Universidad Villanueva

Ficha Técnica: Psicología de la Comunicación
Curso 2022/2023

Asignatura

Nombre Asignatura	Psicología de la Comunicación
Código	100422015
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Periodismo (Plan 2022)
Carácter	BÁSICA
Curso	2

Profesores

Nombre	Miguel Angel Martín Cárdaba

Universidad Villanueva

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.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

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.

Competencias generales

CG1 Utilizar correctamente y con precisión el lenguaje oral y escrito para desarrollar una comunicación verbal y no verbal eficaz en los distintos formatos de la comunicación.

CG2 Ser capaz de buscar, seleccionar y analizar textos y documentos, así como interpretar, valorar y contrastar esta información con el fin de elaborar con ella productos periodísticos y proyectos de comunicación.

CG3 Tener iniciativa, creatividad, credibilidad, honestidad, espíritu de liderazgo y responsabilidad tanto de modo individual como corporativo en el contexto de una empresa del mundo de la comunicación.

CG4 Explicar y relacionar conocimientos, así como emitir juicios a partir de criterios y evidencias veraces y contrastados en el ejercicio de la actividad periodística.

CG5 Comprender los aspectos sociales, económicos y culturales del contexto nacional e internacional y las estructuras, características y configuraciones de las sociedades con el propósito de elaborar productos periodísticos veraces y útiles a la sociedad.

CG6 Respetar los principios de libertad e igualdad (género, capacidad /discapacidad, origen, condición, etc.), y defender una cultura de paz y el respeto de los derechos fundamentales en todos los tratamientos informativos, interpretativos, dialógicos y opinativos de la comunicación periodística.

CG7 Desarrollar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo orientadas a evaluar, optimizar y confrontar criterios en la toma de decisiones responsable y a la resolución de situaciones complejas en el ámbito de la comunicación.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

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.

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.

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.

COMPETENCIAS ESPECIFICAS

CE1 Analizar las principales corrientes y teorías en Comunicación, Información y Periodismo y su relación con la configuración de la Opinión Pública.

CE2 Comprender la historia del mundo actual, de la literatura universal, del periodismo, de la sociología, de la cultura, de la economía, de la ciencia política y del pensamiento político para proyectar estos conocimientos en los trabajos periodísticos.

CE3 Comprender y aplicar los principios básicos del ordenamiento jurídico general y en particular del ámbito de la comunicación y del derecho de la información.

CE4 Identificar las principales teorías antropológicas y su relación con la comunicación.

CE5 Desarrollar la creatividad a partir del conocimiento de los principios básicos de la psicología de la comunicación.

CE6 Desarrollar las habilidades sociales y profesionales, así como la capacidad para liderar equipos, necesarias para un buen desempeño en la profesión periodística.

CE7 Comprender la estructura y el funcionamiento de la empresa de comunicación, su forma de organización, sus estrategias de gestión, sus sistemas de producción y distribución de contenidos.

CE8 Aprender las técnicas de gestión de información y manejo de fuentes necesarias para hacer productos periodísticos veraces, útiles a la sociedad y que se atengan en todo momento a los principios de la ética y la deontología profesional.

CE9 Realizar un seguimiento profundo, crítico y analítico de la actualidad informativa, sabiendo entresacar del acontecer diario las tendencias informativas de mayor recorrido.

CE10 Elaborar informaciones sobre la actualidad deportiva, en todos sus ámbitos, aplicando las herramientas y técnicas periodísticas adquiridas.

CE11 Discernir las principales tareas, géneros y procedimientos periodísticos, aplicándolos a

diferentes áreas de especialización informativa.

CE12 Reconocer los elementos básicos de la investigación aplicada (marco teórico, metodología, hipótesis, bibliografía) y su concreción en el campo de la comunicación.

CE13 Aplicar en un Trabajo de Fin de Grado los conocimientos sobre el mundo de la comunicación adquiridos en el Grado, ya sea desde el punto de vista de la investigación o mediante la elaboración de un proyecto periodístico y/o proyecto multimedia.

CE14 Comprender los fundamentos de la estadística y las posibilidades de aplicación al análisis de la actualidad, de las tendencias sociales, de la opinión pública y del consumo de contenidos informativos.

CE15 Aplicar el lenguaje y las técnicas propias de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio, y televisión) y de los nuevos medios nacidos en los soportes digitales.

CE16 Elaborar productos periodísticos en formato televisivo a partir de los conocimientos adquiridos sobre redacción, edición y postproducción.

CE17 Diseñar productos periodísticos en formato radiofónico en los que se apliquen los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.

CE18 Confeccionar productos en formato web en que se desarrollen los conocimientos de redacción, diseño y programación adquiridos.

CE19 Aprender las herramientas periodísticas del entorno web relacionadas con el análisis y verificación de fuentes, el posicionamiento web, el análisis de audiencias, la minería de datos, la inteligencia artificial, la comunicación en redes sociales y la visualización de datos.

CE20 Aprovechar los entornos digitales para promover una comunicación acorde con la sociedad en red fomentando la creatividad y la eficiencia.

CE21 Aplicar los conocimientos fundamentales del marketing en proyectos relacionados con la información periodística o la comunicación corporativa.

CE22 Aplicar a la realidad de las empresas, organizaciones e instituciones del ámbito de la comunicación los fundamentos teórico-prácticos adquiridos en el aula y en el resto de actividades realizadas en la universidad.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

Bloque I. Psicología como ciencia teórica y aplicada

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

Bloque II. Comunicación persuasiva e influencia Social
Definición de Persuasión e influencia y diferenciación de conceptos relacionados

Universidad Villanueva

Bloque III. Principales modelos teoricos
Modelo del aprendizaje: principales conceptos. (Atención, comprensión, aceptación y retención).

Psicología como ciencia teórica y aplicada

¿Qué es persuasión?

El modelo del aprendizaje: atención, comprensión/percepción, aceptación, memoria

El modelo de la respuesta cognitiva

Los modelos duales: procesos de alta elaboración y de baja elaboración

Variables de la comunicación persuasiva

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las actividades formativas de la materia comprenderán:

Las clases teóricas: expondrán los objetivos principales de cada tema y desarrollarán los contenidos con detalle y claridad para la comprensión y asimilación de los conocimientos.

Dinámicas y debates en el aula: se propondrá al conjunto de los alumnos que participen, racionalicen e intercambien sus perspectivas sobre los temas propuestos. Como inteligencias auxiliares y fuentes de información y documentación para el abordaje de los temas, se proporcionarán a los estudiantes materiales diversos: hemerográficos, bibliográficos y webgráficos. También se empleará el visionado de películas en las que se traten temas relacionados directamente con los contenidos de la materia.

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

Trabajos grupales y prácticas. Los estudiantes deberan observar problemas relacionados con la materia en su propia sociedad, identificarlos, informar y debatir sobre ellos y proponer posibles soluciones asi como profundicar en temas sobre los que deberá investigar y llegar a conclusiones que deberá compartir y comunicar mediante exposiciones (utilizando bibliografía y fuentes pertinentes).

Tutorías: Ofrecerán apoyo y asesoramiento personalizado para abordar las tareas encomendadas en todas las actividades formativas. El profesor aprovechará estas tutorías para desarrollar su papel preactivo y proactivo en la docencia con el fin de lograr los objetivos propuestos.

Estudio y trabajo personal (siempre tutorizado)

Universidad Villanueva

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

Universidad Villanueva

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)

Normas aplicables a la redacción y a las faltas de ortografía, puntuación y acentuación en los trabajos y exámenes realizados por alumnos de los Grados de Comunicación

a) 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.

b) La ortografía será juzgada en su totalidad letras, tildes y signos de puntuación y valorada dentro de la capacidad de expresión del alumno.

c) Hechas estas consideraciones generales, se establecen las normas siguientes:

i. Por cada falta de ortografía, incluidas las tildes, se deducirá medio punto de la calificación del ejercicio.

ii. Cuando se repita la misma falta de ortografía, se contará como una sola.

iii. Cuando se cometan 3 faltas de ortografía o más en el conjunto de la prueba, o se detecten graves problemas de expresión o de redacción, el trabajo o examen en cuestión será considerado suspenso quedando a criterio del profesor si esta nota puede posteriormente ser recuperada, así como los requisitos necesarios para que esto ocurra.

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

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

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

Universidad Villanueva

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