



PROYECTO DOCENTE
Teoría e Historia del Cartel Publicitario
GRUPO ÚNICO
CURSO 2020-21

Datos básicos de la asignatura

Titulación:	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Año plan de estudio:	2010
Curso implantación:	2020-21
Centro responsable:	Facultad de Comunicación
Nombre asignatura:	Teoría e Historia del Cartel Publicitario
Código asignatura:	2110026
Tipología:	OPTATIVA
Curso:	3
Periodo impartición:	Primer cuatrimestre
Créditos ECTS:	6
Horas totales:	150
Área/s:	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Departamento/s:	Comunicación Audiovisual y Publicidad

Coordinador de la asignatura

Profesorado

Profesorado del grupo principal:
BARRAGAN ROMERO ANA ISABEL

Objetivos y competencias

OBJETIVOS:

El principal objetivo de la asignatura es familiarizar al alumno con el lenguaje, los rasgos, las técnicas y la evolución histórica del cartel publicitario y, al mismo tiempo, adentrarlo en la concepción y realización concreta de carteles y ayudarlo a su correcta valoración y presentación.

De esta forma, se incentiva la capacidad de análisis del discurso publicitario a través del cartel, así



PROYECTO DOCENTE
Teoría e Historia del Cartel Publicitario
GRUPO ÚNICO
CURSO 2020-21

como la capacidad de estudiar el desarrollo histórico de la comunicación y en especial del cartel.

COMPETENCIAS:

Competencias específicas:

E01. Conocimientos fundamentales de las Ciencias Sociales y del entorno económico, político, social y cultural que lo capacite para interactuar con la sociedad.

E17. Estudio y evolución de los aspectos industriales, sociales y estéticos que inciden en la publicidad.

E20. Capacidad para percibir críticamente el nuevo panorama de la comunicación que nos rodea, considerando los mensajes icónicos como fruto de una sociedad producto de las condiciones sociopolíticas, económicas y culturales.

Competencias genéricas:

G03. Creatividad: capacidad para aplicar el pensamiento creativo en las campañas de comunicación.

G07. Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y



PROYECTO DOCENTE
Teoría e Historia del Cartel Publicitario
GRUPO ÚNICO
CURSO 2020-21

colectivos y respecto por los derechos humanos.

G09. Fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y los valores democráticos y de la cultura de la paz. Que debe ser adscrita, al menos, al módulo de prácticas y trabajo de trabajo fin de grado y en todo caso a las asignaturas que contemplen contenidos de igualdad de género y/o derechos humanos, caso de que estén presentes en el plan de estudios.

Contenidos o bloques temáticos

Tema 1. Teoría del cartel: concepto, cualidades y funciones.

Tema 2. El lenguaje icónico-textual del cartel publicitario.

Tema 3. Los orígenes del cartel. El factor tecnológico.

Tema 4. El cartel modernista.

Tema 5. El cartel en las vanguardias del siglo XX.

Tema 6. El cartel político y social.

Tema 7. Tipos especiales de cartel: cartel turístico y cartel cinematográfico.

Tema 8. El cartel publicitario en la actualidad.



PROYECTO DOCENTE
Teoría e Historia del Cartel Publicitario
GRUPO ÚNICO
CURSO 2020-21

Relación detallada y ordenación temporal de los contenidos

Todos los temas incluidos en el programa de la asignatura Teoría e Historia del Cartel Publicitario se concentran en tres bloques ordenados cronológicamente:

- Bloque 1. Introducción al cartel (temas 1 y 2)
- Bloque 2. Historia del cartel (temas 3-7)
- Bloque 3. El cartel en la actualidad (tema 8)

Las clases seguirán el orden establecido en el programa. Debido a la situación actual generada por el Covid-19, el material se adaptará al escenario que se presente.

Actividades formativas y horas lectivas

Actividad	Créditos	Horas
B Clases Teórico/ Prácticas	6	60

Metodología de enseñanza-aprendizaje

Clases teóricas

Las clases teóricas se desarrollan con un formato basado en la clase magistral para presentar los conceptos e ideas básicas necesarias para la asimilación y desarrollo por parte del alumnado de la asignatura. Con estas sesiones presenciales se persigue que los alumnos alcancen un nivel de comprensión conceptual y praxiológico completo de la dimensión formativa que posee la Cultura (tanto desde el punto de vista immanente del Material publicitario y propagandístico estudiado, como desde el punto de vista trascendente del contexto que rodea a dicho Material publicitario) en el aprendizaje de los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas.

La asignatura proporciona al alumno el conocimiento de los rasgos del cartel, su lenguaje y su historia, a través de las explicaciones en clase del profesor, por lo que el alumnado aprende a lo largo del curso a conocer y valorar el cartel, en especial el publicitario.



PROYECTO DOCENTE
Teoría e Historia del Cartel Publicitario
GRUPO ÚNICO
CURSO 2020-21

Exposiciones y seminarios

Con las sesiones de carácter práctico, se induce a la reflexión y a la participación activa por parte del alumnado. Bien sea realizado el análisis por el profesor, bien sea por el alumnado, se busca en todo momento una relación interactiva entre ambos polos. Desde un punto de vista metodológico, por otro lado, la conexión teoría-práctica es central en esta acción formativa.

Se fomentan los debates y fórmulas para incrementar el interés y la participación del alumnado. Concretamente, los alumnos expondrán en clase los carteles realizados, explicarán sus rasgos y objetivos y debatirán sobre ellos.

AAD sin presencia del profesor

Véase Clases teóricas. El profesor facilitará materiales y/u orientará sobre los mismos..

Sistemas y criterios de evaluación y calificación

La evaluación consistirá en una prueba escrita en la que el alumno deberá demostrar el conocimiento adquirido en la asignatura a nivel teórico.

Para evaluar la parte práctica de la asignatura, así como las competencias y habilidades (tanto intelectuales como profesionales), los alumnos deberán realizar un trabajo práctico consistente en la realización de un/(varios) cartel/(carteles) de la temática a convenir. Así, el alumnado se enfrenta al discurso publicitario entendido como un dispositivo tremendamente receptivo al contexto que lo rodea.

Para superar la asignatura, los alumnos deberán aprobar tanto la parte teórica como la práctica.



PROYECTO DOCENTE
Teoría e Historia del Cartel Publicitario
GRUPO ÚNICO
CURSO 2020-21

Criterios de calificación del grupo

PLAN DE CONTINGENCIA:

Escenario A: la docencia se realizará de forma presencial siguiendo las indicaciones y limitaciones de aforo contenidas en el documento CRITERIOS ACADÉMICOS PARA LA ORGANIZACIÓN DEL CURSO 2020-2021 EN LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA, aprobado por Junta de Facultad el 29 de julio de 2020. Por lo tanto, la docencia se realizará en el aula asignada con el número máximo de estudiantes establecido por las autoridades competentes. El resto de estudiantes podrían seguir las clases a través de los recursos audiovisuales ofrecidos por el centro, preferentemente de forma síncrona, siempre y cuando las aulas estén equipadas para ello. Además, el docente pondrá a disposición del estudiantado un repositorio de materiales y recursos docentes disponibles a través de la plataforma virtual de la Universidad de Sevilla. Este espacio virtual de la asignatura será un recurso fundamental y central para hacer el correcto seguimiento de la asignatura. Las consultas se resolverán preferentemente a través de correo electrónico.

La evaluación de la asignatura se hará presencialmente siguiendo las indicaciones sanitarias que establezcan las autoridades competentes.

Escenario B: la docencia se realizará de forma virtual a través de la plataforma virtual de la Universidad de Sevilla en horario establecido por el centro. Estas clases virtuales se realizarán a través de la plataforma Blackboard Collaborate u otras plataformas similares de forma síncrona. Además, el estudiante contará con los recursos y materiales disponibles a través de la plataforma virtual de la asignatura, que como se ha indicado en el escenario A, será un pilar central para hacer el seguimiento de la asignatura. Las consultas se resolverán preferentemente a través de correo electrónico.

Horarios del grupo del proyecto docente

<https://fcom.us.es/titulos>



PROYECTO DOCENTE
Teoría e Historia del Cartel Publicitario
GRUPO ÚNICO
CURSO 2020-21

Calendario de exámenes

<https://fcom.us.es/titulos>

Tribunales específicos de evaluación y apelación

Presidente: MARIA DEL MAR RUBIO HERNANDEZ

Vocal: NORMAN ADRIAN HUICI MODENES

Secretario: MANUEL GARRIDO LORA

Suplente 1: JUAN REY FUENTES

Suplente 2: RODRIGO ELIAS ZAMBRANO

Suplente 3: MARTA PULIDO POLO

Bibliografía recomendada

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:

El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda.

Autores: Antonio Checa Godoy

Edición: Advook

Publicación: 2014

ISBN: 978-84-942-9690-1

Teoría e Historia del Cartel Publicitario

Autores: Antonio Checa Godoy

Manuel Garrido Lora

Edición: Síntesis

Publicación: 2017

ISBN: 9788490774656

Historia de la publicidad

Autores: Raúl Eguizábal Maza

Edición: Fragua

Publicación: 2011

ISBN: 978-84-7074-420-4



PROYECTO DOCENTE

Teoría e Historia del Cartel Publicitario

GRUPO ÚNICO

CURSO 2020-21

Historia de la publicidad

Autores: Antonio Checa Godoy

Edición: Netbiblo

Publicación: 2007

ISBN: 9788497451802

La metafora del espejo: teoría e historia del cartel publicitario

Autores: Diego Coronado e Hijón

Edición: Alfar

Publicación: 2003

ISBN: 84-7898-197-7

El cartel en España

Autores: Raúl Eguizábal Maza

Edición: Cátedra

Publicación: 2014

ISBN: 9788437632575

El cartel cinematográfico

Autores: Francisco Perales Bazo

Edición: Córdoba FilMOTECA de Andalucía

Publicación: 1999

ISBN: 84-8266-121-3

Propaganda fotográfica: la imagen al servicio del poder

Autores: Ana I. Barragán-Romero

Edición: Advook

Publicación: 2017

ISBN: 978-84-942969-6-3