

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Arte Contemporáneo y Cultura Visual para Publicidad
Código	E000012265
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Primer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Básico
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Dra. Marga Velar
Horario	Consultar horarios en la página web del CESAG
Horario de tutorías	Consultar en el Aula Virtual de la asignatura
Descriptor	Estudio del estatuto del arte en el mundo actual. Últimas tendencias estéticas en el campo de las artes visuales. Vanguardias y audiovisualización del arte. Contexto histórico de los aspectos específicos del arte contemporáneo en su intertextualidad con la cultura, la vida y la sociedad en general y con la publicidad de nuestro tiempo en particular. Primera aproximación a la teoría general de la imagen.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Margarita María Velar Lera
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Correo electrónico	mvelar@cesag.org

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<p>Aportación al perfil profesional de la titulación</p> <p>Esta asignatura aportará una visión actual del arte contemporáneo y su aplicación a los procesos creativos que se desarrollan en los diferentes perfiles que profesionales que marca la ANECA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Director/a de comunicación, investigador/a y consultor/a estratégico en publicidad y relaciones públicas en todo tipo de empresas y organizaciones. • Investigadores/as, planificadores/as y compradores/as de medios: profesionales que planifican la idoneidad y características de los soportes para la difusión de las campañas de comunicación. • Creativo/a y diseñador/a: profesional especializado en creatividad publicitaria en todo tipo de soportes. Se puede identificar las especialidades de director creativo, director de arte, redactor y webmaster (creatividad de la estructura de la Web). • Gestor/a de comunicación corporativa: profesional responsable de la gestión estratégica de la imagen y de la comunicación corporativa.

Prerequisitos

Esta asignatura no exige ningún prerrequisito pero haber cursado Historia del Arte en los estudios de bachillerato facilitará su comprensión.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG06	Desarrollar la capacidad analítica para la disección, comprensión y análisis de los diferentes relatos y de formatos textuales en el contexto mediático, cultural y social actual.
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
CG11	Saber valorar la obra audiovisual desde el punto de vista estético para el análisis o la toma de decisiones profesionales

TRANSVERSALES

CT02	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
CT10	Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad.

Resultados de Aprendizaje

RA1	Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos...).
RA2	Analizar los diferentes relatos audiovisuales y formatos hipertextuales
RA3	Valorar los distintos productos audiovisuales desde un punto de vista estético.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

1. El arte visual y sus disciplinas
2. Movimientos artísticos dominantes en el siglo XX y XXI
3. Roles líquidos entre el arte y la publicidad

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Metodología Presencial: Actividades

Centradas en el profesor: Clases teóricas Clases prácticas Centradas en el estudiante: Seminarios-Talleres Exposición de trabajos Actividad Evaluativa	CG06, CG08, CG11, CT02, CT04
--	---------------------------------

Metodología No presencial: Actividades

Trabajo autónomo del estudiante Estudio y trabajo individual: Estudio de Teoría Preparación de trabajos Preparación actividad de evaluación Estudio y trabajo en grupo Estudio de Teoría Preparación de trabajos Preparación actividad de evaluación	CG06, CG08, CG11, CT02, CT04, CT10
--	---------------------------------------

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
45.00	15.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
---------------------------	-------------------------	------

Prueba de respuesta corta que valorará todo el contenido teórico de la asignatura.	Para poder aprobar la asignatura y hacer media con la parte correspondiente a los trabajos y proyectos y a la prueba de ejecución de tareas reales se deberá sacar una puntuación igual o superior a un 5 sobre 10.	45
Trabajo sobre cada uno de los bloques temáticos	Estos trabajos se presentarán y expondrán en clase	10
Trabajo de análisis final. Cada alumno escogerá un movimiento artístico contemporáneo o un artista y vinculará su obra a una campaña publicitaria real.	Para poder superar la asignatura se deberá obtener una puntuación en esta prueba igual o superior a 5 sobre 10.	45

Calificaciones

Tanto la prueba de respuesta corta como el trabajo final son recuperables en la convocatoria extraordinaria. Los trabajos desarrollados durante el cuatrimestre forman parte del proceso y no son recuperables.

Si en la convocatoria ordinaria algún alumno no supera una de las dos pruebas de evaluación recuperables, en la convocatoria extraordinaria sólo tendrá que repetir la prueba no superada, aplicándose la nota de la prueba aprobada en la convocatoria ordinaria para hacer la media y obtener la nota final.

Un 10% de la nota de cada prueba evaluativa se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita en las lenguas cooficiales, conocimiento exigido en el título como competencia general y competencia transversal. En este punto se evaluará la ortografía y la gramática.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Prueba final de respuesta corta	En la fecha indicada en el calendario oficial	En la fecha indicada en el calendario oficial
Trabajos correspondientes a cada bloque temático	Al finalizar el bloque temático	Se indicará en el calendario académico
Trabajo final	Finalizado el contenido teórico	Fecha oficial del examen de calendario académico

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- Antigüedad del Castillo, M D., Nieto, V. y Serano, a. (2012). El arte del S.XX. Editorial Universitaria Ramón Areces
- Danto, Arthurs C. (2010). Después del fin del arte. Paidós estética.
- Argan, Giulio Carlo (2004). El arte moderno. Akal
- Gompertz, Will (2013). ¿Qué estás mirando?. Taurus

Bibliografía Complementaria

Consultar campus virtual

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

<https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>