



Proyecto/Guía docente de la asignatura

Asignatura	Teoría Crítica de la Cultura		
Materia	Materia. 4: La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos (36 créditos.)		
Módulo			
Titulación	Grado de Publicidad y Relaciones Públicas		
Plan	Verifica011208V2	Código	OB.19.M4.
Periodo de impartición	Segundo Cuatrimestre	Tipo/Carácter	Obligatoria
Nivel/Ciclo		Curso	4º
Créditos ECTS	(4 créditos.)		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Manuel Antonio Pacheco Barrio, María Soledad Romo Mellid		
	manuelantonio.pacheco@uva.es, sol.romo@yahoo.es		
Departamento	HMCAPyCAP		

1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura se ubica en la Materia 4: La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos, que constituye una de las materias específicas del grado. La materia facilita el aprendizaje de procedimientos, conocimientos y capacidades básicos para el desarrollo de una actividad profesional y/o académica en el ámbito del sistema publicitario. La asignatura se ubica en cuarto curso de grado, después de que el alumno haya cursado otras dos asignaturas de esta misma materia los años anteriores.

1.2 Relación con otras materias

Se relaciona con las otras asignaturas de la materia 4. El funcionamiento del sistema publicitario y las comunicaciones creativas producidas por éste adquieren todo su sentido en su encuentro con los públicos a los que se dirigen. La materia 4 se ocupa de esa dimensión necesaria y complementaria que da sentido a las tres materias anteriores y que persigue conocer la dimensión psicológica, social y cultural de los públicos a los que el sistema publicitario se dirige.

Algunos de sus contenidos guardan relación con los de asignaturas de otras materias, como Teoría de la Información y de la Comunicación, Publicidad Política y Propaganda, Industrias Culturales.

1.3 Prerrequisitos

La realización de esta asignatura no exige requisitos previos, pero se asume que el/la estudiante ha asimilado los conceptos y conocimientos ofrecidos en otras asignaturas de esta misma materia, en cursos anteriores.

2. Competencias

Indicar las competencias que se desarrollan, de las descritas en el punto 3.2. de la memoria de verificación de la titulación y seleccionadas en el módulo, materia o asignatura correspondiente. Es conveniente identificarlas mediante letra y número, tal y como aparecen en la lista mencionada anteriormente.

2.1 Generales

Competencias generales: CG-1, CG-3, CG-4, CG-5, CG-6.

CG-1 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-3 Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.

CG-4 Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

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

CG-6 Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional.

2.2 Específicas

Competencias específicas: CE-1, CE-3, CE-4, CE-5, CE-10, CE-19, CE-20, CE-21, CE-23, CE-24, CE-25, CE-27

- 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-2 Capacidad para asumir el liderazgo. Capacidad de asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- 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-10 Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión y la docencia: es decir, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.
- 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-25 Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.
- CE-27 Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.

3. Objetivos

Esta asignatura pretende ofrecer una panorámica de las principales aproximaciones teóricas y prácticas a ese amplio y complejo concepto que es el de cultura. Se quiere ofrecer una comprensión crítica y sistemática del mundo en que vivimos, en la medida en que debe disponer de ella todo profesional de la comunicación. Hay que analizar y comprender de manera crítica la cultura en relación con el sistema social y comunicativo.

Delimitar y explicar el concepto de cultura de masas. Explicar y analizar las conexiones entre las manifestaciones publicitario-comerciales y la cultura de masas.

4. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	18 (15 clases de 1:20 horas)	Estudio y trabajo autónomo individual	30
Clases prácticas de aula (A)	18 (15 Clases de 1:20 horas)	Estudio y trabajo autónomo grupal	30
Evaluación	4		
Total Presencial	40	Total No presencial	60

5. Contenidos**a. Contextualización y justificación**

Conocer las nociones fundamentales de la cultura desde una perspectiva comunicativa y del sistema publicitario.

b. Objetivos de aprendizaje

Tener un conocimiento general de la cultura y la influencia en el público destinatario para cumplir sus objetivos.

c. Contenidos

- T1. Concepto de cultura
- T2 Publicidad y cultura: la globalización y el sistema publicitario.
- T3 La cultura de masas: propaganda y medios de comunicación
- T4. Dinámicas culturales en la era de la globalización: multiculturalismo e interculturalidad.
- T5. La cultura como escenario de conflicto.
- T6. La cultura de las redes y la corrección política.

d. Métodos docentes

En las clases se combinarán las explicaciones teóricas con clases prácticas en el que se llevarán a cabo estudios de casos, lecturas de artículos o ejercicios prácticos relacionados con la comunicación y la cultura de masas.

e. Plan de trabajo

Asistencia regular a las clases complementada con el trabajo fuera del aula.

f. Evaluación

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Si se detecta algún plagio o copia en alguno de los trabajos presentados a lo largo del curso, la asignatura quedará directamente suspensa en esa convocatoria.

No se admitirá la entrega de ningún trabajo fuera de los plazos previstos.

A lo largo del curso se realizarán varias prácticas evaluables con un peso total del 30% de la nota.

Las prácticas no se podrán presentar fuera de plazo.

•Examen en convocatoria ordinaria con preguntas cortas, a desarrollar y algún ejercicio práctico a partir de un texto.

g. Bibliografía básica

BUSQUET, J. (2008): Lo sublime y lo vulgar: la 'cultura de masas' o la pervivencia de un mito, UOC.

CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward S. (2009): Los guardianes de la libertad, Crítica.

CUCHE, D. (2007): La noción de cultura en las ciencias sociales, Nueva visión, Lumen editores.

HERNÁNDEZ-SANTAOLALLA, V. (2018): Los efectos de los medios de comunicación de masas, UOC.

PACHECO BARRIO, M. (2021): Publicidad Política y propaganda, Veritas Omnium Mutantu.

PINEDA, A., FERNÁNDEZ, J. y HUICI, A. (coords.) (2018): Ideologías políticas en la cultura de masas, Tecnos

STONOR SAUNDERS, F. (2013): La CIA y la Guerra Fría cultural, Debate.

h. Bibliografía complementaria

- Rancière, J. El odio a la democracia, Amorrortu, 2012
- Todorov, S. Los abusos de la memoria, Paidós, 2008
- Williams, R. Historia y Cultura Común (Ed. A. García Ruiz), Catarata, 2008
- Žižek, S. Islam y Modernidad, Herder, 2015
-

i. Recursos necesarios

Los propios de una asignatura de la titulación de Publicidad y RR.PP.

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1	Introducción a la cultura. Febrero
1	Multiculturalismo e interculturalidad. Marzo
1	Cultura de Masas. Abril
1	Influencias culturales en la publicidad. Mayo

6. Métodos docentes y principios metodológicos

En las clases prácticas resulta imprescindible la participación del alumno, tanto en el desarrollo de la clase como en las actividades previas requeridas según el caso. Estas prácticas tienen el objetivo de facilitar el proceso de aprendizaje en la asignatura, la participación activa en dichas actividades se tendrá en cuenta en la evaluación del alumno.

El alumno deberá preparar la asignatura con el material elaborado por el profesor y la bibliografía especificada en cada tema, además de las lecturas complementarias indicadas por el profesor.

Clases teóricas: Descripción del marco general de la actividad de la teoría crítica de la cultura y su vinculación con el sistema publicitario.

7. Sistema y características de la evaluación

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> Convocatoria ordinaria: Prácticas a lo largo del curso: 30% Examen ordinario de la asignatura. 70 % de la nota. Prueba objetiva relacionada con el temario que tendrá preguntas relacionadas con el temario y un caso práctico para analizar y relacionar. Convocatoria extraordinaria: Examen ordinario de la asignatura. 80 % de la nota. Trabajo práctico 20%.

8. Consideraciones finales

Se valorará la interactividad del alumnado en las clases y la participación activa en las mismas.

Adenda a la Guía Docente de la asignatura

La adenda debe reflejar las adaptaciones sobre cómo se desarrollaría la formación si tuviese que ser desarrollada en modalidad online por mandato de autoridades competentes. Se deben conservar los horarios de asignaturas y tutorías publicados en la web de la UVa, indicar el método de contacto y suministrar un tiempo razonable de respuesta a las peticiones de tutoría (2-4 días lectivos). Describir el modo en que se desarrollarán las actividades prácticas. En el caso de TFG/TFM, desarrollar detalladamente los sistemas de tutorías y tutela de los trabajos.

A4. Contenidos y/o bloques temáticos

Reflejado en el Proyecto/Guía Docente.

A5. Métodos docentes y principios metodológicos

En el caso de un posible confinamiento por un rebrote de la enfermedad por mandato de las autoridades sanitarias se pasará a la docencia online.

La metodología docente a seguir en este caso será el sistema de videoconferencia en el horario fijado para la asignatura, así como la utilización del campus virtual para completar los contenidos a través de documentos, videos, etc.

A través del campus virtual se pondrán a disposición de los alumnos todos los materiales necesarios para un correcto seguimiento de la asignatura.

Es responsabilidad de los estudiantes estar al tanto de los contenidos trabajados en las clases y de los recursos facilitados para el desarrollo de la asignatura a través del Campus Virtual.

De la misma forma, las tutorías se llevarán a cabo de manera online y se solicitarán por correo electrónico al profesor correspondiente.

A6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

Reflejado en el Proyecto/Guía Docente.

A7. Sistema y características de la evaluación

Se especificará al inicio del curso y podrá adaptarse según el contexto de la pandemia. En caso de confinamiento todas las pruebas de evaluación se realizarán y entregarán de manera online.

A través del campus virtual se pondrán a disposición de los alumnos todos los materiales necesarios para un correcto seguimiento de la asignatura y su evaluación.

Es responsabilidad de los estudiantes estar al tanto de los contenidos trabajados y de los recursos facilitados para el desarrollo de la asignatura a través del Campus Virtual.