

GUÍA DOCENTE 2019/2020

UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA



Psicología

Grado en MARKETING Y COMUNICACIÓN – 1º curso

Modalidad presencial

Sumario

Sumario	2
Breve descripción de la asignatura	4
Requisitos previos	4
Objetivos	4
Competencias	5
Contenidos	6
Metodología	6
Criterios de evaluación	6
Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial	7
Breve CV del profesor responsable	8

Psicología

Datos básicos

Módulo: Rama en Ciencias Sociales y Jurídicas

Carácter: Obligatoria

Nº de créditos: 6 ECTS

Unidad Temporal: 1 Curso – 2º Semestre

Calendario: Del 27 de enero al 15 de mayo (periodo lectivo)

Horario: Teóricas: lunes: 12,10-14h; Prácticas: martes 10,10-12h

Idioma en el que se imparte: español.

Profesor/a responsable de la asignatura: José David Urchaga Litago

E-mail: jdurchagali@upsa.es

Horario de tutorías: martes: 12,20-13,50 horas; miércoles: 10,30-12 horas; jueves 12,30-13,30 horas

Breve descripción de la asignatura

Introducción general a la psicología (método y principales teorías generales del comportamiento humano, desde diferentes perspectivas: evolutiva, individual y social). Conocimiento teórico-práctico de los fundamentos psicológicos que subyacen al fenómeno de la comunicación humana. Estudio de las teorías y modelos psicológicos y su relación con el marketing y el estudio del consumidor. A la vez que la facilitación de las herramientas para un análisis psicológico de los procesos comunicativos en la realidad social.

Requisitos previos

No se establecen requisitos previos

Objetivos

- Objetivo 1: Conocer el objeto y método de la psicología, así como sus principales teorías.
- Objetivo 2: Conocer las bases psicológicas de la comunicación y del consumo.
- Objetivo 3: Interpretar la realidad desde los conocimientos adquiridos en la asignatura (teorías de la psicología y psicología de la comunicación).

Competencias

<p>Competencias básicas</p>	<p>CB1. 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.</p> <p>CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.</p>
<p>Competencias general (propia de la universidad)</p>	<p>CG1. Que los estudiantes sean capaces de pensar y actuar según principios de carácter universal, respetar los derechos fundamentales, los valores democráticos, así como los principios de respeto al medio ambiente, responsabilidad social y cooperación al desarrollo.</p>
<p>Competencias transversales</p>	<p>CT3. Capacidad para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir.</p> <p>CT4. Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.</p> <p>CT5. Capacidad para trabajar en equipo, desarrollado la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.</p> <p>CT6. Habilidad para gestionar el tiempo, con capacidad para la organización y temporalización de las tareas.</p> <p>CT7. Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.</p> <p>CT12. Conocimiento del comportamiento humano y social</p>
<p>Competencias específicas</p>	<p>CE23 Capacidad para identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing</p>

Contenidos

CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA TEÓRICA

1. Objeto y método de la psicología. Principales aportaciones de la psicología: conceptos clave, enfoques teóricos. El desarrollo psicológico. Neuromarketing.
2. Psicología de la comunicación. El enfoque psicosocial ¿Por qué nos comunicamos? Razones psicosociales. El enfoque metacomunicacional. Axiomas de la comunicación. Comunicación verbal y no verbal. Persuasión. El lenguaje en los diferentes medios. Estrategias comunicativas. Procesos perceptivos, atencionales y mnésicos. Psicología del consumo. Psicología de los grupos. Trabajo en equipo. Liderazgo y resolución de conflictos

CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA PRÁCTICA

1. Habilidades Sociales Comunicativas
2. Iniciación a la interpretación de la realidad (social, profesional y personal) desde la psicología
3. Conocimiento personal y de las relaciones interpersonales (afectivo y habilidades sociales)

Metodología

METODOLOGÍA	HORAS	HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL	HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL
Sesiones teórico-prácticas	56	60	0
Examen	4		
Lecturas	55	0	90
Preparación del examen teórico	35		
TOTAL	150	60	90

Criterios de evaluación

CONVOCATORIA ORDINARIA

- **Lecturas de libros-artículos, trabajos individuales, análisis de programas de divulgación científica de contenidos psicológicos (p. ej. REDES) y anuncios publicitarios.** Presentación en horario de tutorías **(30%)**.
- **Evaluación continua a través del seguimiento del trabajo en el aula:** valoración de la actitud/disposición/interés mostrado/trabajo **(20%)**. También puede restar (hasta el suspenso).
- **Examen final (50%)** (hay que aprobar el examen).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Un examen teórico sobre el temario.

El alumno podrá presentar trabajos voluntarios, siempre y cuando los haya acordado previamente con el profesor (al menos con un mes de antelación al examen)

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

BIBLIOGRAFÍA

El comportamiento del consumidor (Hayden Noel, 2012).

Qué es Persuasión (Briñol, 2001).

Influencia: La psicología de la persuasión (Robert B. Cialdini, 2014)

Psicología del consumidor (Quintanilla, 2002).

Psicología aplicada a la Publicidad (Silvia Garcia Dauder, 2011)

Psicología de la comunicación (Dolors Girbau Massana, 2014).

Psicología de la comunicación (Mercè Martínez Torres, 2012).

Comportamiento del consumidor (R. Schiffman, 2010).

Psicología para principiantes (Ricardo Bur; Lucas Nine, 2003)

Cuerdos entre locos: grandes experimentos psicológicos del siglo XX (Lauren Slater, 2006).

La Rueda de la Vida (E. Kübler-Roos, 1997).

Modelos de familia. Conocer los problemas entre los padres e hijos. (G. Nardone et al., 2003).

¿Qué es la Bulimia? Un problema con solución (A. Gómez, 2003).

La vida que florece: un nuevo enfoque para comprender la felicidad y el bienestar y lo que se necesita para conseguirlos. (M. Seligman, 2011).

Cualquier libro de *B. Cyrulnik*, p.ej.: “El amor que nos cura” o “El murmullo de los fantasmas”.

Autocontrol (K. McGonigal, 2012).

PLATAFORMA MOODLE

En Moodle el alumno encuentra los materiales básicos de la asignatura.

TUTORÍAS

Existe un horario de atención tutorial de cuatro horas a la semana para que el alumno reciba la ayuda que necesite (véase horario de tutorías). Si el alumno no pudiese acudir en ese horario, puede solicitar una hora concreta en otro horario.

Breve CV del profesor responsable

Dr. en Psicología por la Universidad Pontificia de Salamanca (2005). Máster en Estadística Multivariante por la Universidad de Salamanca (2015). Acreditado por la ASUCyL como profesor de universidad privada y como contratado doctor (2010). Autor de 60 aportaciones científicas (libros, capítulos, artículos y ponencias en congresos). Director de 17 tesis doctorales. Profesor invitado en la Universidad de León, Universidad de Vigo, C.U. Villanueva (Madrid), Instituto Superior de Ciencias Religiosas San Francisco Javier (Navarra). Conferenciante en la Universidad Autónoma de México, Universidad Intercontinental (México).