

Plan 458 GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Asignatura 42891 NUEVAS MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Optativa.

Créditos ECTS

3 créditos ECTS.

Competencias que contribuye a desarrollar

GENERALES:

CG1: 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 campo.

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 área de estudio.

CG-5: Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

ESPECÍFICAS:

CE-1: Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

CE-3: Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.

CE-4: Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.

CE-5: Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.

CE-14: Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas.

CE-15: Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.

CE-18: Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.

CE-19: Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.

CE-20: Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.

CE-21: Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.

CE-23: Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.

CE-24: Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas.

CE-27: Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

1. Conocer la evolución de la producción artística más reciente, atendiendo a sus características y desarrollo, relacionando la obra de arte con el contexto ideológico, social, político, económico y cultural en que se produjo, así como con otras manifestaciones culturales, especialmente la publicidad.
2. Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de lenguajes publicitarios y artísticos.
3. Conocer y manejar correctamente la terminología propia de las nuevas manifestaciones artísticas.
4. Desarrollar un espíritu crítico y de análisis e interpretación.
5. Iniciación a la metodología y a las técnicas de investigación en el campo de la historia del arte contemporáneo y la publicidad.

6. Acercar al alumnado a las producciones artísticas de su tiempo e incentivarle al contacto con la obra de arte.
7. Conocimiento y manejo de fuentes, bancos de imágenes, bases de datos, recursos informáticos, repositorios documentales.

Contenidos

Estudio de las corrientes y movimientos artísticos de la segunda mitad del siglo XX, prestando atención a las nuevas técnicas y medios, así como a la relación de los estilos con el momento en que surgen, y en especial con el ámbito de la publicidad.

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

- Exposición en el aula de los contenidos teóricos (lección magistral), y comentario de las imágenes relacionadas con los períodos, estilos y autores tratados (estudio del caso).
- Prácticas: estudio del caso, comentario de textos, debates...
- Realización de prácticas a través de la plataforma del Campus Virtual.

Criterios y sistemas de evaluación

- Examen final: 60% de la nota.
- Prácticas: 30% de la nota.
- Ejercicios del Campus Virtual: 10% de la nota.

Solo se tendrán en cuenta las puntuaciones de las prácticas y ejercicios del Campus Virtual si se aprueba el examen.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Campus Virtual de la UVA.

Calendario y horario

El establecido por el centro y que figura en la web del mismo.
El profesor expondrá un cronograma de la asignatura el primer día de clase.

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

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

Clases teórico-prácticas (T/M)

20

Estudio y trabajo autónomo individual

45

Clases prácticas de aula (A)

10

Estudio y trabajo autónomo grupal

Laboratorios (L)

Prácticas externas, clínicas o de campo

Seminarios (S)

Tutorías grupales (TG)

Evaluación

Total presencial
30
Total no presencial
45

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)

Dr. Jesús Félix Pascual Molina.
Departamento de Historia del Arte.
pascual@arte.uva.es
Mimembro del Grupo de Investigación Reconocido Arte, poder y sociedad en la Edad Moderna. Puede consultarse su CV abreviado en la web del grupo.

Idioma en que se imparte

Español.
