

Assignatura:	TÈCNiques DE MÀRQUETING I DE PUBLICITAT (Fil. Alemanya)
Codi:	25864
Crèdits:	6 (3 teoria + 3 pràctica)
Semestre:	1
Grups:	1
Professor:	Anna Rossell
Tutoria integrada:	
Despatx:	B11-126
Telèfon:	93 581 1779
E-mail:	anna.rossell@uab.es

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

El fil conductor del curs serà la reflexió sobre la relació entre cultura i rerafons històric i estratègies i continguts publicitaris concrets.

OBJECTIUS

Un dels objectius bàsics que el curs persegueix és desenvolupar la capacitat crítica i d'anàlisi dels constants antropològics i culturals, així com els diversos sistemes de valors en les societats de llengua alemanya i les del Estat espanyol de manera contrastiva.

AVALUACIÓ

L'avaluació del curs es basarà

- 1) assistència i participació activa a classe: 25%
- 2) la qualitat del treball escrit, -basat en l'exosició orall que s'haurà fet a classe- i que consistirà a analitzar un exemple concret publicitari de dues de les societats culturalment implicades en el curs. El treball haurà d'estar ben estructurat i amb indicació de les fonts bibliogràfiques i/o audiovisuals utilitzades. Hom valorarà la precissió i claretat d'exposició de l'estudi teòric i la capacitat de relacionar la teoria i el rerafons històric amb l'exemple publicitari concret elegit: 35%
- 3) la qualitat del treball d'elaboració d'el concepte d'un anunci o espot publicitari dirigit a un grup social prèviament especificat.

Cadascuna d'aquestes dues parts es valorarà separatament amb una nota. El promig donarà l'avaluació final del curs.

L'assistència regular a classe és obligatoria donat que el curs no s'avaluarà a través d'examen.

TUTORIA INTEGRADA

- 1) Els estudiants prepararan, per parelles o en grups molt reduïts, una exposició per presentar a la classe en relació amb algun text d'història de la cultura o de teoria de la publicitat i n'analitzaran l'aplicació sobre un exemple publicitari concret.
- 2) Els estudiants prepararan, per parelles o en grups molt reduïts el concepte desenvolupat d'un spot o un anunci publicitari dirigit a un grup social prèviament especificat.

El seguiment de tot el procés estarà tutoritzat pel professor.

TEMARI

El temari serà lliurat a principis de semestre.

BIBLIOGRAFIA / MATERIALS

Com a lectures introductòries generals recomano:

- 1) Mary Fulbrook, *Historia de Alemania*, Cambridge University Press, Cambridge, 1995.
- 2) Alfonsina Janés, *Historia de la Cultura Alemana*, Maes S.C., Barcelona, 1992.
- 3) Erich Kahler, *Los Alemanes*, Fondo de Cultura Económica, México, 1977.
- 4) Antonio Ramos-Oliveira, *Historia social y política de Alemania*, 2 vol., Fondo de Cultura Económica, México, 1973 (Vol.1: pp.163-341; Vol.2.: pp.7-180)
- 5) Ferran Gallego, *De Múnich a Auschwitz. Una historia del nazismo, 1919-1945*, Plaza Janés, Barcelona, 2001.
- 6) Juan Goytisolo, *España y los Españoles*, Lumen, Barcelona, 1997
- 7) Manuel Castells, *La era de la información*, 3.vol., Alianza, Madrid

ALTRES COMENTARIS

Important: Les lectures i les classes seran en català i/o en castellà. No calen coneixements de la llengua alemanya. La llengua de comunicació del curs serà també el català i/o el castellà. L'assistència regular a classe és obligatòria.