

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30727 HISTORIA DE LA PUBLICIDAD

Grupo 1

Presentación

Esta asignatura hace un recorrido por la historia de la humanidad, desde el nacimiento de las primeras civilizaciones, partiendo del concepto de ciudad como contexto imprescindible para comenzar a hablar del comercio. Considerando como una larga etapa prepublicitaria toda la historia anterior a la primera revolución industrial se prestará especial atención a los dos últimos siglos de historia de Occidente.

Programa Básico

TEMARIO

El esquema o índice de partida de esta asignatura está básicamente estructurado siguiendo el libro que podremos considerar como manual de la asignatura, HISTORIA DE LA PUBLICIDAD, obra de Raúl Eguizábal Maza.

PRIMERA PARTE: ETAPA PREPUBLICITARIA.

La actividad anunciadora antes de la imprenta (primeras manifestaciones "publicitarias")

TEMA I. El Mundo Antiguo

TEMA II. La Edad Media.

TEMA III. Renacimiento, Barroco e Ilustración.

SEGUNDA PARTE: LOS ORÍGENES DE LA PUBLICIDAD MODERNA.

TEMA IV. Las época de las revoluciones.

TEMA V. La consolidación de la actividad publicitaria.

TERCERA PARTE: LA EXPANSIÓN DE LA PUBLICIDAD.

TEMA VI. Publicidad y Guerras Mundiales.

CUARTA PARTE: LA ERA DEL CONSUMO.

TEMA VII. La sociedad del bienestar.

QUINTA PARTE: LA PUBLICIDAD EN ESPAÑA.

Objetivos

TEMARIO

El esquema o índice de partida de esta asignatura está básicamente estructurado siguiendo el libro que podremos considerar como manual de la asignatura, HISTORIA DE LA PUBLICIDAD, obra de Raúl Eguizábal Maza.

PRIMERA PARTE: ETAPA PREPUBLICITARIA.

La actividad anunciadora antes de la imprenta (primeras manifestaciones "publicitarias")

TEMA I. El Mundo Antiguo

- Manifestaciones orales.
- Manifestaciones escritas.
- La publicidad electoral.
- Las enseñas.
- Las "marcas".

TEMA II. La Edad Media.

- Las manifestaciones de poder.
- El comercio.
- La actividad anunciadora.
- Conclusiones sobre la publicidad antes de la imprenta.

TEMA III. Renacimiento, Barroco e Ilustración.

- Contexto histórico: generalidades sobre los siglos XV-XVIII.
- La aparición de la imprenta en Europa. Antecedentes y trascendencia.
- Primeras manifestaciones impresas. La prensa: nacimiento y evolución.
- Actividad publicitaria entre los siglos XV-XVIII: folletos y carteles; marcas y etiquetas; prensa y primeros periódicos; la enseña y el mural comercial; pervivencia de la publicidad oral.

SEGUNDA PARTE: LOS ORÍGENES DE LA PUBLICIDAD MODERNA.

TEMA IV. Las época de las revoluciones.

- Contexto histórico finales del siglo XVIII - principios del siglo XX: datos fundamentales de política, cultura, prensa, y grandes inventos tecnológicos.
- La primera revolución industrial.
- Transformaciones sociales y económicas. Fundamentos del capitalismo.
- Publicidad inglesa y revolución industrial.
- La libertad de prensa.
- La Independencia de los EEUU.
- La Revolución Francesa.
- Propaganda, publicidad política y publicidad comercial.
- La publicidad exterior en el siglo XIX.
- Prensa, revistas y exposiciones universales.

TEMA V. La consolidación de la actividad publicitaria.

- La segunda revolución industrial.
- El nacimiento de la sociedad de masas.
- El desarrollo de la marca.
- Los medicamentos patentados.
- Las agencias, su nacimiento y consolidación.
- Evolución de los medios impresos. La fotografía.

TERCERA PARTE: LA EXPANSIÓN DE LA PUBLICIDAD.

TEMA VI. Publicidad y Guerras Mundiales.

- Contexto histórico de la primera mitad del siglo XX.
 - Las acciones publicitarias en la Primera Guerra Mundial.
 - La publicidad en el periodo de entreguerras. El Crac.
 - Las acciones publicitarias en la Segunda Guerra Mundial.
 - El diseño gráfico, el cartel y la publicidad exterior.
 - El cine.
 - La radio.
-

-
- Nuevos productos.
 - La publicidad científica.
 - Actividad publicitaria en EEUU, Inglaterra y Rusia.
 - Agencias y estilos.

CUARTA PARTE: LA ERA DEL CONSUMO.

TEMA VII. La sociedad del bienestar.

- Contexto histórico de la segunda mitad del siglo XX.
- Nacimiento de la sociedad de consumo.
- La televisión.
- La actividad publicitaria en los años 50 y 60.
- La publicidad política.
- El marketing.
- Los símbolos.
- La publicidad internacional: crisis económicas y agencias multinacionales.
- Internet.

QUINTA PARTE: LA PUBLICIDAD EN ESPAÑA.

- Prensa y publicidad exterior en el siglo XVIII.
- Siglo XIX: Publicidad impresa y desarrollo de la profesión publicitaria.
- Siglo XX: Agencias, prensa, revistas, cartelería y concursos. Cine, radio y televisión. Turismo, profesionalización y estudios superiores. Los años 70, la democracia y el consumismo.
- Importancia de la publicidad española en las últimas décadas.

Programa Práctico

Bien avanzado el cuatrimestre se propondrá a los alumnos como trabajo voluntario un ejercicio de repaso consistente en cuadros cronológicos que habrán de servir de guía para el repaso final de la asignatura.

Evaluación

La evaluación de la asignatura tendrá un solo criterio objetivo: el examen final. No obstante se valorará la asistencia a clase y la participación, así como el desarrollo del trabajo (o pequeños trabajos) de prácticas propuesto (s) de manera voluntaria, siempre y cuando su calidad merezca reconocimiento.

Bibliografía

- Anaut, Norberto: Breve historia de la publicidad, Buenos Aires, Claridad, 1.990.
Barnicoat, John: Los carteles. Su historia y su lenguaje, Barcelona, Gustavo Gili, 1972.
Costa, J.: Reinventar la publicidad, Madrid, Fundesco, 1.993.
Eguizábal, Raúl: Historia de la Publicidad, Madrid, Eresma & Celeste ediciones, 1998.
Faura, F.: Historia de la publicidad, Barcelona, Producciones Editoriales, 1976.
Ferrer Rodríguez, E.: La historia de los anuncios por palabras, Madrid, Maeva, 1.989.
Fox, Stephen: The Mirror Makers. A History of American Advertising and its Creators, Nueva York, William Morrow and Company, Inc., 1984.
García Ruescas, F.: Historia de la publicidad en España, Madrid, Editora Nacional, 1.971.
Godrun, Ch. y Dalrypel, H.: Advertising in America. The First 200 Years, Nueva York, H.N. Abrams, 1.990.
González Martín, J.A.: Teoría general de la publicidad, Madrid, Fondo de Cultura Económica, 1.996.
-

Heras Pedrosa, C.: La década de oro de la publicidad en España: años 60, Ayuntamiento de Málaga, 2000.
Marchamalo, Jesús: Bocaballos de delfín, Barcelona, Grijalbo, 1996.
Mattelart, A.: La internacional publicitaria, Madrid, Fundesco, 1.989.
Meggs, Philip B.: Historia del diseño gráfico, México, Trillas, 1.991.
Müller- Brockmann, J.: Historia de la comunicación visual, Gustavo Gili, 1998.
Nevett, T.R.: Advertising in Britain, Londres, Heinemann, 1982.
Pendergrast, Mark: Dios, Patria y Coca-Cola. La historia no autorizada de la bebida más famosa del mundo, Buenos Aires, Ediciones B. Argentina, 1993.
Pizarroso Quintero, A.: Historia de la propaganda, Madrid, Eudema, 1.990.
Puig, Jaime, J. : 5.000 años de historia del comercio y la publicidad. La aventura de la comunicación publicitaria y comercial, Barcelona, Rosaljai, 1996.
Raventós: Cien años de publicidad española. 1899-1999, Madrid, Telefónica, 2.000
Russell, T y Verrill, G.: Otto Kleppner's publicidad, México, Prentice Hall, 1.988.
Sánchez Guzmán, J.R.: Breve historia de la publicidad, Madrid, Ciencia 3, 1989.
Satué, Enric: El libro de los anuncios I, II y III, Barcelona, Altafulla, 1.985, 1.988 y 1.991.
Satué, Enric: El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días, Madrid, Alianza, 1.988.
Satué, Enric: El diseño gráfico en España. Historia de una forma comunicativa nueva, Madrid, Alianza Forma, 1997.
Sivulka, Julian: Soap, Sex and Cigarettes. A Cultural History of American Advertising, Belmont, Wadsworth Publishing Company, 1998.
Watkins, Julian Lewis: The 100 greatest Advertisements, 1852-1958, Nueva York, Dover Publications, 1993
