UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
CENTRO REGIONAL DE OCCIDENTE
"Ciudad Universitaria Carlos Monge Alfaro"
DEPARTAMENTO DE FILOSOFIA ARTES Y LETRAS
CURSO: BA-1020 COMUNICACIONES
I y II ciclos de 1985
Profesor: Romano Vásquez

I. DESCRIPCION:

Este curso se ha diseñado para analizar los diferentes factores que intervienen en el proceso de comunicación, los cuales se relacionarán con las características y las condiciones propias de los mensajes publicitarios.

II. OBJETIVOS:

Que el estudiante:

- 1.- precise las características del proceso de la comunicación, según los diversos factores que intervienen;
- 2.- analice las relaciones entre los distintos componentes de mensajes publicitarios;
- 3.- determine, con base en estudios, las condiciones que debe poseer la comunicación publicitaria y
- 4.- aplique, en las actividades prácticas y proyectos, los procedimientos adecuados para transmitir ideas con suficiente eficacia.

III. CONTENIDOS:

- 1.- El proceso de comunicación. Enfoques diversos y elementos que lo integran. (6 semanas)
- 2.- Los signos y los sistemas de signos. Diferentes tipos de mensajes según el lenguaje utilizado. Códigos. (12 semanas)
- 3.- La comunicación publicitaria. Factores sociales y psicológicos que intervienen. Características del mensaje publicitario. (17 semanas)

IV. ACTIVIDADES:

- 1.- Lectura y comentario de textos.
- 2.- Realizar análisis de diversos actos comunicativos.
- 3.- Análisis de anuncios publicitarios
- 4.- Entrevistas con personas relacionadas con el diseño creativo
- 5.- Elaborar un proyecto de anuncios o campaña publicitaria.

V. EVALUACION:

Participación :	20%
Pruebas parciales (2) :	30%
Pruebas cortas :	20%
Prácticas :	10%
Proyecto :	20%

VI. BIBLIOGRAFIA BASICA

- Aranguren, José Luis La Comunicación humana
Madrid: Guadarrama, 1975
- Badura, Bernhard Sociología de la comunicación
Barcelona: Ariel, 1979
- Barthes, Roland "Retórica de la imagen"
en Roland Barthes y otros: La semiología
3a ed. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1974
p.p. 127 - 140
- Berlo, David K. El proceso de la comunicación
Buenos Aires: El Ateneo, 1973
- Block de Behar, Lisa. EL lenguaje de la publicidad
Buenos Aires; Siglo XXI Editores, 1973
- Borden, George A. Introducción a la teoría de la comunicación humana
Madrid: Editora Nacional, 1974
- De Fleur, Melvin L. Teorías de la comunicación masiva
Buenos Aires: Paidós, 1976
- Eco, Umberto Tratado de semiótica general
México: Nueva imagen + Lumen, 1978
- Jakobson, Roman: "Lingüística y poética"
en Roman Jakobson: Ensayos de lingüística general
Barcelona: Seix - Barral, 1975
p.p. 347 - 395
- Jakobson, Roman: "Lingüística y poética"
en Roman Jakobson: Ensayos de lingüística general
Barcelona: Seix - Barral, 1975
p.p. 347 - 395

- Kientz, Albert. Para analizar los mass media
2 a ed. Valencia: Fernando Torres, 1976
- Martinet, Jeanne Claves para la semiología
- Metz, Cristian y otros Análisis de las imágenes
Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1972
- Miller, George Lenguaje y comunicación
Buenos Aires: Amorrortu, 1974
- Moles A.A. El afiche en la sociedad urbana
Buenos Aires. Paídos, 1976
- Packard, Vance Las formas ocultas de la propaganda
Buenos Aires: Sudamericana 1970
- Moraga Spa, Miguel de Semiótica y comunicación de masas
Barcelona: Península, 1976
- Péninow, Georges Semiótica de la publicidad
Barcelona: Gustavo Gili, 1976
- Ruiz - Ogarrio, Fernando La publicidad es un humanismo
Madrid: Fernando Ruiz - Ogarria
- Smith, Alfred G. (comp.) Comunicación y cultura 1-2
Buenos Aires: Nueva Visión, 1976
- Thibault - Leulan, Anne Marie Imagen y comunicación
- Watzlawick, Paul y otros Teoría de la comunicación humana
3a ed. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1974

25 copias
lchr.
Febrero de 1985