

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2019-2020

ASIGNATURA: Literatura y Medios de Comunicación

PROFESOR(ES): Dña. Mónica Carbajosa Pérez

CURSO: 2

TPO: BA

CÓDIGO: 019803654

CRÉDITOS ECTS: 6,0

PLAN DE ESTUDIOS: 2019

UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación

TITULACIÓN: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 26/09/2019 11:45:59

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

Conocer las relaciones de la Literatura con los distintos Medios de Comunicación, así como las herramientas y modos que los diferencian.

Conocimiento de las relaciones entre la Literatura y la Publicidad.

Estudio de la Literatura Universal a través de la lectura y el análisis de las obras.

Conocer los principales recursos y técnicas estilísticas.

Asimilación creativa de la tradición literaria.

Conocimiento de las herramientas metodológicas necesarias para el análisis y apreciación literaria.

Prácticos

La posesión de recursos suficientes de dominio y manipulación del lenguaje, a través de la Retórica, para las aplicaciones prácticas de la creatividad en Publicidad.

Aprendizaje del Comentario de Textos de todos los géneros literarios: ensayo, narrativa, dramática y poética, para aplicarlo a textos publicitarios.

Estimular los hábitos y competencias lectoras.

Estimular la creatividad.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

CG1, CG12 y CG13

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

1. La Literatura y los Medios de Comunicación.
2. La narrativa de ficción.
3. Introducción a las relaciones de la Literatura y la Publicidad.
4. Figuras retóricas y Publicidad.
5. Tópicos literarios y Publicidad.
6. Mitos literarios y Publicidad.
7. Los valores y la subversión de los valores.
8. Los formatos literarios en publicidad: poesía, cuento, novela, teatro.

9. Literatura y Publicidad: recursos emocionales.
10. La Literatura como recurso de la publicidad turística.
11. La publicidad de la Literatura.
12. Análisis de textos literarios.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

BALLO, Jordi y PÉREZ, Xavier, *La semilla inmortal: los argumentos universales en el cine*, Anagrama, 1997.

ESCRIBANO HERNÁNDEZ, Asunción, *Literatura y publicidad. El elemento persuasivo-comercial de lo literario*, Sevilla, Comunicación Social, 2011.

LODGE, David, *El arte de la ficción*, Barcelona, Ediciones Península, 2002.

Prose, Francine, *Cómo lee un buen escritor. Técnicas de lectura de los grandes maestros*, Ares y Mares, 2007.

Vargas Llosa, Mario, *Cartas a un joven novelista*, Planeta, 1997.

VILLANUEVA, Darío, *El comentario de textos narrativos: la novela*, Ediciones Júcar, 1995.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Clase magistral en grupo.

Prácticas de comentario de texto en clase.

Debates.

Tutorías programadas.

Visionado y comentario de presentaciones y películas.

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

- **Asistencia y participación** en las clases magistrales, en las clases prácticas, en las actividades complementarias programadas y en las sesiones de tutoría: 10%
- **Examen final y Pruebas de evaluación continua**: 40%. El alumno deberá aprobar el examen final para que pueda realizarse la media con los demás criterios de evaluación.
- Realización **booktuber** (individual): 10%
- Realización **anuncio o acción de marketing audiovisual o gráfica** (en grupo): 30%
- Escritura de un **relato breve**: 10%

El alumno deberá realizar todos los trabajos (booktuber, relato breve, anuncio o acción de marketing) para aprobar la asignatura.

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Documentación Impresa
Videos
Apuntes
Correo interno de Villanueva
Internet
Presentaciones Powerpoint
Web de la asignatura en Villanueva