

Plan 550 PROGRAMA DE ESTUDIOS CONJUNTO DE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y DE GRADO EN TURISMO
 Asignatura 42850 PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

Créditos ECTS

6ETC

Competencias que contribuye a desarrollar

1. Competencias Generales: Competencias Instrumentales
2. CG-1 Que los estudiantes demuestren poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado
3. CG-2 Capacidad de aplicar los conocimientos a su trabajo de una forma profesional
4. CG-3 Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales
5. CG-4 Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones
6. CG-5 Desarrollo de las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
7. CG-6 Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional
- CE-1 Conocimientos fundamentales de comunicación.
- CE-2 Capacidad para asumir el liderazgo.
- CE-3 Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.
- CE-4 Conocimiento del entorno.
- CE-5 Capacidad para la creatividad y la innovación.
- CE-6 Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales. Competencias Profesionales
- CE-13 Capacidad para definir y gestionar presupuestos de comunicación CE-14 Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje.
- CE-15 Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos. CE-17 Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos e intangibles de la empresa.
- CE-18 Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas.

Competencias Transversales

- CE-19 Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno
- CE-20 Capacidad para trabajar en equipo
- CE-21 Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad
- CE-22 Preparación para asumir el riesgo
- CE-23 Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico
- CE-24 Saber gestionar el tiempo
- CE-25 Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad
- CE-26 Capacidad para la gestión económica y presupuestaria

CE-27 Capacidad para el análisis objetivo de la realidad

Objetivos/Resultados de aprendizaje

Objetivos generales: Capacitar a los alumnos para la mejor comprensión y análisis de:

1. Principales teorías que explican el comportamiento del sujeto, con el fin de facilitar la comprensión de los procesos básicos que tienen lugar en el sujeto receptor en relación con la comunicación.
2. Analizar los procesos psicosociales generados a partir de actuaciones comunicativas.
3. Reconocer y comprender los procesos cognitiva activados ante los mensajes publicitarios

Los objetivos:

- conocer y comprender las principales corrientes teóricas de la psicología y su aportación al campo de la comunicación y la publicidad.
- conocer y comprender los procesos psicológicos básicos de la percepción, la memoria y el aprendizaje, y su importancia en el terreno de la comunicación, el marketing y la comunicación publicitaria.
- conocer y comprender los principales mecanismos de tipo psicosocial que intervienen en la comunicación social (motivación, actitudes, personalidad, influencia social) así como su utilidad práctica en el campo profesional del marketing y la comunicación publicitaria.
- conocer y comprender los principales factores intrapersonales, interpersonales, intergrupales y de comunicación de masas que intervienen en los procesos comunicativos, sabiendo identificarlos y manejarlos en el ámbito concreto de la publicidad y las relaciones públicas
- Reconocer y comprender los principios básicos de la recepción del mensaje desde las corrientes actuales. - Aplicación práctica de los principios aprendidos sobre la creación de un producto nuevo y la confección de campañas de comunicación.

Contenidos

Bloque 1. Principales corrientes teóricas de la psicología

Bloque 2. Aplicación de las teorías de la psicología a la comunicación publicitaria

Bloque 3. Fundamentos de la neuropsicología aplicados a la comunicación publicitaria

Bloque 4. Procesos psicosociales en la comunicación

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

El calendario y horario será el fijado, para cada curso escolar, por las autoridades académicas. Cada guía escolar informará sobre dicho horario, así como sobre el calendario académico y fechas de exámenes de la asignatura. La utilización de los métodos docentes guarda lógica relación con los distintos contenidos que forman parte de la asignatura. Las prácticas podrán consistir en el análisis de textos normativos, resoluciones judiciales, lecturas doctrinales o el planteamiento de casos reales o ficticios. La guía docente puede establecer metodologías adicionales o específicas. Los profesores responsables de los grupos podrán servirse, en la medida en que lo estimen oportuno, de la plataforma virtual de Moodle, así como recomendar el uso de manuales o de otros recursos útiles para el aprendizaje de la asignatura. La guía docente recogerá expresamente el horario de tutorías del profesor o profesores responsables del grupo, así como sus datos de contacto. Además, podrá recoger medidas adicionales de apoyo tutorial

Criterios y sistemas de evaluación

En la guía docente se concretará el modelo de evaluación que se anudará a los exámenes, que podrán ser escritos, orales o mixtos, sobre contenidos teóricos y/o prácticos. También podrán establecerse en el mismo, de forma opcional, la realización de pruebas académicas suplementarias y un eventual sistema de evaluación continua. De optarse por este sistema de evaluación deberá determinarse con precisión los requisitos y beneficios que se anudan al mismo. El profesor de cada grupo podrá establecer, finalmente, un régimen sancionador propio relacionado con la realización fraudulenta de exámenes y plagios en las prácticas.

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO

PESO EN LA NOTA FINAL

OBSERVACIONES

Exámenes

El fijado en la guía docente

Las guías docentes podrán establecer criterios de evaluación continua

Elaboración de actividades prácticas

El fijado en la guía docente

Las guías docentes podrán establecer criterios de evaluación continua

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- Convocatoria ordinaria:
 - Superación de los criterios determinados por cada profesor en su guía docente
- Convocatoria extraordinaria:
 - Superación de los criterios determinados por cada profesor en su guía docente

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Tutorías despacho 117 (revisar información en guía y en página web)

Calendario y horario

<http://sjc.uva.es/publicidad-y-relaciones-publicas/>

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

Las especificadas en la guía docente

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Marian Núñez Cansdo

Licenciada en Ciencias de la Información: Publicidad y Relaciones Públicas

Licenciada en Psicología

Doctora en Comunicación y Sociología

Máster en Neuropsicología clínica

Idioma en que se imparte

Castellano