

PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

CURSO: PRIMERO

SEMESTRE: PRIMERO

TIPO: FORMACIÓN BÁSICA

IDIOMA: CASTELLANO

CRÉDITOS ECTS: 6

DOCENTE: [DR. FRANCIS GARCÍA COLLADO](#)

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:

BÁSICAS

- B1. 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
- B2. 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

- B5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

GENÉRICAS

- G2. 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

- E2. 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:

- R1. Aplica los fundamentos de la psicología como disciplina científica
- R2. Maneja los fundamentos psicológicos de la comunicación y la información
- R3. Identifica diferentes tipos y estrategias psicosociales de persuasión
- R4. Explica y analiza diferentes tipos y estrategias psicosociales de persuasión
- R5. Analiza los principales fundamentos psicológicos que explican las

reacciones y motivaciones de los consumidores

- R6. Aplica conceptos elementales de psicología a la comunicación en general y a la publicidad en particular
- R7. Utiliza la asertividad como estrategia y estilo de comunicación y de negociación
- R8. Identifica los principales fundamentos psicológicos en los que se basan los mensajes persuasivos
- R9. Aplica los principales fundamentos psicológicos a la creación de los mensajes persuasivos
- R10. 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
- R11. 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
- R12. 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:

BLOQUE 1. PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

1.1 Del *homo oeconomicus* a la psicología.

1.1.1. Del sujeto racional al sujeto del inconsciente. Control ejecutivo y toma de decisiones: razonamiento y resolución de problemas.

1.2. Teorías sobre consciente e inconsciente y teorías sobre el Yo (estadios y nociones de individuo, persona y sujeto).

1.3 Comunicación y semiótica.

1.3.1. Comunicación, lenguaje y cognición.

1.3.2. Comunicación animal.

1.3.3. Teorías sobre los procesos comunicativos humanos.

1.3.4. Comportamientos que componen las habilidades sociales

BLOQUE 2: PSICOLOGÍA, APRENDIZAJE Y PERCEPCIÓN

2.1. Plasticidad neuronal y cerebral.

2.2. Motivación. Conducta motivada y regulatoria. Deseo, placer y refuerzo.

2.3. Atención y sistemas atencionales.

2.4 Aprendizaje y memoria. Tomaremos como punto de partida la noción de Memoria perceptiva (el cual se explicitará en el Bloque 3) y el de la memoria de trabajo para así desarrollar el concepto de memoria a largo plazo dividido en dos grandes grupos: el del aprendizaje y la memoria explícito y el implícito.

2.5 Teoría de Marcos referenciales cognitivos i metáforas cotidianas, motivación i condicionamiento.

BLOQUE 3: PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y PERCEPCIÓN

- 3.1. Proceso perceptual. Fisiología de la percepción. Atención visual. Sistema auditivo; percepción del tono y del habla.
- 3.2. Psicología de la -Forma. Gestalt. Leyes y principios.
- 3.3. Teoría de la Luz. Sombra, brillo y luz. Ilusión óptica, artificios y fenómenos entópticos.
- 3.4. Teoría del Color. Colores fisiológicos, físicos y químicos. Colores activos y pasivos. Colores aditivos y sustractivos.
- 3.5. Psicología y semiótica del ambiente.

BLOQUE 4: PSICOLOGÍA SOCIAL Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 4.1. Psicología social y comportamiento colectivo. El estudio de la persuasión, cristalización de la opinión pública y propaganda.
- 4.2. Comportamiento colectivo, movimientos sociales y redes sociales. Asertividad e ideas irracionales. Opinión y estereotipos.
- 4.3. Psicología social de los medios de comunicación
- 4.4. Psicología social y género

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. Para poder hacer media se precisa obtener un 5 en cada una de las actividades individuales.

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

Prueba escrita. 40% Nota. El alumno deberá tener un 5 como mínimo para que este examen haga media con el trabajo grupal.

Trabajo individual: 20% Trabajo en casa: EDPUZZLE.

Trabajo Grupal: 15% Trabajo en grupo.

Trabajo Grupal: 25% Trabajo en grupo.

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.

Actividad	Evaluación	Competencias y RA que se evalúan	Condicionante	Dedicación
Parcial	40,00%	Competencias: CB1/CB2/CB5/G2/ Resultados de aprendizaje: R1/R2/R3/R4/R5/R6/R7/ R8/R10/R11/R12	Examen individual. Recuperable en complementaria en caso de haber aprobado el resto de la evaluación.	35 horas
Actividad A	15,00%	Competencias:CB1/CB2/ CB5/G2/ Resultados de aprendizaje: R1/R6/R10/	Trabajo grupal. Sobre el yo y estereotipos. No recuperable.	15 horas
Actividad B	20,00%	Competencias:CB1/CB2/ CB5/G2/E2 Resultados de aprendizaje:R1/R2 R3/R4/R5/R6/R7/R10/R11/R12	Trabajo individual. EDPUZZLE. No recuperable	25 horas
Actividad C	25,00%	Competencias: CB1/CB2/CB5/G2/E2 Resultados de aprendizaje:R1/R2 R3/R4/R5/R6/R7/R8/R9/ R10/R11/R12	Trabajo en grupo y exposición oral. Psicología comunicación social. No recuperable	30 horas

MANUAL DE REFERENCIA

- GIRBAU MASSANA, MD. 2014. *Psicología de la comunicación*. Barcelona. Ed. Ariel.
- Redolar, D. (2015). *Neurociencia cognitiva*. Madrid: Editorial Médica Panamericana.

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.
- CUESTA, Ubaldo. 2004. *Psicología Social Cognitiva de la Publicidad*. Madrid: Editorial Fragua.
- BERNAYS, Edward; BARQUERO, José Daniel. 2017. *Relaciones Públicas: el arte de persuadir a la opinión pública*. Barcelona: ESERP/McGrawHill.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, Juan Vicente; GARCÍA CREGO. 2012. *Teorías y técnicas de manipulación humana*. Madrid: Editorial Fragua.
- GOLDSTEIN, E. BRUCE. 2011. *Sensación y percepción*. México: Cengage Learning.
- LE BRON, Gustave. 2019. *Psychologie des foules*. CPSIA.
- NOGUÉS, Ramon. 2016. *La salut espiritual: neurociència i qualitat mental*. Barcelona: Fragmenta Editorial.
- ABI-RACHED AND ROSE, (2013) *Neuro. The new brain sciences and the*

management of the mind. Princeton.

- BADDLEY, ALAN D. (1999) *Essentials of Human Memory*. Bristol: Psychology Press.
- BLAKEMORE, S. J.; FRITH, U. (2015). *Cómo aprende el cerebro*. Barcelona: Ariel.
- BORDIEU, P. (2001) *Langage et pouvoir symbolique*. Paris: Points.
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- COLL, C., PALACIOS, J. & MARCHESI, A. (2002). *Desarrollo psicológico y educación*. Madrid: Alianza Editorial.
- DAVIS, F. (2006) *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza.
- FREUD, S. (2010) *El malestar en la cultura*. Obras completas XXI. Buenos Aires: Amorrortu.
- FREUD, S. (2010) *Psicología de las masas y análisis del yo*. A: S. Freud (ed.). Obras completas XVIII. Buenos Aires: Amorrortu.
- GIDDENS A. y SUTTON. P. (2013) *Sociología*. Madrid: Alianza.
- GOETHE, W. (1999) *Teoría de los colores*. Valencia: Colegio oficial de aparejadores y arquitectos.
- KAHNEMAN, D. (2013) *Pensar rápido, pensar despacio*. Barcelona: Debolsillo.
- KANDEL, Erik. (2007) *En busca de la memoria*. Madrid: Katz.
- LACAN, JACQUES. (1999a.) “Le stade du miroir comme formateur de la fonction du Je.” En *Écrits I*. Paris: Seuil.
- LACAN, JACQUES. (1999b.) “L’instance de la lettre dans l’inconscient.” En *Écrits I*. Paris: Seuil.
- LACAN, JACQUES. (1999c.) “Du .Trieb. de Freud et du désir du psychanalyste.” En *Écrits II*. Paris: Seuil. En .crits II. Paris: Seuil.

- LAKOFF, G. JOHNSON, M. (2004) *Metáforas de la vida cotidiana*. Barcelona: Cátedra.
- LAKOFF, G. (2008) *No pensis en un elefant*. Barcelona: Viena edicions.
- LAKOFF, G. *The political mind*. Penguin books.
- LIÒVETSKY, G. y ROUX, E. (2004) *El lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Barcelona: Anagrama.
- MILLER, P and ROSE, N. (2008) “Mobilizing the consumer: Assembling the subject of consumption” En *Governing the present*. Cambridge: Polity.
- MILLER, P and ROSE, N. (2008) “Production, Identity and Democracy” En *Governing the present*. Cambridge: Polity.
- MITSCHERLICH, A. et M. (1972). *Le deuil impossible. Les fondements du comportement collectif*. Paris: Payot.
- MLODINOW, L. (2012) *Subliminal*. Barcelona: Crítica.
- MOLTÓ, J. (1995). *Psicología de las emociones. Entre la biología y la cultura*. Valencia: Albatros.
- RIZZOLATTI G. and SINIGAGLIA, C. (2006) *Las neuronas espejo*. Barcelona: Paidós.
- ROSE, N. (1998) *Inventing our selves*. London: Cambridge.
- ROSE, N. (2007) *The politics of life itself*. New York: Princeton University Press.
- SABUCEDO y MORALES. (2015) *Psicología social*. Madrid: Editorial Médica Panamericana.
- PASTOR RUIZ, YOLANDA (Coord) *Psicología social de la comunicación*. Editorial Pirámide. 2006