

GUÍA DOCENTE

ASIGNATURA: HISTORIA DE LA PUBLICIDAD

OBJETIVOS

Conocimiento de la historia y evolución de la publicidad a través de sus soportes y propuestas técnicas y artísticas, además de su relevancia social y cultural a lo largo del tiempo.

Objetivos específicos:

- Conocer los productos publicitarios/comunicativos en su evolución diacrónica, y las razones sociales, económicas, culturales, políticas, artísticas, lingüísticas y literarias que los configuran.
- Fomentar el interés y espíritu crítico con aspectos relacionados con la materia y profundizar en ellos iniciando al alumno en tareas de investigación.
- Desarrollar sus capacidades de exposición oral para defender un proyecto o trabajo.
- Desarrollar su habilidad para el trabajo individual o en grupo.
- Desarrollar su capacidad de analizar con modelos teóricos casos prácticos.

COMPETENCIAS

- Capacidad para obtener provecho de las diversas fuentes de información al alcance del alumno para maximizar su formación y alcanzar así un rendimiento óptimo en el plano académico, personal y, posteriormente, profesional.
- Capacidad para desarrollar un razonamiento crítico coadyuvante en cualquiera de los contextos que van a conformar su futuro profesional.
- Capacidad para el trabajo e interacción contribuyendo a la consecución de los objetivos previamente establecidos, y revirtiendo sus resultados en el aprendizaje personal y colectivo.

METODOLOGÍA DOCENTE

Clases magistrales:

- En las que se impartirán los contenidos teóricos de la asignatura

Clases prácticas:

- Visionado y análisis crítico de material publicitario (en grupo).
- Asistencia a exposiciones y congresos.
- Conferencias de profesionales.

Trabajos del alumno

- Estudios tutelados por el profesor y vinculados a las clases prácticas

Tutorías

- Tiempo dedicado al apoyo y asesoramiento del alumno a lo largo del semestre

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Asistencia y participación en clase

Participación activa del alumno: los alumnos deberán presentar dos recensiones críticas de la bibliografía recomendada al respecto, 10% de la nota global.

Examen

Superar un test de contenido teórico: 60% de la nota global.

Trabajos y prácticas del alumno

Los alumnos deberán presentar al final del semestre los trabajos correspondientes a los contenidos prácticos de la materia y a las actividades fuera del aula (asistencia a congresos, conferencias y/o exposiciones): 30% de la nota global.

PROGRAMA

INTRODUCCIÓN: EL ESTUDIO HISTÓRICO DE LA PUBLICIDAD

PRIMERA PARTE: LA PUBLICIDAD EN EL MUNDO

1. Formas prepublicitarias anteriores a la imprenta
2. El período preindustrial
3. Origen y desarrollo de la publicidad
4. La expansión de la publicidad
5. La era del consumo
6. La publicidad en el nuevo milenio

SEGUNDA PARTE: LA PUBLICIDAD EN ESPAÑA

1. La etapa anunciadora
2. La época de los artistas

3. La publicidad técnica
4. Los anuncios de la carencia
5. Los años del desarrollismo
6. La transición publicitaria
7. La etapa creativa
8. La era de la planificación

BIBLIOGRAFÍA

PRIMERA PARTE

EGUIZABAL, Raúl. *Historia de la publicidad*. Fragua. Madrid, 2013

GODRUN, Ch & DALRYPEL, H. *Advertising in America. The first 200 years*. Nueva York. Harry N. Abrams Inc., 1990.

TUNGATE, M. *El universo publicitario. Una historia global de la publicidad*. Barcelona. Gustavo Gili 2008.

TURNER, E. S. *The shocking history of advertising!* Londres. Michael Joseph, 1952.

WOOD, James Playsted. *The story of advertising*. Nueva York. Ronald Press Co. 1958

SEGUNDA PARTE

BRAVO, Julián y otros. *50 años de seducción*. Suplemento al N° 70 de la revista *Vogue*. Enero, 1994.

CAMPAÑA. "N° 100. Especial historia de la publicidad". Revista *Campaña* N° 100. diciembre 2ª quincena, 1977

CONTROL. "Historia de la publicidad española". *Control de Publicidad y Ventas* N° 100, pp. 4-125 (1970) y N° 101, pp. 3-41 (1971).

EGUIZABAL, Raúl. *Industrias de la conciencia. Una historia social de la publicidad en España*. Península. Barcelona, 2009.

GARCÍA RUESCAS, Francisco *Historia de la Publicidad en España*. Madrid. Editora Nacional, 1971.