

## TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

### 1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

---

Nombre: **COMUNICACIÓN COMERCIAL Y CULTURA DE MASAS**

Curso: TERCERO

Semestre: SEGUNDO

Tipo (Formación Básica/Obligatoria/Optativa): Optativa

Horas de clase semanales: 4

Créditos totales (ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2010

### 2. DESCRIPTORES

---

Asignatura eminentemente práctica, con un enfoque analítico y crítico. Se pretende que el estudiante analice y piense de forma creativa y crítica sobre las interacciones entre la comunicación mediática, la comunicación comercial y la cultura masiva/popular, así como el modo en que los contenidos publicitarios reflejan y dan forma a los valores sociales. Se trata de realizar una mirada hacia el papel de la publicidad, las relaciones públicas y la propaganda en las comunicaciones mediáticas, los diferentes tipos de medios y cómo éstos forman y dan forma a la cultura en todo el mundo.

Contenidos: Se exploran diversos temas como: la cultura de masas y las industrias culturales; las interacciones entre publicidad, relaciones públicas, medios masivos y cultura de masas; las ideologías y los medios masivos en la cultura de masas; las manifestaciones publicitarias y los formatos en la cultura de masas; el *fandom* y el fenómeno *fan*. Todos ellos son los ejes que sustentan el presente proyecto docente.

### 3. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

---

OBJETIVOS:

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

COMPETENCIAS:

Competencias específicas:

E19. Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la atención a sus relaciones con la comunicación empresarial.

E42. Capacidad para gestionar los públicos de las organizaciones y sus características.

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

Competencias genéricas:

G01. Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales de la comunicación institucional, empresarial y social.

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 respecto por los derechos humanos.

G08. 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 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.

#### **4. CONTENIDOS O BLOQUES TEMÁTICOS**

---

- Cultura de masas e industria cultural.
- Cultura de masas y propaganda.
- Cultura de masas y publicidad.
- Cultura de masas, recepción y fandom.

#### **5. 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%.

#### **6. 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.