



GUÍA DOCENTE 2010-2011

Psicología Social

Esta es la guía docente que corresponde a la asignatura de Psicología Social de la Comunicación que se imparte en el primer curso del Grado de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Burgos

1. Denominación de la asignatura:

Psicología Social

Titulación

Grado Comunicación Audiovisual

Código

5633

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

Módulo de Cultura

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Ciencias de la Educación



4.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

José Luis González Castro

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

1er curso, 2º semestre

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

6

8. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

1.- Competencias generales

1.1.- Competencias metodológicas:

1.1.1.- Habilidad para resolver problemas y métodos de trabajo variables

1.1.2.- Creatividad e innovación. Aplicación de soluciones y puntos de vista personales

al desarrollo de los proyectos

1.2.- Competencias sociales:

1.2.1.- Sociabilidad y modos adecuados de conducta

1.2.2.- Voluntad de ayudar y cooperar, de jugar limpio, y espíritu de equipo.

Capacidad

de trabajar en equipo, comunicar las propias ideas y crear un ambiente

propicio

1.3.- Competencias participativas:

1.3.1.- Participación

1.3.2.- Capacidad planificadora, coordinadora, organizativa y de administración del

tiempo

1.3.3.- Capacidad de persuasión

2.- Competencias específicas

2.1.- Competencias académicas:

2.1.1.- Realizar el análisis socio-cultural y de las dimensiones política, económica y



tecnológica de la sociedad actual

2.1.2.- Conocer las teorías, los métodos y los problemas de la comunicación audiovisual y sus discursos, así como su relación con las ciencias sociales y las nuevas tecnologías

2.1.3.- Exponer de forma adecuada los resultados de investigación de manera oral, escrita, o por medios audiovisuales o informáticos

9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes

Esta asignatura pretende abordar desde la perspectiva de la Psicología Social aquellos aspectos relevantes relacionados con la comunicación personal y grupal, sus diferencias culturales, y el impacto que éstas tienen en los procesos de cambio de actitud y persuasión.

Se abordará el propio concepto de comunicación, no como algo estático, sino dinámico e interdependiente. Se reflexionará acerca de la importancia de los aspectos verbales y no verbales de la comunicación. Se estudiará la comunicación humana en el marco de las relaciones interpersonales y sociales. Se analizarán los procesos comunicativos desde la perspectiva de quienes los emite y de quienes los reciben.

Además del abordaje teórico, se realizarán prácticas a lo largo del curso que complementen los contenidos teóricos. También se realizarán lecturas de artículos y libros con el objetivo de profundizar en algunos de los aspectos de la relación entre la psicología en general, la psicología social en particular, y la comunicación humana. Con todo ello se busca clarificar para el alumnado del Grado en Comunicación Audiovisual la importancia que tiene el conocimiento y análisis de los procesos psicosociales en cualquier interpretación posterior del fenómeno comunicacional.

De acuerdo con el artículo 9 del Reglamento de Evaluación de la UBU, se podrá realizar una evaluación excepcional, siempre y cuando esta haya sido pedida y justificada ante el profesor en las tres primeras semanas del curso. Esta evaluación excepcional consistirá de los siguientes apartados:

1.- Realización de las siguientes prácticas obligatorias del curso:

- a) Realización de un trabajo audiovisual individual relativo a un tema de la asignatura (puntuación global: 1.25 puntos)
- b) Presentación del trabajo audiovisual realizado ante el profesor (puntuación 0.5 puntos)
- c) Participación en una investigación y elaboración de un resumen del trabajo



(puntuación 0.5 puntos)

d) Participación activa en la plataforma on-line en discusiones y generación de temas de debate (puntuación 0.75 puntos)

La suma de la puntuación de las prácticas de la asignatura equivale a 3 puntos del cómputo global de la nota final.

2.- Realización de un examen final de la asignatura por un valor de 7 puntos.

Para aprobar la asignatura se han de aprobar las dos partes (teoría y práctica). Es decir obtener al menos el 50% de la máxima nota posible en cada una de sus dos partes.

9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)

1.- Introducción a la Comunicación

1.- La comunicación como proceso social

- 1.1.- Introducción
- 1.2.- El proceso de comunicación
- 1.3.- Modelos explicativos de la comunicación
- 1.4.- Problemas en la comunicación
- 1.5.- Características y funciones de la comunicación

2.- Comunicación verbal y no verbal

- 2.1.- La comunicación verbal
- 2.2.- La comunicación no verbal
- 2.3.- Tipología de la comunicación no verbal
- 2.4.- Las funciones de la comunicación no verbal
- 2.5.- La conducta en el espacio
- 2.6.- El cuerpo y sus movimientos

2.- Aspectos Psicosociales de la comunicación

3.- Atención y comprensión en comunicación

- 3.1.- Introducción
- 3.2.- El modelo de capacidad limitada de procesamiento de los mensajes mediáticos
- 3.3.- Atención y rasgos formales
- 3.4.- Comprensión y esquemas
- 3.5.- Tipos de esquemas para el procesamiento de los contenidos audiovisuales

4.- Actitudes y estereotipos sociales en la comunicación

- 4.1.- Introducción
- 4.2.- Componentes de las actitudes
- 4.3.- Formación de las actitudes
- 4.4.- Mantenimiento de las actitudes



- 4.5.- Medida de las actitudes
- 4.6.- Relación entre actitud y conducta
- 4.7.- Actitudes y estereotipos en los medios de comunicación

5.- La comunicación persuasiva. Aspectos psicosociales

- 5.1.- Introducción
- 5.2.- ¿Qué es la comunicación persuasiva?
- 5.3.- La persuasión narrativa
- 5.4.- Modelos explicativos de la persuasión
- 5.5.- La eficacia de las apelaciones al miedo
- 5.6.- Medios de Comunicación y persuasión política

6.- Efectos psicosociales de la comunicación

- 6.1.- Introducción
- 6.2.- Definición de un efecto mediático
- 6.3.- Los efectos de entretenimiento mediático

3.- Aplicación de los estudios psicosociales de la comunicación

7.- La psicología social de la música

- 7.1.- Introducción
- 7.2.- La música: objetividad, subjetividad y la utilización de prototipos
- 7.3.- Respuestas emocionales a la música
- 7.4.- La música y la cotidianeidad
- 7.5.- Música y publicidad: condicionamiento clásico y modelos de probabilidad de elaboración

8.- Psicosociología de los rumores

- 8.1.- Introducción
- 8.2.- Definición de rumor, cotilleo y leyenda urbana
- 8.3.- Características de los rumores
- 8.4.- Tipos de rumores
- 8.5.- Factores psicológicos implicados en los rumores

9.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Brock, T.C. y Green, M.C. (Eds.), (2005) Persuasion. Psychological insights and perspectives, Sage, Thousand Oaks, CA,
- Bryant, J. y Zillmann, D. , (1996) Los efectos de los medios de comunicación. Investigación y teoría , Paidós, Barcelona,
- Cáceres, M.D., (2003) Introducción a la comunicación interpersonal, Síntesis, Madrid,



DiFonzo, N. y Bordia, P. , (2007) Rumor Psychology. Social and organizational approaches., APA., Washington DC,
Igartua, J.J., (2007) Persuasión Narrativa, ECU, San Vicente, Alicante,
Moral, F. e Igartua, J.J., (2005) Psicología social de la comunicación, Aljibe, Málaga,
North, A. y Hargreaves, D., (2008) The social and applied psychology of music, Oxford University Press, Oxford,

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Baumert, A.; Hofmann, W. y Blum, G. , (2008) Laughing about Hitler?. Evaluation of the movie My Fuehrer – the truly truest truth about Adolf Hitler, Springer, Journal of Media Psychology, (20,) 43-56.
Frings, C. y Wentura, D., (2003) Who is watching Big Brother?. TV consumption pre-dicted by masked affective priming, John Wiley & Sons, European Journal of Social Psychology,, (33,) 779-791
Kahle, L.R. y Kim, C.H., (2006) Creating images and the psychology of marketing communication, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ (EE.UU),
Magee, R.G. y Kalyanaraman, S. , (2009) WorlEffects of Worldview and Mortality Salience in Persuasion Processes, Routledge, Media Psychology,, 12,, 171-194
Shohat, E. y Stam, R., (2002) Multiculturalismo, cine y medios de comunicación, Paidós, Barcelona,
Töpper, J. y Schwan, S. , (2008) James Bond in angst?. Inferences about protagonists' emotional states in flux, Springer, Journal of Media Psychology,, (20,) 131-140.
Vera Posek, B., (2006) Imágenes de la locura. La psicopatología en el cine., Calamar Ediciones, Madrid,
Zillmann, D. y Vorder, P., (2000) Media entertainment. The psychology of its appeal. , Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ. (EE.UU),



10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Clases teóricas	1.2.2; 2.1.1.; 2.1.2;	26	26	52
Clases prácticas (pequeño grupo)	1.1.1; 1.1.2; 1.2.1.; 1.3.1; 1.3.2.;	14	14	28
Lecturas y recensiones	2.1.1.; 2.1.3.;	0	12	12
Exposiciones públicas	1.2.2; 1.3.1.; 1.3.3.; 2.1.3.;	2	7	9
Seminarios, Debates	1.1.1.; 1.1.2.; 1.3.2.; 2.1.3.;	2	5	7
Tutorías	1.2.1.; 1.3.1.; 2.1.3.;	2	3	5
Realización de trabajos, informes, memorias y pruebas de evaluación	1.1.1.; 1.1.2.; 1.2.1.; 1.2.2.; 1.3.1.; 1.3.2.; 1.3.3.; 2.1.1.; 2.1.2.; 2.1.3.;	2	35	37
Total		48	102	150

11. Sistemas de evaluación:

Procedimiento	Peso en la calificación final
Examen final individual de la asignatura: a) prueba objetiva de reconocimiento (test); b) preguntas cortas a desarrollar	40 %
Realización de un trabajo audiovisual en grupo relativo a un tema de la asignatura	25 %
Presentación del trabajo audiovisual realizado en grupo en clase	10 %
Realización de 3 actividades individuales en la plataforma on-line	15 %
Participación en una investigación y elaboración de un resumen del trabajo	5 %
Participación activa en clase y en la plataforma on-line en discusiones y generación de temas de debate	5 %
Total	100 %



Evaluación excepcional, si procede:

De acuerdo con el artículo 9 del Reglamento de Evaluación de la UBU, se podrá realizar una evaluación excepcional, siempre y cuando esta haya sido pedida y justificada ante el profesor en las tres primeras semanas del curso. Esta evaluación excepcional consistirá de los siguientes apartados:

1.- Realización de las siguientes prácticas obligatorias del curso:

- a) Realización de un trabajo audiovisual individual relativo a un tema de la asignatura (puntuación global: 1.25 puntos)
- b) Presentación del trabajo audiovisual realizado ante el profesor (puntuación 0.5 puntos)
- c) Participación en una investigación y elaboración de un resumen del trabajo (puntuación 0.5 puntos)
- d) Participación activa en la plataforma on-line en discusiones y generación de temas de debate (puntuación 0.75 puntos)

La suma de la puntuación de las prácticas de la asignatura equivale a 3 puntos del cómputo global de la nota final.

2.- Realización de un examen final de la asignatura por un valor de 7 puntos.

Para aprobar la asignatura se han de aprobar las dos partes (teoría y práctica). Es decir obtener al menos el 50% de la máxima nota posible en cada una de sus dos partes.

12. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

Además de las clases presenciales y de las tutorías de asistencia obligatoria en grupo pequeño, se trabajará utilizando la plataforma on-line, no sólo con la finalidad de depositar en ellas los trabajos, sino como foro de discusión e intercambios (creación de comunidades y blogs) en los que obligatoriamente el estudiante habrá de subir material referido a la asignatura para posteriormente ser discutido, y ampliado, por parte del profesor y el resto de estudiantes tanto en las clases presenciales como en los foros virtuales.

13. Idioma en que se imparte:

Español