



Adenda Guía docente de la asignatura (2º Cuatrimestre 2019-2020)			
Asignatura	PÚBLICOS Y USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA		
Materia	M2. Funcionamiento del Sistema Publicitario		
Módulo			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		
Plan	458	Código	458
Periodo de impartición	Segundo cuatrimestre	Tipo/Carácter	OBLIGATORIA OB.9.M2
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	3º
Créditos ECTS	4		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Pilar San Pablo Moreno		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	<a href="mailto:pilarsp@hmca.uva.es">pilarsp@hmca.uva.es</a> Despacho 352		
Departamento	HMCA		

#### 4. Contenidos y/o bloques temáticos (SOLO SI HAY MODIFICACIÓN POR EL ESTADO DE ALARMA)

##### Bloque I: Efectos de la realidad práctica sobre las Audiencias (Públicos) de la Comunicación Publicitaria

Carga de trabajo en créditos ECTS:

##### c. Contenidos

1. El público de la publicidad. La capacidad de elegir. Los sueños y los deseos.
2. La publicidad y la felicidad. Ser uno mismo. Conciencia y sistema capitalista. Concepto de sostenibilidad.
3. Apariencia y conciencia. Reputación. Ser y parecer. Antropocentrismo.
4. Los públicos de un evento: Estudio de Caso "Los Congresos del Bienestar"
5. Relación información y publicidad. Lectura artículo "La plaza del mercado"
6. Periodismo, medios de desinformación y comunicación jibarizada.
7. Crisis de valores. "La Doctrina del Shock".

##### d. Métodos docentes

Clases de presentación de materiales y documentación.  
Clases prácticas y estudios de caso.  
Trabajos de reflexión creativos individuales y grupales.

**Foros de discusión. Campus Virtual.**

**Entrega tareas. Campus Virtual.**

##### e. Plan de trabajo

Desde el punto 1 al 5 se han abordado los temas en clases presenciales



Los puntos 6 y 7 se han trabajado en Foros en el Campus Virtual, tras la entrega de materiales y documentación para prepararlos por parte de la profesora en el Campus Virtual.

## f. Evaluación

EVALUACIÓN CONTINUA:

### BLOQUE I: (50% de la nota final)

- Los trabajos correspondientes a los puntos 1 y 2 tienen un valor de **10% sobre la nota final**
- Punto 3, 4 y 5. Estudio de caso y reflexión grupal (Congresos del Bienestar y La Plaza del Mercado) **20% sobre la nota final.**
- **Puntos 6 y 7** Información, Publicidad y Valores (Foro Rosa Mª Calaf y Pascual Serrano y Foro Doctrina del Shock ) (**Periodo especial DOCENCIA on-line desde el 13 de marzo**) Las intervenciones en dichos foros tienen un peso de **10% sobre la nota global.**

## 5. Métodos docentes y principios metodológicos desde el 13.03.2020

Con el paso a la virtualización de la asignatura, con motivo del estado de alarma, la lección magistral queda reemplazada por los materiales que se proporcionen a través del Campus Virtual (vídeos, lecturas, enlaces...). Las prácticas seguirán su desarrollo en los foros habilitados a fin de compartir reflexiones y las tareas se subirán en los apartados disponibles para ello.

Las herramientas de comunicación serán las que proporciona el Campus Virtual, así como el correo oficial de la UVa, por lo que los estudiantes deberán tenerlo activado o, en su defecto, redireccionado a la cuenta que usen con más frecuencia.

## Bloque II: El nuevo papel de los Actores (Usuarios) de la Comunicación Publicitaria

Carga de trabajo en créditos ECTS:

### c. Contenidos

TRABAJO INDIVIDUAL: PROYECTO SELFIE (PUBLI-BIOGRAFÍA) en tres partes:

8. Gráfica. Imágenes y memoria de la publicidad
9. Podcast. Sonidos y relatos de la publicidad.
10. Ensayo. ¿Hacia dónde va mi lugar como consumidor en el mundo?
11. Sostenibilidad y consumo. Influencia de los usuarios de la publicidad en la Comunicación Publicitaria y en el Sistema socioeconómico. Perspectivas actuales tras la crisis del coronavirus
12. El papel de las agencias, los publicistas y los usuarios de la Comunicación Publicitaria.

### d. Métodos docentes

Clases de presentación de materiales y documentación en el Campus Virtual

Trabajos creativos y de reflexión individuales.

**Foros de discusión. Campus Virtual.**

**Entrega tareas. Campus Virtual.**

### e. Plan de trabajo



-Trabajo individual a desarrollar después del Bloque I. Creatividad, memoria y reflexión.

Tres versiones: Gráfica/visual, sonora/podcast, Ensayo/escritura.

-Foros en el Campus Virtual intervenciones reflexivas tras la entrega de materiales y documentación por parte de la profesora en el Campus Virtual.

## f. Evaluación

EVALUACIÓN CONTINUA:

**BLOQUE II: (50% de la nota final)**

- Trabajo individual PROYECTO SELFIE PUBLI-BIOGRAFÍA. Puntos 8, 9 y 10:

**GRÁFICA/PODCAST/ ENSAYO 40% sobre la nota final**

- Puntos 11 y 12: Foros:

**-Sostenibilidad y consumo**

**-El papel de las agencias, los publicistas y los usuarios.**

Las intervenciones en dichos foros tienen un peso de **10% sobre la nota global.**

## 6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura desde el 13.03.2020

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Actividad teórico-práctica de modo presencial (antes de 13-03-2020)	14	Actividad teórico-práctica de modo virtual (desde 13-03-2020)	20
Estudio y trabajo grupal	26	Estudio y trabajo autónomo individual	60
Total presencial	<b>40</b>	<b>Total no presencial</b>	<b>80</b>

## 7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
<b>Bloque I</b> Reflexión (borradores 1 y 2) = 10% Estudios de caso (x2 grupal) = 20% Foros información = 10%	50%	<b>EVALUACIÓN CONTINUA</b>
<b>TRABAJO ESPECIAL BLOQUE I</b> <b>( SOLO para quien NO haya entregado nada antes del 13 de marzo de 2020)</b>	40%	<u>SOLO</u> quienes NO siguen evaluación continua
<b>Bloque II</b> Trabajo INDIVIDUAL =40% Foros Consumo =10%	50%	<b>EVALUACIÓN CONTINUA</b>  (y también quienes NO siguen la evaluación continua)



CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b><u>Convocatoria ordinaria: (SOLO QUIEN HAYA SEGUIDO LA EVALUACIÓN CONTINUA)</u></b> Bloque I + Bloque II = 100% nota final</li><li>• <b><u>Convocatoria extraordinaria (CON Evaluación Continua):</u></b> Bloque I + Bloque II = 100% nota final</li><li>• <b><u>Convocatoria extraordinaria (SIN Evaluación Continua):</u></b> <b>Para garantizar que quien no haya participado en la Evaluación Continua puede superar la asignatura:</b> <b>(Quien tuviera trabajos de la asignatura sin entregar antes de la fecha 13 marzo 2020 DEBE HACER UN TRABAJO ESPECIAL DEL BLOQUE I (40% de la nota final))</b> Las instrucciones estarán colgadas en el Campus Virtual y la fecha de entrega será la FIJADA EN EL CALENDARIO DE EXAMENES PARA CONVOCATORIA EXTRAORINARIA: <b>Nota final= TRABAJO ESPECIAL BLOQUE I 40% + TRABAJO INDIVIDUAL Bloque II 40% + Intervención en Foros 10% ( SOLO PUEDEN OPTAR A UN 9, como nota máxima )</b></li></ul>

## 8. Consideraciones finales

Los estudiantes deben seguir en todo momento las indicaciones que les de su profesora a través del Campus Virtual, método oficial de comunicación junto con el correo oficial de la UVa, como recogen las instrucciones rectorales dictadas para estas circunstancias excepcionales.