Conclusiones

- Diario de Observación y Caso Práctico