

## **PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN**

**CURSO:** PRIMERO

**SEMESTRE:** PRIMERO

**TIPO:** FORMACIÓN BÁSICA

**IDIOMA:** CASTELLANO

**CRÉDITOS:** 6

**DOCENTE:** [ROSER PAREJO](#)

### **OBJETIVOS:**

La asignatura tiene por objeto penetrar en el estudio de la comunicación desde la perspectiva psicosocial, familiarizando a los alumnos con los conceptos fundamentales de la Psicología de la Comunicación y capacitándoles para analizar los fenómenos psicosociales implicados tanto en la comunicación interpersonal y grupal como en la de los medios de comunicación de masas.

### **COMPETENCIAS:**

#### **GENÉRICAS**

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Afrontar el aprendizaje como un proceso continuo que posibilite la puesta al día, ante las nuevas situaciones y los nuevos retos, con metodologías innovadoras.

### **ESPECÍFICAS**

- Diseñar, planificar y gestionar identidades corporativas y los elementos gráficos y visuales que se han de aplicar en campañas de marketing y publicidad.

### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE:**

- Aplica los fundamentos de la psicología como disciplina científica.
- Maneja los fundamentos psicológicos de la comunicación y la información.
- Identifica diferentes tipos y estrategias psicosociales de persuasión.

- Explica y analiza diferentes tipos y estrategias psicosociales de persuasión.
  - Analiza los principales fundamentos psicológicos que explican las reacciones y motivaciones de los consumidores.
  - Aplica conceptos elementales de psicología a la comunicación en general y a la publicidad en particular.
  - Utiliza la asertividad como estrategia y estilo de comunicación y de negociación.
  - Identifica los principales fundamentos psicológicos en los que se basan los mensajes persuasivos.
  - Aplica los principales fundamentos psicológicos a la creación de los mensajes persuasivos.
  - Puede aplicar sus conocimientos mediante argumentos o procedimientos elaborados y sustentados por él mismo, la comprensión de estos y sus capacidades de resolución de problemas en ámbitos laborales complejos o profesionales y especializados que requieren el uso de ideas creativas e innovadoras.
  - Es capaz de desenvolverse en situaciones complejas o que requieran el desarrollo de nuevas soluciones tanto en el ámbito académico como laboral o profesional dentro de su campo de estudio.
  - Identifica sus propias necesidades formativas en su campo de estudio y entorno laboral o profesional y de organizar su propio aprendizaje

con un alto grado de autonomía en todo tipo de contextos (estructurados o no).

## **CONTENIDOS:**

### **Módulo I. Modelos teóricos en el estudio de la comunicación**

#### **T1. Estudios sobre la comunicación en los EEUU y Europa**

- El concepto de psicología y la relación con la comunicación
- El contexto político-económico en EEUU
- El paradigma de Lasswell y los primeros estudios empíricos de Lazarsfeld
- Robert Merton: funcionalismo y ética
- Carl Hovland: la psicología de los efectos
- Los esquemas de Wilbur Schramm
- La Escuela de Palo Alto y sus representantes
- Los países socialistas y su contexto político-económico
- La hipótesis de Sapir-Whorf

### **Módulo II. Procesos psicosociales imbricados en la comunicación**

#### **T2. El escenario y los agentes del proceso comunicativo**

- El escenario como espacio dotado de significación social
- La comunicación socio-lingüística: los interlocutores y su contexto

### **T3. Los procesos intrapersonales**

- Cognición social
- Relación de la cognición con la actitud
- La formación de la imagen en el proceso de interlocución
- La construcción de la realidad social

### **T4. Los procesos interpersonales**

- Estrategias comunicativas dirigidas a definir la relación interpersonal
- Estrategias comunicativas dirigidas a la imagen

### **T5. Los procesos intergrupales**

- Los grupos y la formación de la identidad social
- Sesgo lingüístico e identidad etnolingüística

## **Módulo III. Habilidades sociales en la interacción social**

### **T6. Habilidades sociales, componentes y tipos de habilidades**

- Comportamientos que componen las habilidades sociales
- Adquisición de las habilidades sociales
- Evaluación de las habilidades sociales
- Componentes de las habilidades:

### **T 7. La habilidad social de la asertividad**

- Definición de Asertividad e ideas irracionales
- La relación entre las ideas irracionales y la asertividad
- Tipos de estrategias asertivas
- Tipología asertiva

## **Módulo IV. La psicología social del rumor y de la persuasión**

### **T8. Aproximación conceptual al rumor y su dinámica**

- Introducción a los conceptos:
  - Rumores
  - Noticias
  - Leyendas urbanas
  - Cotilleo
- La dinámica del rumor ¿Para qué surgen los rumores?
- Tipos de rumores
- Vías de transmisión del rumor
- Distorsiones en los rumores
- Las variables que afectan a la transmisión del rumor

## **T9. Aproximación al estudio de la persuasión y los elementos clave del proceso persuasivo**

- El estudio de la persuasión:
- Grupo de investigadores de la Universidad de Yale
- Teoría de la respuesta cognitiva
- El modelo heurístico
- El modelo de la probabilidad de elaboración
- Elementos clave en el proceso persuasivo
- La fuente
- El mensaje
- El receptor

### **Módulo V. La comunicación en los *media***

## **T10. El paradigma de los sistemas de los *mass media*: audiencias, *feedback* y efectos**

- Los *mass media* y los factores de influencia
- Estructura, contenido y funciones
- Audiencias y *feedback*.
- Efectos de los *mass media* en la cognición y en la comprensión
- Efectos de los *mass media* en el cambio de actitudes

### **SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

El sistema de evaluación aplicado es la evaluación continua, en la cual la asistencia a clase es obligatoria.

Para poder acceder a la misma, hay que tener un porcentaje mínimo de asistencia a clase del 75%, medible proporcionalmente a las sesiones.

Se considerará aprobado aquel alumno/a que obtenga un 5 de media de las actividades.

La profesora tendrá en consideración la progresión y evaluación continua del alumno para efectuar el redondeo final de la nota.



SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES CURSO 18/19_1					
ACTIVIDAD (A1)		DESCRIPCIÓN	Ponderación sobre total	Puntuación	OBSERVACIONES
PEC Pruebas de Evaluación Continua 50%	PEC1	Actividad Individual obligatoria	15%	0-10	Actividad es de carácter obligatorio y no recuperable.  No presentar las pruebas de evaluación continua supone no poder aprobar el curso.
	PEC2	Actividad en grupo (Proyecto) Obligatoria	20%	0-10	Actividad es de carácter obligatorio y no recuperable.  No presentar las pruebas de evaluación continua supone no poder aprobar el curso.
	PEC3	<u>Presentación en público de los trabajos en grupo (2) y defensa del proyecto</u> Obligatoria	15%	0-10	Actividad es de carácter obligatorio y no recuperable.  No presentar las pruebas de evaluación continua supone no poder aprobar el curso.
Pruebas escritas  (Exámenes de evaluación continua) 50%	EX.1	Prueba escrita sobre supuestos conceptuales l/o prácticos del temario impartido  Se recupera en complementaria	25%	0-10	Para poder hacer media se ha de obtener una nota mínima de 5.  En el supuesto que el alumno no haya obtenido esta nota mínima se deberá presentar a complementarias del primer parcial
	EX.2	Supuestos conceptuales l/o prácticos impartido  Se recupera en complementaria	25%	0-10	Para poder hacer media se ha de obtener una nota mínima de 5.  En el supuesto que el alumno no haya obtenido esta nota mínima se deberá presentar a complementarias del segundo parcial.
<b>COMPLEMENTARIA</b>					
EX.COM	Examen	Prueba escrita (complementarias)	50%  (si afecta a los dos parciales) o 25%  (si afecta a un parcial)	0-10	Prueba escrita sobre supuestos conceptuales l/o prácticos del temario que Programada para Los días 6 y 7 de Febrero 2019  En los horarios asignados
Cuando se considera un alumno aprobado	<p>Se considera aprobado aquel alumno que obtiene igual o mayor a 5 de media en el curso. Se ha de tener en consideración que la media de los exámenes ha de ser igual o mayor a 5 para poder hacer media con el resto de las pruebas, por ejemplo:</p> <p><b>Supuestos de ejemplos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ex1(4) + Ex2(6) = 10/2 = 5 Alumno Suspenso, ha de ir a complementaria del primer parcial</li> <li>- Pec1 (4) + Pec2 (5)+ Pec3 (4) + EX1 (5) +EX2 (5)= 4,7 alumno suspenso, ha de recuperar en completaría los dos exámenes</li> <li>- Pec1 (4) + Pec2 (4)+ Pec3 (4) + EX1 (5) +EX2 (6)= 5 Alumno aprobado, no ha de ir a complementarias</li> </ul> <p>La profesora tendrá en consideración la progresión y evaluación continua del alumno fruto de su participación en las actividades de clase, trabajos y debates para efectuar el redondeo final de la nota tanto a la alza como a la baja.</p> <p>La detección de plagio en el desarrollo de los diferentes trabajos y pruebas es una mala praxis en el ámbito académico y supone el suspenso de la prueba y si es reiterado de toda la asignatura.</p>				

### **METODOLOGÍA:**

La asignatura es presencial y combina los conocimientos teóricos con su puesta en práctica. A lo largo de las sesiones de clase, el profesor expondrá contenidos del programa mediante el uso de diferentes metodologías de aprendizaje, además de efectuar actividades formativas en grupo para complementar y poner en práctica los conocimientos adquiridos. Asimismo, los alumnos deberán realizar actividades individuales durante las horas de trabajo personal.

Por otra parte, durante las horas de trabajo personal, los alumnos realizarán por grupos un trabajo final de la asignatura que deberán exponer al final del periodo lectivo de la misma. Para ello, los alumnos dispondrán de horas de tutoría con el profesor a fin de supervisar y encaminar el desarrollo del proyecto.

Por último, se recomienda al alumno que dedique cada semana, unas horas de trabajo personal a esta asignatura para poder ir consolidando los conocimientos adquiridos en cada uno de los temas. Este trabajo personal consistirá en realizar un repaso de los aspectos teóricos tratados en clase y complementarlos con la bibliografía básica.

### **MANUAL DE REFERENCIA:**

- PASTOR RUIZ, YOLANDA (Coord) *Psicología social de la comunicación* .Editorial Pirámide. 2006

### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:**

- AUBUCHON, NORBERT . The Anatomy of Persuasion. 2007, Ed. AMACOM
- CASTANYER, O. La Asertividad: expresión de una sana autoestima. DDB. Bilbao. 2000.
- GIRBAU MASSANA, MD. 2014. Psicología de la comunicación. Barcelona. Ed. Ariel.
- ESCODA, ESTHER. Habilidades sociales y de comunicación del trabajo social. 2015 .Ed. Tirant lo Blanch.
- DEL POZO FLÓREZ, JOSÉ ÁNGEL. Técnicas de comunicación personal y grupal . 2013 Editorial Club Universitario.
- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. Comunicación paraverbal: la voz, el tono y la inflexión. 2015, Ed. Instituto de Ingeniería del Conocimiento (IIC).
- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. El mensaje persuasivo. 2015 . Editorial IIC.
- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. Empatía.2015, Ed. Instituto de Ingeniería del Conocimiento (IIC).
- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. Evitar decir sí cuando se quiere decir no.2015, Ed. Instituto de Ingeniería del Conocimiento (IIC).
- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. Expresar emociones.2015, Ed. Instituto de Ingeniería del Conocimiento (IIC).

- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. Demostrar asertividad.2015, Ed. Instituto de Ingeniería del Conocimiento (IIC).
- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. Habilidades de comunicación social.2015, Ed. Instituto de Ingeniería del Conocimiento (IIC).
- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. Hacer críticas constructivas.2015, Ed. Instituto de Ingeniería del Conocimiento (IIC).
- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. La postura corporal en la comunicación.2015, Ed. Instituto de Ingeniería del Conocimiento (IIC).
- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. Los gestos en la comunicación .2015, Ed. Instituto de Ingeniería del Conocimiento (IIC).
- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. Hacer peticiones de manera asertiva.2015, Ed. Instituto de Ingeniería del Conocimiento (IIC).
- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. Persuasión activa. 2015, Ed. Instituto de Ingeniería del Conocimiento (IIC).
- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. Utilizar un lenguaje no agresivo.2015, Ed. Instituto de Ingeniería del Conocimiento (IIC).
- INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO. Utilizar técnicas de persuasión. 2015, Ed. Instituto de Ingeniería del Conocimiento (IIC).
- MUÑOZ, KRISTINE, TORRUBIA ZAURÍN, JULIA. ¿Cómo me han podido convencer? - How did I get talked into this? Social and cultural

dimensions of persuasion Las dimensiones sociales y culturales de la persuasión. 2013 Ed., Oberta UOC Publishing.

- LE BON, GUSTAVE. Psicología de las masas (edición renovada) 2014 .Ediciones Morata, S.L.
- LILLO, JAVIER. Los 360 grados de la comunicación.2014 . Ed. De Rasche y Pereira.
- PATTERSON, MILES L., SUÁREZ SÁNCHEZ, SANDRA. El Poder de la Comunicación No Verbal. 2012, Ed. Oberta UOC Publishing.
- SURIÁ MARTÍNEZ, RAQUEL. Guía de recursos prácticos de psicología social. 2013, Editorial Club Universitario.
- ROBERTO DE MIGUEL, PASCUAL. Fundamentos de la comunicación humana. 2010 por Editorial Club Universitario.
- ROMÁN BRUGNOLI, JOSÉ ANTONIO. Psicología del conflicto. 2014 por Oberta UOC Publishing.
- RULICKI, SERGIO. Cómo la inteligencia emocional se expresa a través de los gestos, en 2014 por Ediciones Granica.
- VAYREDA I DURAN, AGNÈS, MIQUEL. Psicología e internet., publicado en 2012 por Oberta UOC Publishing.
- WIEMANN, MARY O., PASCUAL LLADÓ, MARIA. La comunicación de las relaciones interpersonales. 2012, Ed. Oberta UOC Publishing.
- VILADOT PRESAS, MARIA ÀNGELS. Comunicación y grupos sociales., 2012 , Ed. Oberta UOC Publishing.
- VILADOT PRESAS, MARIA ÀNGELS. Lengua y comunicación intergrupal.2010 por Oberta UOC Publishing.

### DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA:

- FERNÁNDEZ BAENA, J. “Los informativos en televisión: ¿debilidades o manipulación?”. Revista comunicar. Disponible en: <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-138>
- FUENTES GÓMEZ-CALCERRADA, J.L., NAVARRO CORTÉS, N. Los mitos y estereotipos sobre la vejez en los medios de comunicación y la importancia de la educación intergeneracional. Disponible en: <http://envejecimiento.csic.es/documentos/documentos/fuentes-mitos-01.pdf>
- GARCÍA GONZÁLEZ ,A., LAGOS AREA S. La educación en valores a través de la publicidad. Las campañas publicitarias de la ONCE en la radio. Disponible en: <http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/pub/educacion.pdf>
- LASSWELL H.” Estructura y función de la comunicación en la sociedad”. Publicado en Moragas Spá, Miquel, Sociología de la comunicación de masas, tomo II, Gustavo Gilli, Barcelona, 1985. Disponible en <http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf>
- MARTÍN LLAGUNO, M. La función de recuerdo de los medios. Las coberturas de “grandes temas” *Comunicación y Sociedad*, vol. XIII, n. 1, 2000, págs.115-138. Disponible en:

[http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art\\_id=119](http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=119)

- MÉNDEZ MUROS. La imagen emocional de Latinoamérica en la prensa digital española: Elpais.com como estudio de casos .The emotional image of Latin America in Spanish digital press: Elpais.com as a case study pp. 93-112 | | Revista F@ro  
<http://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/320/222>
- RETIS, J.” Tendencias en la representación de los inmigrantes latinoamericanos en la prensa nacional española. Colombianos, ecuatorianos y argentinos: ¿iguales o diferentes?” Instituto Universitario y de Investigación Ortega y Gasset. Disponible en:  
[http://portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/43\\_retis.pdf](http://portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/43_retis.pdf)
- Rodrigo Alsina, M. (2001). La comunicación intercultural. Portal de la Comunicación. Aula abierta. Disponible en:  
<http://www.aulaintercultural.org/IMG/pdf/comintercultural.pdf>
- ROSALES REYES, P. El efecto psicológico de la publicidad. Disponible en <http://www.eumed.net/rev/cccss/0712/prr.htm>
- VÁZQUEZ TOLEDO, S. La televisión persuasiva. Revista comunicar. Disponible en:  
<http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-222>

Trabajo personal y autónomo	Competencia y RA	Evaluación	Condicionante	Dedicación
<p>PEC1 Actividad de elaboración individual y obligatoria.</p> <p>Pondera 15% de la nota final</p> <p>Análisis y reflexión de un artículo relacionado con los conocimientos impartidos</p>	<p>Resultados de aprendizaje: R3, R1, R5, R6, R10</p> <p>Competencias: CB1, CB2, CB5,</p>	<p>Pondera 15% de la nota final</p>	<p>Hace media con la nota final</p> <p>Actividad de elaboración individual y obligatoria.</p>	<p>15h</p>
<p>PEC2: Proyecto (seguimiento)</p> <p>Pondera 20% de la nota final</p> <p>Parte a: Formación de grupos: Trabajo en grupo y obligatorio</p> <p>Parte b: Elección del tema y marco teórico</p> <p>Los objetivos de esta actividad son presentar una búsqueda de los documentos académicos y no académicos que avalen los contenidos presentados así diseñar un experimento de psicología social relacionado con el tema y una reflexión del grupo.</p> <p>- Parte C EXPERIMENTACIÓN: hacer una experimentación de carácter psicológico</p>	<p>Resultados de aprendizaje: R1, R2, R3, R5, R6, R10, R11, R12,</p> <p>Competencias: CB1, CB2, CB5, CE2</p>	<p>20% de la nota final</p>	<p>Hace media con la nota final</p> <p>Actividad de elaboración en grupo y obligatoria.</p> <p>Actividad no recuperable</p>	<p>30</p>



<p><b>EXAMEN 1</b></p> <p>Pondera 25% nota final</p> <p>Prueba escrita de contenidos teórico-prácticos de los temas desarrollados</p>	<p>Resultados de aprendizaje: R1, R2,R7,R5, R6, R10</p> <p>Competencias: CB1, CB2,CB5,</p>	<p>Pondera 25% nota final</p> <p>Prueba escrita de contenidos teórico-prácticos de los temas desarrollados</p> <p>Se recupera en complementaria</p> <p>Nota mínima para aprobar 5</p>	<p>Actividad de elaboración individual y obligatoria.</p> <p>Para poder hacer media se precisa obtener un 5</p> <p>Se recupera en complementaria</p>	<p>20h</p>
<p><b>PEC3 PRESENTACIÓN PERSUASIVA</b></p> <p>Trabajo en grupo y obligatorio</p> <p>Pondera 15% de la nota global</p>	<p>Resultados de aprendizaje: R1, R2, R3,R4,R5, R6,R7,R8, R9 R10, R11,R12,</p> <p>Competencias: CB1, CB2,CB5,CE2, CG2</p>	<p>Trabajo en grupo obligatorio</p> <p>Pondera 15% de la nota global</p> <p>Actividad no recuperable</p>	<p>Hace media con la nota final</p> <p>Actividad de elaboración grupal obligatoria.</p>	<p>15h</p>
<p><b>Examen 2</b></p> <p>Pondera 25% nota final</p> <p>Prueba escrita de contenidos teórico-prácticos de los temas desarrollado</p>	<p>Resultados de aprendizaje: R1, R2, R3,R4,R5, R6,R7,R8, R9 R10, R11,R12,</p> <p>Competencias: CB1, CB2,CB5,CE2, CG2</p>	<p>Pondera 25% nota final</p> <p>Prueba escrita de contenidos teórico-prácticos de los temas desarrollados</p> <p>Se recupera en complementaria</p> <p>Nota mínima para aprobar 5</p>	<p>Actividad de elaboración individual y obligatoria.</p> <p>Para poder hacer media se precisa obtener un 5</p> <p>Se recupera en complementaria</p>	<p>20h</p>