

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2017-2018 ASIGNATURA: Psicología de la Comunicación
PROFESOR(ES): D. Miguel Angel Martín Cárdbaba
CURSO: 2 TPO: BA CÓDIGO: 019803658 CRÉDITOS ECTS: 6,0
PLAN DE ESTUDIOS: 2017 UNIVERSIDAD: CES Villanueva
FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación
TITULACIÓN: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
ÁREA DE CONOCIMIENTO: -
ÚLTIMA REVISIÓN: 15/11/2017 14:14:39

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

El principal objetivo de esta asignatura consiste en aumentar en el alumno su capacidad para 1) identificar la existencia de todos aquellos factores psicológicos que se encuentran implicados en los procesos comunicativos (especialmente aquellos que poseen una finalidad persuasiva), 2) mejorar la comprensión de su naturaleza y 3) incrementar el reconocimiento del papel que desempeñan en dichos procesos.

Prácticos

El principal objetivo práctico de esta asignatura consiste en aumentar la capacidad del alumno para:

- 1) identificar los factores que hacen que una comunicación sea eficaz, pudiendo distinguir entre aquellas comunicaciones que son eficaces y las que no.
- 2) elaborar comunicaciones e interacciones comunicativas que alcancen el objetivo deseado con eficacia.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Generales

Conocimientos para comprender los cambios y la evolución histórica de la imagen y de la cultura audiovisual, así como los distintos modelos del lenguaje cinematográfico, audiovisual y multimedia
Conocimientos para analizar el discurso audiovisual, atendiendo a los parámetros básicos del análisis y los modelos teóricos existentes.

Transversales

Conocimiento de los mecanismos psicológicos y sociales que explican el origen, desarrollo y cambio de la comunicación audiovisual.
Conocimientos para aplicar técnicas de evaluación de los resultados de la programación audiovisual y sus efectos sociales y económicos.

Específicas

Conocimiento de los conceptos necesarios para definir la naturaleza de la imagen y los procesos de percepción y representación audiovisual, así como la metodología par realizar un análisis integral de cualquier tipología icónica.

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

Tema I. Psicología como ciencia teórica y aplicada

Tema II. ¿Que es persuasión?

Tema III. El modelo del aprendizaje

- 1) Atención
- 2) Comprensión/Percepción
- 3) Aceptación
- 4) Memoria

Tema IV. El modelo de la respuesta cognitiva

Tema V. Los modelos duales

- 1) Procesos de alta elaboración
- 2) Procesos de baja elaboración

Tema VI. Variables de la comunicación persuasiva

- 1) Emisor
- 2) Receptor
- 3) Mensaje
- 4) Contexto
- 5) Canal

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Cialdini, R., B. (2009). *Influence: Science and practice*. Pearson.

Briñol, P., De la Corte, L., y Becerra, A. (2001). *¿Qué es persuasión?* Madrid: Biblioteca Nueva.

Brock, T. C., y Green, M. (2005). *Persuasion: Psychological insights and perspectives*. Sage Publications.

Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., y Floyd, K. (2010). *Nonverbal communication*. Pearson.

Dutton, K. (2011). *Flipnosis o el arte de la persuasión*. RBA Libros.

Fennis, B. M., y Stroebe, W. (2010). *The psychology of advertising*. Psychology Press.

Goldstein, N. J., Martin, S. J., y Cialdini, R. B. (2008). *¡Si! 50 secretos desde la ciencia de la persuasión*. LID editorial.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

- Clases magistrales
- Estudio de casos
- Visionado y comentarios de videos y películas
- Tutorías en grupos reducidos
- Trabajos en grupos reducidos

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

La clasificación final se obtendrá a partir de los siguientes criterios:

- Pruebas breves y periódicas de asimilación..... 20% (la no realización de la prueba será equivalente a un cero)
- Dossier electrónico on-line (grupos de 3).....15% (la fecha tope para crearlo y compartirlo con el profesor será el martes 28 de febrero)
- Examen final.....65%
 - Trabajo final optativo..... (nota suplementaria)

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Presentaciones Powerpoint
Videos