

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2017-2018

ASIGNATURA: Literatura y Medios de Comunicación

PROFESOR(ES): Dña. María José Morillo López

CURSO: 2

TPO: BA

CÓDIGO: 019803654

CRÉDITOS ECTS: 6,0

PLAN DE ESTUDIOS: 2017

UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación

TITULACIÓN: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 03/11/2017 14:10:59

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

Ofrecer al alumno la suficiente cultura literaria, que le permita madurar y desarrollarse como persona íntegra, capaz de buscar la verdad y la belleza en la palabra, en el hecho literario.

Motivar a la lectura creativa y reflexiva.

Desarrollar juicios de valor sobre los distintos intereses en torno al mundo literario y publicitario.

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.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Las competencias generales que deben haber adquirido los estudiantes al finalizar esta asignatura se incluyen en lo expuesto en el Real Decreto 1393/2007: la enseñanza universitaria tiene que promover la diversificación curricular. La flexibilidad y la diversidad son elementos sobre los que descansa la propuesta de ordenación de las enseñanzas oficiales como mecanismo de respuesta a las demandas de la sociedad en un contexto abierto y en constante transformación. Por otra parte, uno de los objetivos fundamentales de esta organización de las enseñanzas universitarias es fomentar la movilidad y apertura de nuestros estudiantes de todo el Espacio Europeo de Educación Superior.

Por tanto, es innegable el valor que tiene la literatura como cohesión y coherencia en cualquier estudio universitario, cuanto más en los medios de comunicación. En concreto la Publicidad siempre ha recurrido a la creatividad de las técnicas literarias, el mejor y más estético cauce de transmisión de ideas.

Las competencias, modificaciones conductuales o cognitivas, el "saber hacer" que dicen los pedagogos, están orientadas a la inserción laboral, a la productividad. De ahí la pregunta de "¿para qué sirve esta asignatura?". La respuesta no está en ningún pragmatismo utilitarista.

Siempre será motivador hacer ver al alumno que las obras literarias son raíces del mismo árbol en el que estamos viviendo en la actualidad. Toda buena obra literaria es un espejo de su época, y para valorar el presente es fundamental conocer el pasado, ¡y qué mejor y más bella forma de hacerlo que a través de la literatura.

Entre las competencias se incluyen por tanto la CG1, CG12 y CG13

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

I.- Incorporación del lenguaje literario al sistema publicitario.

II.- Principales temas tratados en Literatura.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Adler, J. y Van Doren, C. *Cómo leer un libro*, Debate, Madrid, 1996

Schwanitz, D. *La Cultura*, Taurus, Madrid, 2002

VV.AA. *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Taurus, Madrid, 1998

VV.AA. *De cicerón a Obama: El arte de comunicar con eficacia*, Colección Villanueva Estudios de Comunicación, Netbiblo, Madrid, 2011

Fernández, E. *Retórica clásica y publicidad*, IER, Logroño, 2006

EL LIBRO DE LECTURA OBLIGATORIA EN ESTA ASIGNATURA ES: (SE HARÁ UN EXAMEN SOBRE SU CONTENIDO)

AUTORA: ASUNCIÓN ESCRIBANO HERNÁNDEZ

TÍTULO: LITERATURA Y PUBLICIDAD. EL ELEMENTO PERSUASIVO-COMERCIAL DE LO LITERARIO.

EDITORIAL: COMUNICACIÓN SOCIAL, EDICIONES Y PUBLICACIONES. ZAMORA, 2011

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

La asistencia a clase y actitud supone el 25% de la nota global. Se valorará la atención y participación.

La nota media de los trabajos otro 25% de la nota global. Siempre con valoración crítica personal y bibliografía.

La nota del examen o exámenes de la materia impartida en clase es el 50% de la nota global.

No se puede aprobar el examen con una falta de ortografía, ausencia de tildes, o graves errores en la redacción.

Las faltas en la Integridad Académica: ausencia de citación de fuentes, plagios de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes... así como firmar en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicarán la pérdida del 25% correspondiente a la actitud y asistencia.

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Documentación Impresa
Videos
Apuntes