

Ficha Técnica: Psicología y Construcción del Personaje
Curso 2022/2023

Asignatura

Nombre Asignatura	Psicología y Construcción del Personaje
Código	100522018
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Comunicación Audiovisual (Plan 2022)
Carácter	BÁSICA
Curso	2

Profesores

Nombre	Miguel Angel Martín Cárdbaba
--------	------------------------------

Datos Generales

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

El principal objetivo de esta asignatura consiste en aumentar en el alumno su capacidad para 1) identificar la existencia de todos aquellos factores psicológicos que se encuentran implicados en los procesos comunicativos (especialmente aquellos que poseen una finalidad persuasiva), 2) mejorar la comprensión de su naturaleza y 3) incrementar el reconocimiento del papel que desempeñan en dichos procesos.

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

El principal objetivo práctico de esta asignatura consiste en aumentar la capacidad del alumno para:

- 1) identificar los factores que hacen que una comunicación sea eficaz, pudiendo distinguir entre aquellas comunicaciones que son eficaces y las que no.
- 2) elaborar comunicaciones e interacciones comunicativas que alcancen el objetivo deseado con eficacia.
- 3) Tener nociones básicas de psicología humana, para poder hacer un eficaz desarrollo de personajes en el ámbito de la creación de historias.

➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

BASICAS Y GENERALES

CG1 - Identificar las distintas dimensiones del ser humano (libertad, historicidad, sociabilidad, vulnerabilidad, dignidad etc.) para diseñar las interacciones comunicativas en función de los intereses de la persona.

CG2 - Analizar la evolución de los medios audiovisuales a la luz de los principales cambios sociales.

CG3 - Valorar el hecho comunicativo en sus diversos aspectos: social, económico y empresarial,

legal, deontológico y tecnológico

CG5 - Idear, planificar, poner en marcha y gestionar proyectos compartidos en el ámbito de la comunicación.

CG6 - Identificar, analizar y relacionar adecuadamente cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro o visual) como base para la elaboración de relatos.

CG7 - Aplicar los fundamentos de la retórica, la argumentación y las técnicas comunicativas orientadas a la persuasión.

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

CB2 - 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

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

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

TRANSVERSALES

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la

sociedad.

ESPECÍFICAS

CE4 - Utilizar de modo teórico-práctico los modelos de las estructuras organizativas e institucionales en el campo de la comunicación visual y sonora, así como su evolución y gestión a lo largo del tiempo.

CE7 - Utilizar las tecnologías propias de los medios de comunicación audiovisuales (fotografía, cine, radio, televisión, vídeo y soportes multimedia, sonido, iluminación, imagen digital, etc.).

CE8 - Comprender los diferentes mecanismos y elementos de la construcción del guion atendiendo a diferentes medios, formatos, tecnologías y soportes de producción, así como el trabajo del dialoguista o el adaptador de obras literarias.

CE9 - Fomentar el desarrollo de la creatividad, para aplicarla a la innovación de ideas en los diferentes campos de la producción audiovisual.

CE13 - Utilizar las técnicas de edición y postproducción, desde la concepción y diseño hasta su aplicación.

CE14 - Comprender los nuevos soportes comunicativos, además de producir, crear, distribuir y analizar contenidos específicos de los mismos.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

Esta asignatura tiene una parte general, con los contenidos básicos de esta rama, con relación a los modelos de conducta y aprendizaje, etc. Y, además, tiene un segundo objetivo, que es la aplicación práctica de esos modelos estudiados al diseño de personajes de ficción

Bloque I. Psicología como ciencia teórica y aplicada

Definición de Psicología, Psicología social y psicología de la comunicación.

Bloque II. Comunicación persuasiva e influencia Social

Definición de Persuasión e influencia y diferenciación de conceptos relacionados

Bloque III. Principales modelos teóricos

Modelo del aprendizaje: principales conceptos. (Atención, comprensión, aceptación y retención).

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

ACTIVIDADES FORMATIVAS

	Número de horas	Presencialidad
Af1 Clase magistral	50	100
Af2 Clase práctica	35	100
Af3 Trabajos (individuales o grupales)	20	50
Af4 Tutorías (individuales o grupales)	5	60
Af5 Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante	38	0
Af6 Pruebas de evaluación	2	100
TOTAL	150	

➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La calificación final se obtendrá a partir de los siguientes criterios:

- Asistencia (mínimo un 80%) y participación activa: 10%
- Pruebas breves y periódicas de asimilación: 30% (la no realización de la prueba será equivalente a un cero)
- Dossier electrónico on-line (grupos de 3): 30% (la fecha tope para crearlo y compartirlo con el profesor será el 16 de septiembre)

- Examen final: 30%

- Actividades y practicas voluntarias (nota suplementaria)

-Trabajo final optativo: (nota suplementaria)

- Exposiciones adicionales: (nota suplementaria)

- Los alumnos tendrán que leer un libro obligatorio a designar por el profesor cuyo contenido será materia evaluable en el examen final

Importante: para aprobar la asignatura deben aprobarse cada una de las partes por separado (es decir, debe obtenerse al menos la mitad de la puntuación posible en cada uno de los apartados)

Alumnos NP (No Presentados) Se considera un alumno presentado si, al menos, ha sido calificado en el 30% de la evaluación continua. Es decir para ser NP, además de no examinarse del examen final ha de tener menos del 30% de la evaluación continúa evaluada

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Los alumnos que suspendan la convocatoria ordinaria deberán presentarse y aprobar el examen de la convocatoria extraordinaria. Los alumnos que hayan suspendido la convocatoria ordinaria solamente por tener suspensa la parte del dossier electrónico podrán recuperar la asignatura con un trabajo a determinar por el profesor

ALUMNOS REPETIDORES

Los alumnos que cursen la asignatura por segunda vez podrán optar entre seguir la evaluación presencial descrita anteriormente o presentarse exclusivamente al examen final.-

TRATAMIENTO DE LA REDACCIÓN Y LAS FALTAS DE ORTOGRAFÍA

La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, se adopta como referente el conjunto de criterios de calificación utilizados en la Evaluación para el Acceso a la Universidad (EVAU) aprobados por la Comunidad de Madrid en lo que se refiere a calidad de la expresión oral y, en particular, en relación con la presencia de faltas de ortografía, acentuación y puntuación.

Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva, para lo que se tendrán en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación.

Errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un máximo de dos puntos.

Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

➤ **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

Cialdini, R., B. (2009). Influence: Science and practice. Pearson.

Briñol, P., De la Corte, L., y Becerra, A. (2001). ¿Qué es persuasión? Madrid: Biblioteca Nueva.

Brock, T. C., y Green, M. (2005). Persuasion: Psychological insights and perspectives. Sage Publications.

Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., y Floyd, K. (2010). Nonverbal communication. Pearson.

Dutton, K. (2011). Flipnosis o el arte de la persuasión. RBA Libros.

Fennis, B. M., y Stroebe, W. (2010). The psychology of advertising. Psychology Press.

Goldstein, N. J., Martin, S. J., y Cialdini, R. B. (2008).

¡Si! 50 secretos desde la ciencia de la persuasión. LID editorial.- .

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

Información disponible en el campus virtual del alumno.

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía docente se ha realizado de acuerdo a la Memoria Verificada de la titulación