


Bloque 2

HISTORIA DE LA PUBLICIDAD

Bloque 2

II: Historia de la publicidad

A. PRESENTACIÓN

¿En qué momento de la Historia comenzó la publicidad?

<http://www.youtube.com/watch?v=mSW7oP4QA1A>

Para tener una percepción amplia de la publicidad es necesario referirnos a la historia, para que de esta manera podamos analizar y comprender nuestro entorno. En este segundo bloque veremos los acontecimientos que han marcado positiva o negativamente el sendero de la publicidad, tanto a nivel nacional e internacional.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El estudiante identificará los procesos históricos por los que ha pasado la publicidad para contrastar con las nuevas expresiones publicitarias.

C. TEMA, SUBTEMAS Y LECTURAS

II. HISTORIA DE LA PUBLICIDAD

II.1 Publicidad y primeros intercambios comerciales (Páginas: 3-5)

¿De qué manera funcionaba la publicidad en los pueblos antiguos?

El origen de la publicidad se encuentra con las civilizaciones antiguas; los pueblos al comerciar entre sí hacían promoción de sus productos para alcanzar mayores ventas o trueques.

- Checa, A. (2007). *Historia de la publicidad*. Consultado el 16 de noviembre de 2012: http://books.google.es/books?id=UFpC52A99dEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

II.2 Primeras formas de publicidad (Páginas: 5-10)

¿De qué manera se beneficiaron las culturas clásicas de la publicidad?

Posterior al intercambio comercial antiguo entre las primeras civilizaciones, existió una conciencia de la importancia de la publicidad en las culturas clásicas, sobre todo en el Imperio Romano.

- Checa, A. (2007). *Historia de la publicidad*. Consultado el 16 de noviembre de 2012: http://books.google.es/books?id=UFpC52A99dEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

II.3 Invención de la imprenta (Páginas: 13-18)

¿Qué tipo de publicidad existiría en la actualidad si no existiera la imprenta?

La invención de la imprenta representa para la publicidad un punto de despegue, porque se logra llegar a una cantidad inmensa de gente y de una manera sencilla y rápida.

- Checa, A. (2007). *Historia de la publicidad*. Consultado el 16 de noviembre de 2012: http://books.google.es/books?id=UFpC52A99dEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

II.4 La prensa y el estímulo al comercio (Páginas: 33-43)

¿De qué manera la prensa ha fomentado el comercio?

La publicidad recibió un enorme impulso con la invención de la imprenta, pero creció aún más con la aparición de la prensa escrita. A partir de aquí los medios masivos publicitarios tuvieron repercusiones en los hábitos de compra por parte del consumidor.

- Checa, A. (2007). *Historia de la publicidad*. Consultado el 16 de noviembre de 2012: http://books.google.es/books?id=UFpC52A99dEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

II.5 Los medios electrónicos (Páginas: 43-62)

¿Habrá llegado a un tope la evolución de los medios electrónicos y la publicidad?

La publicidad se ha diversificado enormemente. Existe una diferencia muy marcada entre la antigüedad y el presente. En la actualidad el uso masivo de los medios electrónicos ha revolucionado a la publicidad y su relación con la gente, sobre todo el internet.

- Meeker, M. (s/f). *La publicidad en internet*. Consultado el 16 de noviembre de 2012: <http://books.google.es/books?id=W12r8bVGDcC&printsec=frontcover&dq=Historia+de+La+publicidad+y+los+medios+electr%C3%B3nicos&hl=es&sa=X&ei=OHKmUMTjD4KwqQHxolH4Cw&ved=0CDcQ6wEwAA#v=onepage&q&f=false>

II.6 La propaganda y las guerras mundiales (Páginas: 43-85)

¿Los nazis de qué manera utilizaron a la publicidad para sus fines bélicos?

La publicidad no solamente ha servido para el intercambio comercial, también ha sido promotora y difusora de guerras entre pueblos. Los nazis utilizaron a la propaganda en medios masivos para justificar su acción bélica, además de unificar ideologías en torno a su creencia en la raza superior.

- Newcourt, S. (2006). *La propaganda negra en la Segunda Guerra Mundial*. Consultado el 16 de noviembre de 2012: <http://books.google.es/books?id=VjRFMWxSnhsC&printsec=frontcover&dq=la+propaganda+y+las+guerras+mundiales&hl=es&sa=X&ei=c3OmULyPHMqQggGYhYEw&ved=0CDEQ6wEwAA>

II.7 Situación actual de la publicidad (Páginas: 11-20)

¿Qué medios electrónicos son los más influyentes en la actualidad? ¿Por qué?

La publicidad goza de una estupenda salud, en parte gracias a la profesionalización de las agencias y a las exigencias de los consumidores. Existe un fuerte impacto de los medios electrónicos en el presente y la influencia masiva que existe entre la gente.

- Pedroza, J. (2007). *Creatividad efectiva*. Consultado el 16 de noviembre de 2012: <http://books.google.es/books?id=qC6Sy8leQngC&pg=PA274&dq=El+futuro+de+la+Publicidad&hl=es&sa=X&ei=EXamUK78MZHtrAG3hoHgDQ&ved=0CEMQ6wEwBg#v=onepage&q=El%20futuro%20de%20la%20Publicidad&f=false>

D. GLOSARIO

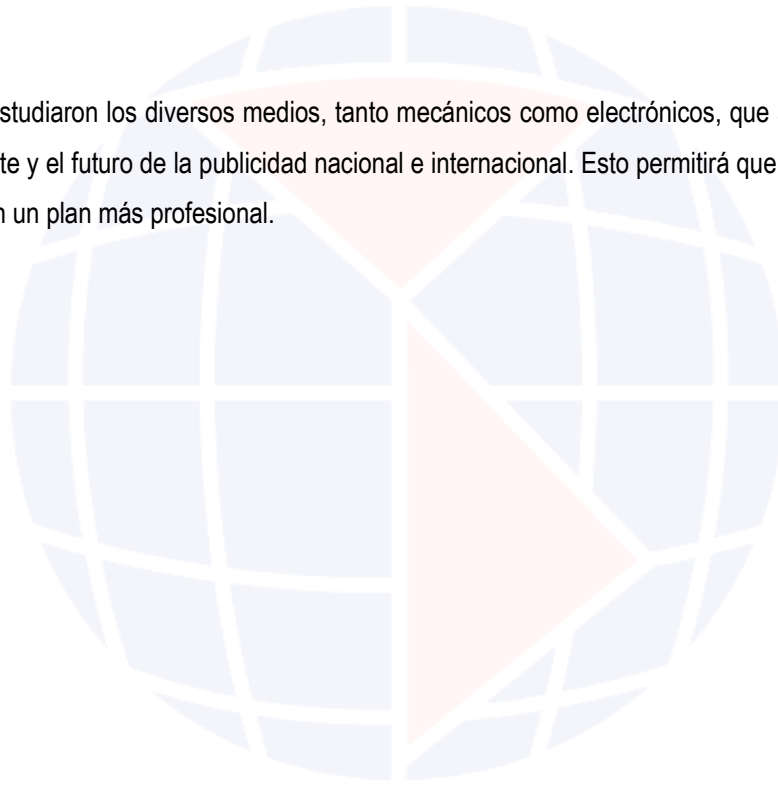
Término	Significado
Medio	Enlace entre clientes y publicistas a través de lo auditivo o visual para difundir una campaña.
Contrato	Documento legal por el que ambas partes se comprometen a cumplir con lo establecido en dicho documento.
Campaña	Actividad publicitaria por un tiempo determinado y que permite monitorear las preferencias de los consumidores. Tiene la finalidad de ajustar las propuestas del cliente hacia un producto.
Jingle	Musicalización de un anuncio.
Portada o primera de forros	Es la parte frontal y/o principal de un periódico o una revista.
Segunda de forros	Es la parte posterior de la portada.
Plana	Es la totalidad de una página.
Billboard	Es el anuncio espectacular en azoteas o carreteras.
Sobre cuota	Es cuando el cliente quiere su anuncio en una posición especial.
Pantone	Es la regleta para seleccionar el tono exacto de un color para su impresión.

E. CONCLUSIÓN

¿Por qué la publicidad se ha desarrollado a la par que ha evolucionado el hombre

http://www.youtube.com/watch?v=SO46q_8GrdE

Los estudiantes estudiaron los diversos medios, tanto mecánicos como electrónicos, que se han usado en el pasado, el presente y el futuro de la publicidad nacional e internacional. Esto permitirá que entren en la era de la globalización en un plan más profesional.



F. PARA AMPLIAR EL TEMA

Las siguientes lecturas te ayudarán a reforzar el aprendizaje conceptual de los temas revisados en este bloque:

- Guzmán, A. (2009). Breve historia de la publicidad. Consultado el 16 de noviembre de 2012: <http://www.youtube.com/watch?v=YgWHG6MoCI8>
- Villanueva, L. (2009). Historia de la publicidad. Consultado el 16 de noviembre de 2012: <http://www.youtube.com/watch?v=DL9HKLFKzZg&feature=related>
- La historia de la propaganda a través de la historia y la sociedad: La URSS. (2011). Consultado el 16 de noviembre de 2012: http://www.youtube.com/watch?v=x95au954_IQ
- Wang, D. (2012). Propaganda nazi. Consultado el 16 de noviembre de 2012: http://www.youtube.com/watch?v=S84IRX_c18o
- Publicidad en medios electrónicos. (2012). Consultado el 16 de noviembre de 2012: http://www.youtube.com/watch?v=WQI_JQigGLg

G. FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliografía:

- Cappo, J. (2000). *El futuro de la publicidad*. México: MacGraw Hill.
- Collon, M. (2000). *Monopoly, la OLAN a la conquista del mundo*. España: Hiru.
- Gili, G. y Williams, E. (2010). *La Nueva Publicidad: Las mejores campañas en la era de internet*. México: Editorial Gustavo Gili.
- Peter, J. y Olson, J. (2006). *Comportamiento del consumidor y estrategia de Marketing*. MacGraw-Hill: España.

Cibergrafía:

- Checa, A. (2007). *Historia de la publicidad*. Consultado el 16 de noviembre de 2012:
http://books.google.es/books?id=UFpC52A99dEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- *Historia de la publicidad*. (2008). Consultado el 16 de noviembre de 2012:
http://www.youtube.com/watch?v=SO46q_8GrdE
- Meeker, M. (s/f). *La publicidad en internet*. Consultado el 16 de noviembre de 2012:
<http://books.google.es/books?id=W12r8bVGDcC&printsec=frontcover&dq=Historia+de+La+publicidad+y+los+medios+electr%C3%B3nicos&hl=es&sa=X&ei=OHKmUMTjD4KwqQHxoiH4Cw&ved=0CDcQ6wEwAA#v=onepage&q&f=false>

- Newcourt, S. (2006). *La propaganda negra en la Segunda Guerra Mundial*. Consultado el 16 de noviembre de 2012:
<http://books.google.es/books?id=VjRFMWxSnhsC&printsec=frontcover&dq=la+propaganda+y+las+guerras+mundiales&hl=es&sa=X&ei=c3OmULyPHMqQggGYhYEW&ved=0CDEQ6wEwAA>
- Pedroza, J. (2007). *Creatividad efectiva*. Consultado el 16 de noviembre de 2012:
<http://books.google.es/books?id=qC6Sy8leQngC&pg=PA274&dq=El+futuro+de+la+Publicidad&hl=es&sa=X&ei=EXamUK78MZHtrAG3hoHqDQ&ved=0CEMQ6wEwBq#v=onepage&q=El%20futuro%20de%20la%20Publicidad&f=false>
- Sánchez, A. (2009). Breve historia de la publicidad. Consultado el 16 de noviembre de 2012:
<http://www.youtube.com/watch?v=mSW7oP4QA1A>

