



Proyecto docente de la asignatura

Asignatura	Psicología de la comunicación		
Materia	Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades		
Módulo			
Titulación	Publicidad y Relaciones Públicas		
Plan	458	Código	42850
Periodo de impartición	Primer cuatrimestre	Tipo/Carácter	Formación básica
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	segundo
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Marian Núñez Cansado		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	psicologíamarian@yahoo.es /marian@hmca.uva.es		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura Psicología de la Comunicación forma parte de la materia Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades que supone un total de 60 créditos de la totalidad de los 240 créditos que suponen la obtención del título. Su carga docente es de 6 créditos.

Los conocimientos aportados por esta asignatura aproximan al alumno a una visión holística de los procesos de persuasión desde la perspectiva de la psicología básica y la psicología social.

1.2 Relación con otras materias

Los ejes temáticos y conceptuales que articulan los contenidos de esta materia se refieren a diferentes perspectivas teóricas y modelos metodológicos que permiten al estudiante aproximarse a la dimensión psicológica de la persuasión publicitaria.

1.3 Prerrequisitos

No se han establecido





2. Competencias

2.1 Generales

- 1.1 Competencias Generales: Competencias Instrumentales
- 1.2 CG-1 Que los estudiantes demuestren poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado
- 1.3 CG-2 Capacidad de aplicar los conocimientos a su trabajo de una forma profesional
- 1.4 CG-3 Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales
- 1.5 CG-4 Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones
- 1.6 CG-5 Desarrollo de las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
- 1.7 CG-6 Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional

FB3.M0. Psicología de la comunicación.

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Competencias	ECT's
Clases teóricas y expositivas	CG-1, CG-5, CE-1, CE-3, CE-5, CE-14, CE-21, CE-22, CE-27.	1
Prácticas y seminarios	CE-1, CE-3, CE-5, CE-14, CE-19, CE-20, CE-21, CE-22, CE-27.	1,5
Trabajo autónomo personal o grupal	CE-1, CE-19, CE-21, CE-22, CE-27	2,5
Tutorías	CG-5	0,5
Evaluación	CG-5	0,5

2.2 Específicas

Competencias Específicas: Competencias Académicas- Disciplinarias

- 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



3. Objetivos

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 cognitivos 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.

4. 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

5. Métodos docentes y principios metodológicos

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.

**6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura****FB3.M0. Psicología de la comunicación.**

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Competencias	ECT's
Clases teóricas y expositivas	CG-1, CG-5, CE-1, CE-3, CE-5, CE-14, CE-21, CE-22, CE-27.	1
Prácticas y seminarios	CE-1, CE-3, CE-5, CE-14, CE-19, CE-20, CE-21, CE-22, CE-27.	1,5
Trabajo autónomo personal o grupal	CE-1, CE-19, CE-21, CE-22, CE-27	2,5
Tutorías	CG-5	0,5
Evaluación	CG-5	0,5

7. Sistema y características de la 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

8. Consideraciones finales