

**Guía docente de la asignatura**

Asignatura	MODELOS DE ANÁLISIS DEL MENSAJE PUBLICITARIO		
Materia	M1. Fundamentos de la comunicación publicitaria		
Módulo			
Titulación	Publicidad y Relaciones Públicas		
Plan	458	Código	42882
Periodo de impartición	Segundo Cuatrimestre	Tipo/Carácter	OP (Optativa)
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	Tercero
Créditos ECTS	3		
Lengua en que se imparte	Castellano		
Profesor/es responsable/s	Luisa Moreno Cardenal		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	luisamaria.moreno@uva.es luisamorenocardenal@gmail.com		
Departamento	Historia Moderna, Contemporánea, de América, Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad		

Las modificaciones que ha sido necesario realizar para adaptar la guía docente de esta asignatura al nuevo escenario de no presencialidad de la docencia afectan a los apartados que a continuación se recogen, señalándose los cambios en azul.

4. Contenidos y/o bloques temáticos

c. Contenidos

c.2. PROGRAMA DE PRÁCTICAS

1. Análisis sucesivos de anuncios gráficos.

La profesora irá proporcionando a los estudiantes las pautas y documentación necesarias para la realización de estos análisis ~~que se harán siempre en clase~~. La profesora (los) corregirá algunos de ellos personalmente para luego ~~dedicar parte de una clase a hacer~~ los comentarios pertinentes, habiendo devuelto a cada alumno su práctica corregida y comentada. ~~Otros análisis los autocorregirá cada estudiante en clase.~~

Lo que cambia de este plan inicial es que **desde el día 20 de marzo**, que fue el primer viernes que no tuvimos clase presencial, los análisis se están haciendo en casa en el tiempo pautado (lo que duraría la clase presencial de los viernes, de 15:00 a 17:00) a través de tareas programadas en el Campus Virtual, más algunos otros análisis propuestos de manera extraordinaria para que aquellos estudiantes que estén disfrutando de la asignatura y deseen desarrollar más sus destrezas analíticas, que son varios, los hagan.

2. ~~Análisis de spots publicitarios.~~

~~Por la complejidad del tema, se hará un análisis a lo largo de algunas clases entre la profesora y los alumnos, una vez terminado el periodo de aprendizaje del método de análisis de la publicidad gráfica.~~

Para seguir practicando el análisis de gráficas eliminamos de los contenidos de prácticas la parte dedicada a analizar anuncios audiovisuales.

Se valorará positivamente:

- el desarrollo de un trabajo constante
- la capacidad de seleccionar y analizar información procedente de diversos tipos de fuentes
- la capacidad de extraer conclusiones operativas
- la aplicación de los conocimientos expuestos en el aula **hasta el viernes 13 de mayo y los posteriormente expuestos en los apuntes facilitados por la profesora a través del Campus Virtual desde el 20 de mayo.**
- la originalidad
- la gestión eficaz del tiempo

d. Métodos docentes

Tal y como se recoge en la memoria de verificación de la titulación, las actividades programadas en la asignatura de Modelos de análisis del mensaje publicitario se desarrollarán recurriendo a las metodologías básicas de enseñanza y aprendizaje siguientes:

- Clases teóricas.
- Estudios de casos previos.
- Análisis de anuncios gráficos para aprendizaje.



- Análisis de anuncios gráficos para perfeccionamiento.
- ~~Análisis de spots para aprendizaje.~~
- ~~Análisis de spots para perfeccionamiento.~~

La teoría impartida en clase ([durante el primer mes de clases](#)) y [ahora a través del Campus Virtual](#) estará siendo constantemente aplicada a las prácticas, para ir comprobando de manera inmediata que los alumnos han aprehendido la operatividad de los conceptos explicados para realizar análisis lo más rigurosos y sustanciosos posibles.

e. Plan de trabajo

Para desarrollar el programa teórico de la asignatura se tomará como referencia el modelo de la clase magistral, consistente en la exposición oral de los diferentes temas que componen dicho programa, con la ayuda y el soporte de presentaciones audiovisuales, que servirán para ilustrar las ideas fundamentales y motivar al alumno en el proceso de aprendizaje. Un proceso en el que es muy importante saber escuchar, como paso previo para pensar, tomar la palabra y pasar a la acción llevando a la práctica las ideas.

Las clases magistrales se combinarán con el desarrollo en el aula de las actividades prácticas. Tales actividades, en las que el alumno ha de participar activamente, aparte de servir de complemento y refuerzo del programa teórico, permitirán al alumno exponer sus ideas y entrenarse en una cuestión fundamental, tanto para su vida académica como para su futura carrera profesional.

Teniendo en cuenta tanto el calendario académico oficial como los horarios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas fijados por el centro, el cronograma de actividades previsto para el desarrollo de la asignatura de Modelos de análisis del mensaje publicitario durante el curso 2019/20 se pondrá a disposición del alumno en el Campus Virtual al comienzo del curso.

[Todo lo expuesto en este apartado fue posible hacerlo durante el primer mes de clases. Desde que comenzamos con las clases online, ha cambiado la manera de trabajar de estudiantes y profesora. La clase magistral ha sido suplida por la elaboración de apuntes por parte de la profesora, y los análisis de los estudiantes, al no poder hacerse en el aula, se hacen en casa, teniendo un tiempo limitado por una tarea programada en el Campus Virtual.](#)

f. Evaluación

- La evaluación de esta asignatura tendrá dos posibles fórmulas. El alumno habrá de elegir una u otra:
- A. Evaluación continua (el trabajo acumulado a lo largo del cuatrimestre ofrece la posibilidad de poder subir la nota del examen final) ó
 - B. Únicamente examen final.

Opción A: La evaluación continua tiene dos partes: prácticas de clase y de tareas del Campus Virtual + examen.

- a. Valoración de cada una de las prácticas realizadas en clase [y de tareas del Campus Virtual](#) especificadas en el cronograma: ~~las prácticas se harán única y exclusivamente en clase.~~ Si alguien no puede asistir a clase [o no hizo las prácticas propuestas en algunas tareas del Campus Virtual de](#)



tiempo limitado ya acabadas, no podrá entregar esas prácticas después habiéndolas hecho a posteriori. Pero puede hacer las que se vayan proponiendo después. La valoración de estas prácticas puede suponer mejorar la nota final notablemente.

- b. El examen final (fecha oficial) recogerá una serie de preguntas de teoría y un análisis que dará muestra de la destreza alcanzada por el alumno a lo largo del cuatrimestre. La evaluación de este examen equivaldrá al 100% de la nota, pudiendo ser mejorada por la calidad de las prácticas en el aula. Esto significa que si alguien tiene un mal día como analista el día del examen pero a lo largo del curso ha hecho buenos análisis podría sacar una buena nota.

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO EVALUACIÓN CONTINUA	PESO EN LA NOTA FINAL (%)	OBSERVACIONES Necesario para la evaluación
Prácticas de curso: sucesivos análisis especificados en el cronograma	Puede subir la nota final	Individual y en grupo Elaboración en el aula y online y comentarios de recapitulación en clases posteriores (primer mes presenciales y después online)
Evaluación de contenidos teóricos y análisis	100%	Individual Preguntas cortas y análisis
Total	100% + mejora	

Opción B: únicamente examen final: esta fórmula está pensada para todos aquellos alumnos que por diversos motivos no puedan asistir a clase con regularidad y por tanto les resulte inviable la evaluación continua. Como máximos responsables de prepararse la asignatura de manera autónoma (aunque siempre se puede solicitar alguna tutoría para aclarar dudas), los estudiantes que estén en esta situación deberán conseguir apuntes de clase de compañeros y consultar libros de la bibliografía recomendada. El examen supondrá el 100% de la nota del alumno.

El examen se enviará a todos los alumnos el día oficial a la hora programada, como una tarea con tiempo limitado (hora de comienzo y hora de entrega) y las instrucciones de cómo desarrollar el examen de manera correcta. Al igual que si fuese presencial, el examen tendrá una pequeña parte dedicada al marco teórico y una gráfica para analizar. La valoración de los aportes de conocimiento teórico y las destrezas analíticas serán evaluadas de manera global.

i. Recursos necesarios

~~Junto a la bibliografía reseñada en el anterior apartado, se requiere una atención especial por parte de los alumnos a las campañas que estén presentes durante este cuatrimestre en los medios de comunicación, pues se puede llegar a utilizar material actual que resulte especialmente atractivo e interesante como objeto de análisis. Esto supone solicitar a los alumnos de esta asignatura que de vez en cuando hojeen revistas, vean los spots publicitarios de televisión e internet, escuchen las cuñas radiofónicas que se encuentren como radioyentes, y observen la publicidad exterior con la que se cruzan en su vida cotidiana. El objetivo de este requisito es, no solo que puedan así aportar material por el que sientan un interés más particular, sino también que el interrogante sobre el sentido y la configuración de los mensajes publicitarios esté funcionando vivamente a lo largo del periodo en el que se imparte esta asignatura de análisis.~~



~~En cuanto a las herramientas que son necesarias para el aula, es preciso llevar a clase folios, bolígrafo azul o negro y bolígrafo rojo o de otro color que resalte sobre el azul/negro, necesarios ambos para la escritura y la autocorrección de análisis en clase.~~

~~La utilización por parte de los/as estudiantes de cualquier dispositivo electrónico (móvil, tablet, portátil...) estará limitada a la realización de cierto tipo de prácticas en las que la profesora considere necesario su uso (se avisará con tiempo suficiente). Para la utilización de dispositivos electrónicos fuera de este supuesto se requerirá que el alumno lo haga fuera del aula para no dispersar la atención ni concentración (ni la suya ni la de los demás: compañeros y profesora) respecto al trabajo intelectual que se esté realizando en clase.~~

Lo expuesto en este apartado se ve trastocado por las nuevas circunstancias. Solo se trabajará con el material proporcionado por la profesora como propuestas para analizar.

Las herramientas necesarias ahora obviamente son disponer de un ordenador con conexión a internet para poder seguir el transcurso de la asignatura y estar conectado a la página a través del Campus Virtual, para poder leer con atención todos los correos enviados por la profesora, así como poder enviarle correos a ella, y también para poder hacer las tareas propuestas.

8. Consideraciones finales

Ninguna.

Expongo en las consideraciones finales una idea que ahora se hace necesaria: creo que debido a las circunstancias especiales que estamos viviendo, todos tenemos que poner algo más de nuestro esfuerzo personal **para evitar que la calidad de la enseñanza y el aprendizaje en los estudios universitarios se vea mermada.**

Las circunstancias actuales no legitiman el trabajar menos, sino que requieren trabajar más. Por eso, aunque las prácticas de esta asignatura se plantean como voluntarias, **sería necesario que los estudiantes que aún no han hecho ninguna práctica hagan alguna de las que quedan por plantear.** De esta manera, podré saber cómo analizan y cuáles son sus puntos fuertes y débiles para reforzar estos últimos y poder tener así un mínimo seguimiento. Esto será útil para poder calificar con más datos sus habilidades, cuya demostración en el examen online, si es la única, siempre podría tener la sombra de la duda (como diría Hitchcock) debido a las características atípicas que tendrá en esta ocasión la manera de examinarse, un formato que fomenta inevitablemente las suspicacias, algo que podría amortiguarse con otros aportes complementarios por parte del estudiante. Estamos en un terreno atípico donde ahora más que nunca se requiere responsabilidad por parte de todos.