

## TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

### DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

---

Nombre: **TEORÍA E HISTORIA DE LA PROPAGANDA**

Curso: SEGUNDO Semestre: 2º

Tipo:  Formación Básica

Obligatoria

Optativa

Créditos totales (LRU / ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2010

### DESCRIPTORES

---

La historia de la propaganda se remonta a las primeras formas de sociedad, aunque el uso del término se haya popularizado a partir del siglo XX, sobre todo a partir de la I Guerra Mundial. En los últimos años, Internet se ha convertido en una herramienta al servicio de la ideología y la propaganda por su capacidad de difusión de mensajes instantáneos. Estamos siendo testigos de la aparición de distintas plataformas y redes sociales que hacen posible la emisión de contenidos ideológicos en tiempo real. El estudio de la historia de la propaganda y sus teorías se presenta, por tanto, como un requisito imprescindible para todo profesional de los medios de comunicación dedicado al análisis y la creación de mensajes para un público masivo. En particular, esta asignatura dota al alumno de todo el bagaje necesario para estudios posteriores sobre Comunicación Política y Electoral, área que requiere, cada vez más, de personal especializado en el estudio de esta disciplina.

### OBJETIVOS

---

El objetivo de esta asignatura es que los alumnos adquieran una visión coherente acerca del fenómeno propagandístico, su historia, funcionamiento e implicaciones.

Se pretende que, además de incorporar información específica, los alumnos desarrollen unas competencias analíticas que les permitan una visión crítica de la asignatura y de sus contextos, incluida la realidad social.

En esta línea, pretendemos proporcionar criterios para identificar mensajes de propaganda, y ser capaces de contemplarlos en perspectiva dentro de la Historia de la Propaganda.

Contextualizar conceptualmente a la propaganda dentro de las Ciencias de la Información y la Comunicación, especificando su alcance y límites.

### COMPETENCIAS

---

#### Competencias transversales genéricas:

G04. Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.

G05. Capacidad para la ideación, planificación, ejecución y evaluación de las campañas de comunicación.

G06. Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de una campaña 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 colectivos y respeto por los derechos humanos.

GO8. Fomentar el espíritu emprendedor.

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.

### Competencias específicas:

E07. Conocer los principales planteamientos teóricos y prácticos de la Publicidad y las Relaciones Públicas como agentes para el cambio y las transformaciones sociales.

E15. Conocimiento del estado del mundo y de su evolución histórica reciente, con especial atención a Europa, Iberoamérica y el área mediterránea, así como de la comprensión de sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales)

E19. Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación. Conocimiento y análisis teórico de diferentes fenómenos comunicativos, con especial atención a sus relaciones con la comunicación empresarial.

E48. Saber cómo relacionarse con los medios de comunicación para un mejor rendimiento.

## **METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES**

---

Actividades formativas presenciales:

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad 50-100%.
2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad 0-50%.
3. Intervención de invitados expertos en las materias tratadas en la asignatura. Peso de la actividad 0-10%.

Actividades formativas no presenciales:

4. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad 0-100%.
5. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad 0-50%.

## **TEMARIO**

---

### **BLOQUE 1: INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE PROPAGANDA**

TEMA 1: INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE PROPAGANDA

TEMA 2: MEDIOS Y TÉCNICAS DE PROPAGANDA

### **BLOQUE 2: HISTORIA DE LA PROPAGANDA**

TEMA 3: PROPAGANDA EN LA ANTIGÜEDAD

TEMA 4: PROPAGANDA EN LA EDAD MEDIA

TEMA 5: PROPAGANDA EN LOS INICIOS DE LA ÉPOCA MODERNA

TEMA 6: LA PROPAGANDA EN EL SIGLO XIX

TEMA 7: SIGLO XX: EL SIGLO DE LA PROPAGANDA

TEMA 8: SIGLO XXI: LA ERA DE INTERNET.

## **TÉCNICAS DE EVALUACIÓN**

---

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

1. Examen consistente en una prueba teórica y otra práctica. En conjunto supondrá un 0-100% de la calificación total. La posibilidad de su sustitución por una prueba oral solo se hará cuando sea imposible realizarla de forma escrita, manteniendo el mismo valor que ésta.
2. Trabajos teóricos y/o prácticos de autoría individual o colectiva, de carácter obligatorio o voluntario a criterio del docente. Podrán obtener entre 0 y 100% de la nota total
3. La asistencia y/o participación en clase y/o tutorías será considerada según el criterio del docente (0-20%)
4. Participación en actividades vía telemática: blogs,foros, plataformas virtuales, webs, social media, etc (0-20%).
5. El docente podrá emplear otros sistemas de evaluación en función de su criterio. En tal caso deberán constar en el proyecto docente, especificados y con su valor en la calificación final.