

Historia de la Publicidad y la Comunicación

Código: 107552

Créditos ECTS: 6

2025/2026

Titulación	Tipo	Curso
Publicidad y Relaciones Públicas	FB	1

Contacto

Nombre: Carolina Serra Folch

Correo electrónico: carolina.serra@uab.cat

Equipo docente

Carolina Serra Folch

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

No se requieren conocimientos específicos distintos a los ya conseguidos después de cursar el Bachillerato.

Objetivos y contextualización

La asignatura se realiza en primer curso y pertenece al bloque formativo de "Comunicación".

A partir de esta asignatura el alumnado alcanzará objetivos fundamentales del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, que le permitirá ser capaz de:

- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones sobre la actividad de la Publicidad y las Relaciones Públicas.
- Reunir e interpretar datos relevantes de la actividad de la Publicidad y de las Relaciones Públicas con el objeto de ser capaz de emitir juicios que aporten una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Conocer a los principales actores de la historia de la Publicidad, especialmente en España.

Resultados de aprendizaje

1. CM01 (Competencia) Valorar el impacto de los estereotipos y el rol de género, así como la perspectiva de género en los proyectos y acciones profesionales.

2. KM01 (Conocimiento) Identificar los fundamentos de las teorías, de la historia y de la estructura del sistema comunicativo en el ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas.
3. KM02 (Conocimiento) Reconocer las implicaciones sociales, económicas, culturales y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de la comunicación persuasiva.
4. SM01 (Habilidad) Determinar lo que es sustancial y relevante en documentos sobre teoría, estructura e historia de la comunicación para los proyectos y acciones profesionales.
5. SM04 (Habilidad) Utilizar adecuadamente el catalán y el castellano en la transmisión de información e ideas, y en la elaboración y defensa de argumentos relacionados con la historia y las teorías de la comunicación social.

Contenido

Tema 1. Historia de la Comunicación. Periodo industrial.

Los transportes, la electricidad, el teléfono. Los anuncios. El nacimiento de las marcas. La prensa como medio publicitario. El agente de prensa (antecedente del agente publicitario). Las primeras agencias publicitarias.

Tema 2. Historia de la Publicidad. Siglo XX (1).

Entre la Exposición Universal de 1888 y la de 1929. La Publicidad científica. La investigación de mercado. El estudio psicológico y sociológico del consumidor. Diferentes formatos publicitarios en los medios impresos.

Tema 3. Historia de la Publicidad. Siglo XX (2).

La radio como medio publicitario

Tema 4. Historia de la Publicidad. Siglo XX (3).

La televisión como medio publicitario. La aportación de la televisión a la creación de la sociedad de consumo. El desarrollismo económico español. Los estudios de difusión y audiencias: OJD, EGM.

Tema 5. Historia de la Publicidad. Siglo XX (4).

La Ley General de Publicidad de 1988. Los cambios del sistema publicitario a partir de la aparición de las televisiones privadas. El poder del audímetro. La crisis de los medios impresos con la irrupción de los medios digitales y los nuevos medios

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales, prácticas y seminarios	52,5	2,1	
Tipo: Supervisadas			
Estudio individual, lecturas, realización de ejercicios	7,5	0,3	
Tipo: Autónomas			
Estudio individual, lecturas, realización de ejercicios	82,5	3,3	

El aprendizaje está basado en la resolución de casos prácticos y en el estudio de caso. Se fomenta el trabajo colaborativo y la capacidad de análisis crítico y de reflexión.

El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género y con el uso del lenguaje inclusivo.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura y estará disponible en el Campus Virtual de la asignatura, donde el alumnado podrá encontrar los diversos materiales docentes y toda la información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por motivos de fuerza mayor según las autoridades competentes, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen	40%	2	0,08	KM01, KM02
Participación en clase y autoevaluación justificada	10%	2	0,08	CM01, SM04
Trabajos prácticos supervisados y dirigidos	50%	3,5	0,14	CM01, KM01, KM02, SM01, SM04

Evaluación continuada

-Trabajos prácticos supervisados y dirigidos: 50% nota (recuperable).

-Examen: 40% nota (recuperable).

-Participación a clase y autoevaluación justificada: 10% nota

Para aprobar la asignatura se hará nota media entre las 3 partes.

La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función del índice de participación del alumnado a las clases teóricas.

Actividades de recuperación de la evaluación continuada

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, el peso de las cuales equivalga a un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

Las últimas tres semanas del curso se dedicarán a actividades de recuperación, a las cuales se podrán acoger los estudiantes que cumplan la siguiente condición: que hayan obtenido una nota entre 3 y 4,9 a la nota media final. En ningún caso se podrá optar a la recuperación para subir nota.

Las características de esta prueba de recuperación serán puntualmente comunicadas.

Evaluación única

En un único día que se indicará oportunamente al inicio de curso el alumnado que se acoja a esta modalidad de evaluación tendrá que:

1. Hacer un examen teórico, el valor del cual será del 50% de la nota final.
2. Realizar dos ejercicios prácticos, el valor conjunto de los cuales será del 30% de la nota final.
3. Presentar las recensiones de dos monografías seleccionadas por el profesorado de la bibliografía de la asignatura. El valor de las dos recensiones será del 20% de la nota final.

Para aprobar la asignatura hay que obtener una nota media de los tres ítems de evaluación no inferior a 5. En caso contrario, cualquiera de las distintas actividades de la evaluación única podrá ser recuperada.

Criterios para ser considerado/a no evaluable

El alumnado que no haya completado al menos el 33% de las actividades de evaluación previstas en la asignatura será considerado como 'no evaluable' y así constará en la calificación final.

Plagio

En caso de que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que se pueda instruir. En caso de que se produzcan varias irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

Intel·ligència Artificial

En esta asignatura, se permite el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) como parte integrante del desarrollo del trabajo, siempre que el resultado final refleje una contribución significativa del alumnado en el análisis y la reflexión personal. El alumnado deberá de identificar claramente las partes que han sido generadas con esta tecnología, especificar las herramientas utilizadas e incluir una reflexión crítica sobre cómo estas han influido en el proceso y el resultado final de la actividad. La no transparencia del uso de la IA en esta actividad evaluable se considerará falta de honestidad académica y puede comportar una penalización parcial o total en la nota de la actividad, o sanciones mayores en caso de gravedad.

Bibliografía

Balsebre, Armand (2001): Historia de la Radio en España. Volumen I (1874-1939), Madrid, Cátedra.

Balsebre, Armand (2002): Historia de la Radio en España. Volumen II (1939-1985), Madrid, Cátedra.

Balsebre, Armand (2011): Victor Sagi. Historia de la Publicidad, Barcelona, Ediciones Invisibles.

Bassat, Luis (2008): Confesiones personales de un publicitario, Barcelona, Crítica.

Checa Godoy, Antonio (2007): Historia de la Publicidad, Oleiros (La Coruña), Netbiblo.

Eguizabal, Raúl (1998): Historia de la Publicidad, Madrid, Eresma & Celeste Ediciones.

Lorente, Joaquín (1986): Casi todo lo que sé de publicidad, Barcelona, Folio, 1986.

Montero, Mercedes; Rodríguez, Natalia y Verdera, Francisco (2010): Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas en España (volumen I). De la nada al consumo. Desde los orígenes hasta 1960, Sevilla-Zamora, Comunicación Social.

Montero, Mercedes; Rodríguez, Natalia; Rodríguez Virgili, J. y Del Río, J. (2010): Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas en España (volumen II) (1960-2000). La edad de oro de la comunicación comercial, Sevilla- Zamora, Comunicación Social.

Perceval, José María (2015): Historia mundial de la comunicación, Madrid, Cátedra.

Prat Gaballí, Pedro (1917): Una nueva técnica. La publicidad científica, Barcelona, Cámara de Comercio y Navegación de Barcelona.

Segarra, Toni (2009): Desde el otro lado del escaparate, Madrid, Espasa Calpe.

Serra, Carolina (2021): Història de la Publicitat de Catalunya, Barcelona, Trípodos.

Software

La asignatura no requiere ningún software específico.

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(SEM) Seminarios	51	Catalán	primer cuatrimestre	tarde
(SEM) Seminarios	52	Catalán	primer cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	5	Catalán	primer cuatrimestre	tarde