



GUÍA DOCENTE 2011-2012

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 en 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

CG a) 2.- Habilidad para resolver problemas y métodos de trabajo variables
CG a) 5.- Creatividad e innovación. Aplicación de soluciones y puntos de vista personales al desarrollo de los proyectos

CG b) 1.- Sociabilidad y modos adecuados de conducta
CG b) 4.- 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

CG c) 1.- Participación
CG c) 2.- Capacidad planificadora, coordinadora, organizativa y de administración del tiempo
CG c) 3.- Capacidad de persuasión

CE c) 1.- Realizar el análisis socio-cultural y de las dimensiones política, económica y tecnológica de la sociedad actual
CE c) 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
CE c) 5.- 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.
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) Effects of Worldview and Mortality Salience in Persuasion Processes, Routledge, Media Psychology,, 12,, 171-194

Orti, A. y Sampere, J., (2007) Leyendas Urbanas, Martínez Roca, Madrid, 978-84-270-3348-1,

Palao, P., (2009) Leyendas Urbanas y Consipraciones, Cúpula, Barcelona, 978-84-480-4845-7,

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	CG a)5; CG b)1; CG b)4; CG c)1; CE c)1	30	30	60
Clases prácticas (pequeño grupo)	CG a)2; CG b)4; CG c)2; CG c)3; CE c)1; CE c)2	14	18	32
Lecturas y recensiones	CG a)5; CG b)4; CG c)3; CE c)5	2	11	13
Exposiciones públicas	CG a)2; CG a)5; CG b)1; CG c)3; CE c)1; CE c)5	2	2	4
Seminarios, Debates	CG c)3; CE c)2	2	6	8
Tutorías	CG b)1; CG c)2	2	3	5
Realización de trabajos, informes, memorias y pruebas de evaluación	CG c)2; CE c)1; CE c)5	2	26	28
Total		54	96	150



11. Sistemas de evaluación:

Para aprobar la asignatura habrán de acreditarse las siguientes condiciones:

a) Haber superado al menos el 40% del total de nota posible en cada uno de los procedimientos de evaluación que se describirán a continuación.

b) Una vez cumplido este requisito, la nota final total sumando todos los apartados habrá de ser superior a 5 puntos para poder darse por aprobada la asignatura

c) En caso de no superar alguno de los procedimientos de evaluación serán solamente estos los que se habrán de superar en la segunda, y sucesivas, convocatorias de evaluación de la asignatura

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	10 %
Participación en una investigación y elaboración de un resumen del trabajo	5 %
Participación activa en la plataforma on-line en discusiones y generación de temas de debate	5 %
Evaluación por pares y auto-evaluación razonada de los trabajos realizados y presentados en clase	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