



Proyecto docente de la asignatura

<b>Asignatura</b>	Procesos Psicosociales de la comunicación		
<b>Materia</b>			
<b>Módulo</b>	Comunicación con fines sociales para el nuevo modelo de sociedad		
<b>Titulación</b>	Máster en comunicación con fines sociales		
<b>Plan</b>	515	<b>Código</b>	53243
<b>Periodo de impartición</b>	Segundo cuatrimestre	<b>Tipo/Carácter</b>	OB 2º C
<b>Nivel/Ciclo</b>	Postgrado/master	<b>Curso</b>	Primero
<b>Créditos ECTS</b>	3		
<b>Lengua en que se imparte</b>	Castellano		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Marian Núñez Cansado / Maribel Martín /Isabel Rodrigo		
<b>Departamento(s)</b>	HMCA		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	<a href="mailto:marian@hmca.uva.es">marian@hmca.uva.es</a> / <a href="mailto:isabel.rodrigo@uva.es">isabel.rodrigo@uva.es</a> / <a href="mailto:maribelmartinn@gmail.com">maribelmartinn@gmail.com</a> 9210112300 Despacho 117		



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

### 1.1 Contextualización

La asignatura Procesos Psicosociales se incluye entre los contenidos del segundo cuatrimestre del Máster. Pretende proporcionar a los alumnos una visión general desde el ámbito de la psicología de los procesos psicosociales que tienen lugar en el receptor frente a la comunicación comercial.

Su carácter es obligatorio.

### 1.2 Relación con otras materias

### 1.3 Prerrequisitos

No se establece ningún requisito previo para cursar esta asignatura.

## 2. Competencias

### 2.1 Generales

G.1. Capacidad de análisis y síntesis de la información y comunicación procedente del entorno y del contexto sociocultural y económico.

Explicación de la competencia: capacidad de resolución de problemas y toma de decisiones en entornos locales y globales caracterizados por elevados niveles de incertidumbre y paradojas.

G.2. Capacidad de organización y planificación de las tareas de estudio y trabajo, en función de las necesidades del entorno.

G.3. Capacidad de utilización de las TIC en el ámbito de estudio y contexto profesional y consideración de éstas como herramienta, más que como solución.

G.4. Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos y respeto de la diversidad y multiculturalidad; tener una visión holística de los problemas y soluciones.

G.5. Capacidad de compromiso ético profesional y personal.

Explicación de la competencia: que permita encajar el 'saber hacer' y el 'bien hacer' de forma coherente. Desarrolla la capacidad de crítica y autocrítica de la labor realizada, como instrumento de mejora y evolución constante.

G.6. Capacidad de adoptar una visión creativa de la realidad, que favorezca soluciones nuevas e innovadoras.

### 2.2 Específicas

E1. Conocimiento y capacidad para aplicar códigos éticos sobre la comunicación comercial, social, educativa, publicitaria...



E2. Conocimiento y capacidad para ensayar procedimientos de investigación crítica acerca de las acciones sociales de diversas organizaciones.

Explicación de la competencia: tanto cuestiones de gestión, desarrollo e implementación de organizaciones empresariales, de administraciones públicas, de organizaciones de la sociedad civil, del tercer sector y ONG.

E3. Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales.

Explicación de la competencia: incluye búsqueda, selección, análisis, ordenación y comprensión de la información y documentación en materia de comunicación con fines sociales, en diferentes formatos, soportes y lenguajes. En definitiva, desarrollar la capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico de la información y la comunicación.

E4. Capacidad para llevar a cabo la reflexión crítica y actitud responsable en el diseño e implementación de las campañas y acciones de comunicación.

Explicación de la competencia: tanto las puramente comerciales como otras con fines sociales, solidarios, institucionales, altruistas, etc., respetando los Derechos Humanos en la planificación estratégica y la creatividad en la comunicación. Flexibilidad para el uso alternativo de los medios.

E.5.Capacidad para concebir, diseñar, implementar y evaluar proyectos de comunicación con fines sociales.

Explicación de la competencia: incluyendo todo su proceso creativo desde la ideación, la realización y producción, la planificación y evaluación de las campañas de comunicación con fines sociales. Se considera fundamental la preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad de pensar a decidir, y la importancia de la experiencia en proyectos de desarrollo integral, sostenible y justo.

E.6. Capacidad para utilizar métodos y técnicas de investigación y evaluación de la comunicación con fines sociales.

Explicación de la competencia: conocer los instrumentos que se utilizan actualmente y diseñar y experimentar nuevas propuestas metodológicas y técnicas. Conocimiento de técnicas de comunicación. Aplicación de modelos de evaluación en función de fines y no meramente instrumental.

E.7. Capacidad para gestionar la comunicación en el ámbito de la responsabilidad social.

Explicación de la competencia: saber qué métodos se pueden aplicar para evaluar la eficacia de las campañas de comunicación con fines sociales reales y realistas, distinguiendo claramente la responsabilidad social de la acción social y la reputación social.

E.8. Capacidad para comprender la incidencia de la comunicación en la formación integral de las personas.

### 3. Objetivos

Conocer las contribuciones teóricas más importantes de la Psicología Social en relación a los procesos de interacción social, principalmente en los procesos de comunicación.  
Introducir al alumnado en el estudio de la relación individuo-grupo-sociedad en relación a distintos procesos de interacción social.  
Identificar las características relevantes del comportamiento en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.

### 4. Contenidos

**Bloque 1. Introducción a la Psicología básica**

**Bloque 2 Introducción a la Psicología social**

**Bloque 3. Comunicación y procesos Psicosociales**



### 5. Métodos docentes y principios metodológicos

Exposición teórica a cargo del profesor en diálogo reflexivo con los alumnos.

Lecturas individuales de diversos documentos

Análisis en grupo de los casos prácticos presentados

Trabajo en grupo para el apoyo al diseño de los TFM individuales

### 6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	20	Estudio y trabajo autónomo	30
Clases Prácticas	10	Estudio y trabajo autónomo	15
Total presencial	30	Total no presencial	45

### 7. Sistema y características de la evaluación

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

### 8. Consideraciones finales