



TEORÍA E HISTORIA DE LA PUBLICIDAD. PARTE 1. HISTORIA DE LA PUBLICIDAD

Profesores M^a Cruz Alvarado López
1^o del Grado en Publicidad y RR.PP.
Curso académico 2019/2020

#QuedateEnCasa



**#ESTE
VIRUS**

**LO
PARAMOS
UNIDOS**



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE SANIDAD

Asignatura anual Teoría e Historia de la Publicidad del Grado en Publicidad y RR.PP. (Grupos 1,2 y 3)

Teoría e Historia de la Publicidad.

- Ante la situación excepcional y sobrevenida que estamos viviendo, que nos obliga a **realizar el cierre del curso 2019-2020 a través exclusivamente de las herramientas virtuales**, se ha considerado necesario realizar una serie de **cambios en los criterios inicialmente aprobados y publicados a principio del curso en las guías/proyectos docentes de la asignatura Teoría e Historia de la Publicidad (Grado en Publicidad y RR.PP.)**
- **Estas modificaciones, afectan de manera distinta a las dos partes de la asignatura**, dado que la parte de Historia ya había sido evaluada a casi la totalidad de los estudiantes, mientras que la de Teoría se encontraba en los inicios de su impartición.
- A continuación **se presentan los aspectos que no es necesario modificar** y, por lo tanto permanecen igual, y se explican en detalle los mencionados cambios generales y se desarrollan los de la parte de Historia.

No cambia el criterio general del cómputo de las dos partes de la asignatura.



Teoría e Historia de la Publicidad. Grado en Publicidad y RR.PP.

- Para aprobar la asignatura completa habrá que obtener una nota mínima final de 5 en el promedio que se realizará con la nota que se obtenga en cada parte que, además, tendrá que ser como mínimo de un 4.
- Con menos de 4 en alguna de las dos partes, ya sea Historia o Teoría no se realizará el promedio y habrá que recuperar en la convocatoria extraordinaria la parte que tenga menos de 4.
- Si teniendo 4 o más en cada parte no diera un promedio de 5, habrá que recuperar ambas partes en la convocatoria extraordinaria.

No cambia el criterio general del cómputo de las dos partes de la asignatura.



Teoría e Historia de la Publicidad. Grado en Publicidad y RR.PP.

Ejemplos:

- **Caso 1:** persona que obtiene en la parte de historia un 6 y en la parte de teoría un 4, promedia y obtiene nota final de 5
- **Caso 2:** persona que obtiene en la parte de historia un 9 y en la parte de teoría un 3, no promedia y tiene que presentarse a la convocatoria extraordinaria de la parte de teoría para llegar al menos a un 4 en la nota final de teoría y poder promediar.
- **Caso 3:** persona que obtiene en la parte de historia un 4 y en la de teoría un 5, promedia pero como no le da 5 tiene que presentarse a la segunda convocatoria de historia

Cambia la evaluación para los estudiantes que tenían que evaluarse a través de un examen. El examen presencial se sustituirá por otras tareas.



EXAMEN FINAL TIPO TEST

Parte de Historia de la **Publicidad (Grupos 1,2 y 3)**

Parte de Historia de la Publicidad

#QuedateEnCasa



✓ No hay modificaciones en el contenido de la asignatura. Se mantienen, tanto la parte introductoria de la asignatura, como los 5 Temas impartidos durante el primer cuatrimestre, basados en los manuales básicos y los apuntes y materiales subidos al campus virtual. Si por cuestiones obvias no se dispone de acceso al manual de Eguizábal, debe usarse la web del Centro de Documentación Publicitaria www.lahistoriadelapublicidad.com y el resto de fuentes disponibles online que figuran en el Tema 1.



Contenidos repartidos en 5 temas

Materiales Introductorios

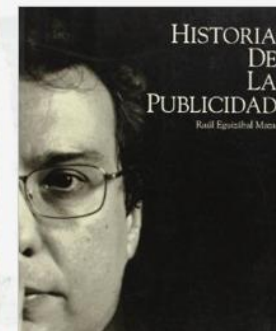
- Tema 1.** Aproximación al fenómeno publicitario desde la historia.
- Tema 2.** Del origen de los anuncios al nacimiento de la publicidad.
- Tema 3.** La expansión de la publicidad.
- Tema 4.** La era del consumo.
- Tema 5.** Historia de la publicidad en España.



Contenidos/Manuales básicos

Raúl Eguizábal Maza, Catedrático de Teoría e Historia de la Publicidad

Eguizábal, R. (1998): Historia de la Publicidad, Eresma y Celeste, Madrid. (o 2011, Fragua)





Cambios en la evaluación y tareas a realizar para superar la Parte de Historia de la Publicidad.

Se presentan aquí los distintos casos que pueden darse y las formas de evaluación que se van aplicar en el escenario actual:

1. **Estudiantes de primera matrícula que eligieron evaluación continua y han cubierto los requisitos llegando a un mínimo de 4 en el sumatorio final de esta parte no tienen que hacer nada.**
2. **Estudiantes de primera matrícula que eligieron la evaluación continua pero no han cubierto los requisitos o no han llegado al mínimo de 4 en el sumatorio final, deberán realizar las tareas que se indican en el último documento de notas subido al campus, que son de dos tipos en función de su situación:**
 - Participar en el foro que se va a abrir en el campus titulado “2020: ¿Un año histórico también para la publicidad?”, siguiendo las instrucciones que en él se plantearán. Se abrirá el 20 de abril y se cerrará el 2 de mayo a las 23,55.
 - Realizar la tarea Think Different con los mismos criterios y rúbrica que se plantearon para esta tarea en el primer cuatrimestre. Se abrirá la tarea en el campus el 4 de mayo y se cerrará el 29 a las 23.55.

(ver documento explicativo)



Cambios en la evaluación y tareas a realizar para superar la Parte de Historia de la Publicidad.

Se presentan aquí los distintos casos que pueden darse y las formas de evaluación que se van aplicar en el escenario actual:

3. Estudiantes de primera matrícula que no eligieron la evaluación continua. Deberán obligatoriamente:

- Participar en el foro que se va a abrir en el campus titulado “2020: ¿Un año histórico también para la publicidad?”, siguiendo las instrucciones que en él se plantearán. Esta tarea valdrá un máximo de 3 puntos. Se abrirá el 20 de abril y se cerrará el 2 de mayo a las 23,55.
- Realizar la tarea Think Different (2 partes), con unos nuevos criterios y rúbrica ya que se divide en dos partes, una primera con resúmenes que valdrá un máximo de 3 puntos y una segunda parte en la que los estudiantes tendrán que hacer dos aportaciones originales a cada tema y que valdrá 4 puntos máximo y sobre la que se darán instrucciones. Se abrirá la tarea en el campus el 4 de mayo y se cerrará el 29 a las 23.55.

A esta obligatoriedad de hacer ambas tareas hay algunas excepciones en el caso de estudiantes que han hecho algunas prácticas durante el curso aunque no habían elegido la continua y deben hacer solo lo que se les indica en el documento de notas subido.



Cambios en la evaluación y tareas a realizar para superar la Parte de Historia de la Publicidad.

Se presentan aquí los distintos casos que pueden darse y las formas de evaluación que se van aplicar en el escenario actual:

4. Estudiantes repetidores que no eligieron la evaluación continua (los que la eligieron han cubierto los requisitos). Deberán obligatoriamente hacer estas dos tareas:

- Participar en el foro que se va a abrir en el campus titulado “2020: ¿Un año histórico también para la publicidad?”, siguiendo las instrucciones que en él se plantearán. Esta tarea valdrá un máximo de 3 puntos. Se abrirá el 20 de abril y se cerrará el 2 de mayo a las 23,55.
- Realizar la tarea Think Different (2 partes), con unos nuevos criterios y rúbrica ya que se divide en dos partes, una primera con resúmenes que valdrá un máximo de 3 puntos y una segunda parte en la que los estudiantes tendrán que hacer dos aportaciones originales a cada tema y que valdrá 4 puntos máximo y sobre la que se darán instrucciones. Se abrirá la tarea en el campus el 4 de mayo y se cerrará el 29 a las 23.55.



A todos, pero especialmente en a los estudiantes con alguna tarea pendiente de hacer o con toda la asignatura por evaluar se recomienda encarecidamente consultar cuanto antes el último documento Excel con las notas publicado



Se sustituyen las tutorías presenciales por **tutorías online.**

Podréis comunicaros conmigo por **Skype** (**buscadme ahí por cruzalop@yahoo.es**) enviando primero un mensaje siempre en días lectivos en el siguiente horario:

Miércoles de 17,30 a 19,30. O a través del correo pidiéndome cita.

mariacruz.alvarado@uva.es

M.ª Cruz Alvarado López

Jose @katapim 12/11

Se la cerilla del medio. #CODVID19 #YoMeQuedoEnCasa

