

Codi:	20656
Assignatura:	Psicologia de la Percepció
Tipus d'assignatura:	Optativa
Nº de crèdits:	5
Professorat:	Teoria: Elena Añaños Pràctiques: Teresa Mas i Ramon Cladellas
Quatrimestre:	1er

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:

L'objectiu general de l'assignatura és que l'estudiant aprengui a identificar les característiques perceptives de les produccions publicitàries i les pugui analitzar i utilitzar en la creació de materials publicitaris. Una altre objectiu és que l'estudiant aprengui a discriminar diferents situacions de la percepció social en la comunicació i en les relacions entre persones.

TEMARI:

Primera part: La percepció

T1. La percepció, aspectes generals, teories i factors que la influencien

Segona part: percepció visual i publicitat

T2. Els efectes visuals perceptius bàsics: percepció del color i del contrast

T3. Efectes perceptius en la construcció d'una imatge: la organització i la construcció perceptiva visual

Segona part: percepció auditiva i publicitat

T4. Els efectes auditius perceptius bàsics

T5. Percepció i llenguatge

Tercera part: Temes generals de la percepció i la comunicació publicitària

T6. Percepció del moviment

T7. La percepció de la durada dels esdeveniments publicitaris i comunicatius: factors

BIBLIOGRAFIA

BÀSICA:

Matlin, M. i Foley, H. (1996). *Sensación y Percepción*. México: Prentice Hall.

Añaños, E. (1999). *Psicología de la atención y de la percepción. Guía de estudio y evaluación personalizada*. Barcelona: Publicacions de la UAB. Edició electrònica en CD-ROM

Carreras, P. y Añaños, E. (1998). *Pràctiques de Percepció visual*. Barcelona: Publicacions de la UAB.

COMPLEMENTÀRIA:

Del Rio, P. (1997). *Psicología de la comunicación audiovisual*. Madrid: Síntesis.

Dember, W. y Warm, J. (1990). *Psicología de la percepción*. Madrid: Alianza Psicología.

Duran, J. (1987). *Psicología de la publicidad*. Barcelona: CEAC

Fernández Trespalacios, J.L. y Tudela, P. (1992). *Atención y Percepción*. En J. Mayor y J.L. Pinillos (Eds.) *Tratado de Psicología General* (vol. 3) Madrid: Alhambra.

García Sevilla, J. (1997). *Psicología de la atención*. Madrid: Síntesis.

Goldstein, E.B. (1996). *Sensación y percepción*. Madrid: Debate.

Lillo, J. (1993). *Psicología de la percepción*. Madrid: Debate.

Shiffman, H.R. (1997). *La percepción sensorial*. México: Limusa.

Al llarg del curs es donarà bibliografia complementària.

METODOLOGIA DOCENT

TEORIA:

Les classes teòriques constaran de dues parts. Durant la primera part, la professora exposarà els temes del programa i la seva aplicació a diferents àmbits de la comunicació publicitària i de les relacions públiques. Per al seguiment de les classes teòriques es disposarà d'un dossier (a fotocòpies). La segona part de la classe es dedicarà al seguiment dels treballs dels estudiants. Les darreres classes es dedicaran a l'exposició, per part dels estudiants, dels treballs realitzats. El conjunt de la metodologia dependrà

del nombre d'estudiants matriculats així com també del nombre d'estudiants que triïn fer el treball.

PRÀCTIQUES:

La matèria teòrica es complementa amb les pràctiques de l'assignatura, l'objectiu de les quals consisteix en l'aprofundiment i complement dels continguts treballats a teoria, mitjançant la realització de tasques relacionades, que permetin a l'alumne conèixer el caràcter experimental i científic de la matèria i els aspectes més aplicats de l'assignatura. Es dona especial importància a l'aplicació i a la generalització dels continguts i dels seus resultats en els diferents camps aplicats de publicitat i les relacions públiques.

Es realitzaran quatre pràctiques de les quals s'haurà de lliurar l'informe corresponent.

SISTEMA D'AVALUACIÓ:

Part teòrica:

Hi ha dos tipus d'avaluació de la part teòrica (l'estudiant pot triar el que s'ajusti més als seus interessos):

1) Mitjançant la realització d'un examen de preguntes d'elecció múltiple. La matèria s'especificarà a classe i en el dossier de l'assignatura.

2) Avaluació continuada a partir de la realització d'un treball:

- L'objectiu del treball és que l'estudiant apliqui els continguts de la Psicologia de la percepció a una àrea publicitària o de les relacions públiques del seu interès.
- El treball es pot fer individualment o en un grup de 4 persones com a màxim.
- El treball haurà de tractar algun dels temes proposats a classe o bé algun tema proposat per l'estudiant i acceptat per la professora.
- El treball formarà part de l'avaluació continuada de l'estudiant només a la convocatòria de febrer de 2002. Substituirà l'examen de l'assignatura de la primera convocatòria (febrer 2002) sempre i quan l'estudiant compleixi els següents requisits:
 - Participació a classe de teoria (sessions de seguiment dels treballs, etc.)
 - Compliment del calendari establert per a la realització del treball
 - Exposició del treball a classe
 - Realització i lliurament del treball

Avaluació de les pràctiques:

- Convocatòria de febrer 2002: Per aprovar les pràctiques caldrà haver realitzar totes les pràctiques i haver lliurat els informes corresponents.
- Convocatòria de juliol 2002: Es farà un examen de pràctiques (preguntes d'elecció múltiple) sobre les pràctiques realitzades al llarg del curs.

La nota global de l'assignatura es calcularà a partir de la següent ponderació:

- Nota del treball o de l'examen: 75%
- Nota de les pràctiques: 25%

ALTRES QÜESTIONS

Qualsevol qüestió relacionada amb el seguiment de l'assignatura la podeu consultar en hores de tutories.