

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30756 FUNDAMENTOS PSICOSOCIALES DE LA INFORMACION

Grupo 1

Presentación

Psicología, Psicología Social, Comunicación, Publicidad, Consumo

Programa Básico

INTRODUCCIÓN.-

I.- El estudio de la conducta: Psicología y Psicología Social

EL PROCESAMIENTO COGNITIVO DE LA INFORMACIÓN.-

II.- Sensación, Atención y Percepción

III.- Memoria

IV.- Aprendizaje

EL PROCESAMIENTO EMOTIVO DE LA INFORMACIÓN.-

V.- Motivación

VI.- Actitudes

VII.- Personalidad

EL PROCESAMIENTO "SOCIAL" DE LA INFORMACIÓN.-

VIII.- Influencia Social

IX.- Cultura y Sistema de Valores

X.- Toma de Decisiones

Objetivos

Asignatura Obligatoria, de formación especializada, teórica, que aporta elementos necesarios para comprender las bases psicológico-sociales sobre las que se construye el discurso informativo-publicitario.

Se pretende que el alumno:

- conozca los elementos esenciales de la psicología y la psicología social como fundamento de los procesos comunicativos mediados
- comprenda el peso específico y la importancia que los procesos psicosociales tienen para la eficacia del mensaje informativo-persuasivo
- investigue sobre un tema de marketing y/o publicidad relacionado con los contenidos de la asignatura

Programa de Teoría

INTRODUCCIÓN.-

Tema 1: El estudio de la conducta: Psicología y Psicología Social

EL PROCESAMIENTO COGNITIVO DE LA INFORMACIÓN.-

Tema 2: Sensación, Atención y Percepción

Tema 3: Memoria

Tema 4: Aprendizaje

EL PROCESAMIENTO EMOTIVO DE LA INFORMACIÓN.-

Tema 5: Motivación

Tema 6: Actitudes

Tema 7: Personalidad

EL PROCESAMIENTO "SOCIAL" DE LA INFORMACIÓN.-

Programa Práctico

Evaluación

Evaluación de la Asignatura:

CONVOCATORIA de FEBRERO (1ª Convocatoria): en esta convocatoria se realizará, en la fecha que fije la Facultad, una única prueba final de evaluación, tipo test, sobre los contenidos de la asignatura.

En esta prueba se evaluarán dos tipos de contenidos:

- A) los contenidos expuestos en clase por el profesor el último año de docencia (curso 2010-2011).
 - B) los "Textos Seleccionados" que fueron entregados al alumno el último año de docencia (curso 2010-2011).
-

EXAMEN DE JULIO (2ª Convocatoria): para quienes elijan esta opción habrá igualmente una sola prueba escrita, tipo test, en la que se evaluará de nuevo toda la materia.

Bibliografía

Psicología:

- Papalia, Diane E. (1995) "Psicología", McGraw Hill, México
- Morris, Charles G. (2001) "Psicología", Pearson Educación, México
- Smith, Edward E. (2003) "Introducción a la Psicología", Paraninfo, Madrid
- Gonzalo de la Casa, Luis, (1995) "Introducción a la Psicología. Una perspectiva histórica" Algaída, Madrid
- Mestre Navas, José Miguel (2004) "Procesos Psicológicos Básicos", McGraw Hill, Madrid

Psicología Social – Psicología Social de la Comunicación:

- Aronson, E. (2001) "El Animal Social", Alianza Universidad, Madrid
- Worchel, S. (2003) "Psicología Social", Paraninfo, Madrid
- León Rubio, José M^a (1998) "Psicología Social", McGraw Hill, Madrid
- Morales, J. Francisco (1994) "Psicología Social", McGraw Hill, Madrid
- Cuesta, Ubaldo (2000) "Psicología Social de la Comunicación", Cátedra, Madrid
- Buceta, Luis (1992) "Fundamentos Psicosociales de la Información" Ed. Ramón Areces, Madrid
- Río Pereda, Pablo del (1996) "Psicología de los Medios de Comunicación" Síntesis, Madrid
- Mucchielli, Alex (1998) "Psicología de la Comunicación" Paidós Comunicación, Barcelona

Consumo y Publicidad:

- Dubois, Bernad (1998) "Comportamiento del Consumidor. Comprendiendo al Consumidor" Prentice Hall, Madrid
 - Schiffman, León G. (1997) "Comportamiento del Consumidor" Prentice Hall, Madrid
 - Alonso Rivas, Javier (2001) "Comportamiento del Consumidor" ESIC, Madrid
 - Ruiz de Maya, Salvador (2001) "Experiencias y Casos de Comportamiento del Consumidor" ESIC, Madrid
-