Fecha Aprobación:
02/03/2015

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFIA LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACION

ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL

Sílabo

1. Datos generales

Materia: SEMIOTICA DE LA PUBLICIDAD
Código: FLC0258
Créditos: 4
Nivel: 6
Paralelo: A6-CMS
Eje de formación: BÁSICO
Periodo lectivo: PERIODO MAR/2015 - JUL/2015
Total de horas: 64
Profesor: ENCALADA VÁSQUEZ OSWALDO RAMÓN
Correo electrónico: osencava@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:
NO TIENE

2. Descripción y objetivos de la materia

¿ La asignatura de Semiótica de la publicidad es importante porque implica un adentrarse en el mundo de la significación y en el conjunto de recursos que se pueden utilizar para que la comunicación mediante signos de cualquier clase pueda ser eficaz.

¿ Con el desarrollo de esta asignatura se pretende cubrir la tipología de los signos, la conexión entre semiótica y retórica, las nociones e hipersemia e hiposemia; la naturaleza de los signos, la eficacia y la economía (producción de signos).

¿ Esta asignatura se articula con el resto del curriculum porque proporciona el soporte científico y técnico para comprender y analizar los distintos tipos de signos y la comunicación que se realiza mediante ellos.

3. Contenidos

1. Primeras nociones

1.01. El origen de la semiótica y sus campos afines (2 horas)

1.02. Necesidad de una ciencia de los signos. Definiciones (2 horas)

1.03. El campo semántico del signo (10 horas)

2. Tipología de los signos

2.01. Por la conformación y por el valor sémico (2 horas)

2.02. Por la iconicidad y por la ¿perfección¿ del campo (2 horas)

2.03. Por el grado de comprehensión y por la función lingüística (2 horas)

2.04. Por la objetividad y por el tipo de emisor (2 horas)

2.05. Por la volición y por el tipo de conexión con el denotatum (2 horas)

2.06. Por la distancia con el denotatum y por la primacía temporal (2 horas)

3. El signo del signo, y el signo y el tiempo

3.01. El signo del signo (4 horas)

3.02. El signo y el tiempo (4 horas)

4. Hipersemia e hiposemia

4.01. Hipersemia e hiposemia (4 horas)

4.02. Texto e hipertexto (6 horas)

5. Semiótica y retórica

5.01. La comparación y la metáfora (2 horas)

5.02. La personificación y l sinécdoque (2 horas)

5.03. La onomatopeya y la hipérbole (4 horas)

5.04. El eufemismo y la metonimia (2 horas)

5.05. La sinécdoque y la hipersemia (2 horas)

6. Para crear signos

6.01. Economía, sencillez o simplicidad (2 horas)

6.02. Univocidad (2 horas)

6.03. Elegancia, facilidades de producción, repetición y transmisión (2 horas)

6.04. Propiedad y adecuación (2 horas)

7. Presentaciones de los alumnos (power point)

7.01. Presentaciones

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	*Evidencias*
bd. Reconoce con claridad y precisión a la semiótica, como una hermenéutica y como una ciencia que puede ser aplicada en la comunicación y en publicidad.	
- Elabora nuevos signos que se adecuen a los lineamientos analizados	*- Evaluación escrita*
- Reconoce, comprende y analiza los distintos tipos de signos (tipología).	*- Evaluación escrita*
- Restablece, identifica y analiza la conexión entre los signos vigentes en la cultura y su dimensión retórica.	*- Evaluación escrita*

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada
Evaluación escrita	Lateralidad y significación	Diferentes significados de la izquierda y la derecha	APORTE I	2,50	30 de marzo
Evaluación escrita	Neotenia	La significación de la neotenia en la publicidad	APORTE I	2,50	14 de abril
Evaluación escrita	Examen interciclo	Lateralidad, neotenia, premisas iniciales. El signo, el campo semántico del signo	APORTE II	10,00	7 de mayo
Evaluación escrita	Colores	Los colores y la significación	APORTE III	3,50	18 de mayo
Evaluación escrita	Latitud (arriba y abajo)	La significación de arriba y abajo en la cultura	APORTE III	3,50	1 de junio
Evaluación escrita	Símbolos varios	La cultura como generadora de signos	APORTE III	4,00	15 de junio
Evaluación escrita	Los signos nacionales	El uso de los signos nacionales en la cultura	APORTE III	4,00	29 de junio
Evaluación escrita	Examen final	Lateralidad, neotenia, colores, latitud, símbolos, el signo, tipología de los signos, retórica	EXAMEN FINAL	20,00	27 de julio

Metodología

El trabajo de clase se sustenta en la lectura y comentario del libro base, en la preparación e investigación de los estudiantes sobre los temas específicos de las pruebas. Además se complementa con los trabajos semanales de recolección de signos y exposición de la gestualidad como sistema significativo.

Criterios de Evaluación

Pruebas escritas de desarrollo sobre los diferentes temas estudiados en cada quince días. Se toman los días lunes y a la semana siguiente se realiza el análisis. Se califica la ortografía, la concordancia (En acuerdo previo con los estudiantes)

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Hall, Sean.(2007). Esto significa esto. Esto significa aquello. Semiótica: guía de los signos y su significado. España: Blume. Disponible a través del profesor.
- Martínez preciado, Zulma.(2008). Semiótica. Colombia: Universidad Santo Tomás. Mediante el profesor.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Caro, Antonio. Obtenido de Publicidad y globalización: http://search.proquest.com/docview/871371902/13C8B7E9FC56EB3ADDF/15?accountid=36552.

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **02/03/2015**

APROBADO