

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **PSICOLOGÍA SOCIAL DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS**
Curso: PRIMERO Semestre: 2º
Tipo: Formación Básica Obligatoria Optativa
Créditos totales (LRU / ECTS): 6 Año del Plan de Estudio: 2010

DESCRIPTORES

El objeto de esta asignatura es dotar al alumnado de una sólida base de conocimientos que le proporcione una adecuada comprensión y una aproximación en profundidad sobre los complejos factores psicosociales implicados en el proceso comunicativo. Apoyando este conocimiento en un trabajo eminentemente práctico, a través del cual se transfieran los contenidos teóricos necesarios para estructurar su perfil de especialistas en comunicación. Para ello se pondrá especial énfasis en la adquisición de procedimientos y técnicas psicosociales de análisis de la comunicación interpersonal y social.

La idea general es que esta asignatura debe nutrir a los alumnos de forma que puedan comprender los procesos comunicativos como un todo, en el que sepan identificar sus partes para poder actuar en ellas con capacidad de influencia/persuasión.

Todo ellos se llevará a cabo mediante el planteamiento de unos contenidos que se exponen a continuación, y ofreciéndole el protagonismo a una metodología participativa, aplicada y atractiva al alumnado.

OBJETIVOS

El objetivo de esta asignatura es ofrecer al alumnado bases conceptuales y aplicadas suficientes sobre la Psicología Social y sobre los mecanismos que intervienen en los procesos cognitivos, que tanta relación tienen con los procesos de la comunicación.

COMPETENCIAS

Competencias transversales genéricas:

Se recogen todas las competencias generales de la memoria de verificación para el módulo.

G06. Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de una campaña de comunicación.

G07. Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos.

G08. Fomentar el espíritu emprendedor.

G09. Fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y los valores democráticos y de la cultura de la paz.

Competencias específicas:

E01. Conocimientos fundamentales de las Ciencias Sociales y del entorno económico, político, social y cultural que lo capacite para interactuar con la sociedad

E14. Conocimiento de las disciplinas de la comunicación en el entorno español, europeo e internacional, así como de las teorías, conceptos y corrientes que las estudian a partir del análisis e investigación de los mensajes que transmiten y de su impacto social.

E17. Estudio y evolución de los aspectos industriales, sociales y estéticos que inciden en la publicidad.

E19. Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación. Conocimiento y análisis teórico de diferentes fenómenos comunicativos, con especial atención a sus relaciones con la comunicación empresarial.

E40. Capacidad y habilidad para evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa desde la perspectiva de las ciencias sociales.

METODOLOGÍA

Actividades formativas presenciales:

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad 0-80%.
2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad 0-20%.

Actividades formativas no presenciales:

1. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad 0-80%
2. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad 0-20%.

TEMARIO

TEMA 1: EL CAMPO DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL

TEMA 2: PERCEPCIÓN SOCIAL

TEMA 3: COGNICIÓN SOCIAL

TEMA 4: COMUNICACIÓN EFICAZ

TEMA 5: IDENTIDAD SOCIAL

TEMA 6: INFLUENCIA SOCIAL.

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

1. Examen consistente en una prueba teórica-práctica. En conjunto supondrá un 0 y 100% de la calificación total. La posibilidad de su sustitución por una prueba oral solo se hará cuando sea imposible realizarla de forma escrita, manteniendo el mismo valor que ésta.
2. Trabajos teóricos y/o prácticos de autoría individual o colectiva, de carácter obligatorio o voluntario a criterio del docente. Podrán obtener entre 0 y 100% de la nota total.
3. La asistencia y/o participación en clase y/o tutorías será considerada según el criterio del docente (entre un 0-10% de la calificación total)
4. El docente podrá emplear otros sistemas de evaluación en función de su criterio. En tal caso deberán constar en el proyecto docente, especificados y con su valor en la calificación final.

SITUACIÓN INICIAL

CONOCIMIENTOS Y DESTREZAS PREVIOS:

Dado que dicha asignatura se desarrolla en el primer curso de sus estudios, se entenderá que aún se encuentran familiarizándose con el mundo universitario y su funcionamiento.

De esta forma, se les pedirá que comiencen a poner en marcha las destrezas propias y conocimientos asociados al hecho de estar cursando una carrera universitaria en Publicidad y Relaciones Públicas, así como una buena disposición y una actitud curiosa para poder trabajar y aprender esta nueva materia.

RECOMENDACIONES:

Es aconsejable que todos los estudiantes dispongan de ordenador portátil y conexión a Internet en su lugar de estudio.

ADAPTACIONES PARA ESTUDIANTES CON NECESIDADES ESPECIALES (ESTUDIANTES EXTRANJEROS, ESTUDIANTES CON ALGUNA DISCAPACIDAD, ...)

Esta asignatura se adaptará a las necesidades específicas que muestre cualquier alumno/a que no pueda seguir el formato habitual de clase y/o de estudio. Cuando surja la situación mencionada se estudiará el caso y se procederá a su adaptación para el buen seguimiento de la asignatura.

