

Plan 458 GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Asignatura 42884 RETÓRICA DE LA PUBLICIDAD

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

optativa

Créditos ECTS

3

Competencias que contribuye a desarrollar

C- G1 –G3 – G5 – G15 – G16 – G19- G22 – G23- G29

Objetivos/Resultados de aprendizaje

Comprender la función de la retórica tanto en el sentido de persuasión como en el de la construcción textual. Conocer los principales recursos retóricos de la comunicación publicitaria.

O-1, O-3, O-4

Contenidos

Estudio de la comunicación persuasiva desde la confluencia de la pragmática y la retórica.

- La finalidad comunicativa del discurso persuasivo
- Fundamentos de pragmática
- Operaciones retóricas aplicadas a la publicidad
- Figuras y tropos del discurso publicitario

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Lección magistral

Trabajo individual del alumno

TRABAJO EN GRUPO

Criterios y sistemas de evaluación

Trabajos individuales o colectivos.

Ver documento adjunto Guía docente 2016-2017.pdf

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Calendario y horario

Segundo cuatrimestre.

Miércoles: 13:00-15:00.

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

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

Clases teórico-prácticas (T/M)

10

Estudio y trabajo autónomo individual

30

Clases prácticas de aula (A)

20

Estudio y trabajo autónomo grupal

15

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)

Cristina Vela Delfa

vela@fyl.uva.es

Doctora en Ciencias del Lenguaje. Especialista en análisis de las interacciones digitales y pragmática de la comunicación publicitaria.

Idioma en que se imparte

Español.