

Plan 458 GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Asignatura 42843 ARTE Y PUBLICIDAD

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Asignatura de formación básica.

Créditos ECTS

6 créditos ECTS.

Competencias que contribuye a desarrollar

- Competencias generales:
 - CG-1: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campos.
 - CG-2: Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su línea de estudio.
 - CG-3: Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.
 - CG-5: Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
 - CG-6: Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.
- Competencias específicas:
 - CE-1: Conocimientos fundamentales de comunicación.
 - CE-2: Capacidad para asumir el liderazgo.
 - CE-4: Conocimiento del entorno.
 - CE-5: Capacidad para la creatividad y la innovación.
 - CE-6: Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales.
 - CE-14: Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje.
 - CE-15: Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.
 - CE-19: Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno.
 - CE-20: Capacidad para trabajar en equipo.
 - CE-21: Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad.
 - CE-23: Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

1. Formación básica en el campo del arte contemporáneo para proporcionar al alumno una competencia contextual básica de orden transdisciplinar.
2. Conocimiento de las metodologías de análisis de las obras de arte y sus potencialidades en el campo publicitario.
3. Conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria.
4. Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y artísticos.
5. Iniciación a la metodología y a las técnicas de investigación en el campo de la historia del arte contemporáneo y la publicidad.

Contenidos

Estudio de las relaciones entre el arte y la publicidad desde el surgimiento del arte del cartel, a finales del siglo XIX, y sobre todo prestando atención a los movimientos de vanguardia del siglo XX.

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

- Presentación en el aula de los contenidos teóricos fundamentales de la asignatura de acuerdo con el programa, siguiendo el sistema de lección magistral y de estudio del caso (análisis y comentario de imágenes).
- Realización de un trabajo grupal sobre arte y publicidad en el que se establezcan reflexiones tanto teóricas como prácticas y su exposición en el aula.
- Otras actividades prácticas destinadas a analizar las relaciones entre arte y publicidad.

Criterios y sistemas de evaluación

- Examen final, 60% de la nota. Para los estudiantes que no participen de la evaluación continua, el examen será el 100% de la nota.
- Trabajo grupal y exposición del mismo, 30% de la nota.
- Prácticas y otras actividades, 10% de la nota.

Sólo se tendrán en cuenta las puntuaciones del trabajo y las actividades siempre y cuando se apruebe el examen. La asistencia a las exposiciones de los trabajos de los compañeros también se tendrá en cuenta para la nota final del trabajo grupal.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Campus Virtual UVA.

Calendario y horario

La asignatura se imparte en el segundo cuatrimestre.

1. Grupo 1 (aula G- 214): jueves 11:00-13:00 horas y viernes 11:35-13:15 (grupo 1º de prácticas) y 13:15- 14:35 (grupo 2º de prácticas).
2. Grupo 2 (aula A-116): jueves y viernes 9:00-11:00 horas.
3. Grupo 3 (aula:G-114): jueves 15:00-16:40 horas (grupo 1º de prácticas) y 18:40-20:20 horas (grupo 2º de prácticas) y viernes 16:40- 18:40 horas.

El horario detallado así como el cronograma indicando las horas teóricas y prácticas se entregará a comienzo del curso a cada grupo.

Para más información sobre el horario, puede consultarse la web de la facultad.

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

Clases teórico-prácticas (T/M)

40

Estudio y trabajo autónomo individual

60

Clases prácticas de aula (A)

20

Estudio y trabajo autónomo grupal

30

Laboratorios (L)

Prácticas externas, clínicas o de campo

Seminarios (S)

Tutorías grupales (TG)

Evaluación

Total presencial

60

Total no presencial

90

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

- Dra. M.^a Teresa Cortón de las Heras (tcorton@arte.uva.es)
- Dr. Francisco Egaña Casariego (fecasa@arte.uva.es)
- Dr. Jesús Felix Pascual Molina (pascual@arte.uva.es)
- Dra. Cristina Hernández Castello (mariacristina.hernandez@uva.es)

Tfno: 921112300

Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación.

Departamento de H^a del Arte.

Campus María Zambrano, 1

40005- SEGOVIA

Idioma en que se imparte

Español.