

PSICOLOGIA DE LA PERCEPCIÓ

Fitxa de l'assignatura (20656)

Identificació

1. Nom de l'assignatura: **Psicologia de la Percepció**
2. Àrea: **Psicologia Bàsica** Titulació: **Publicitat i Relacions Públiques**
3. Tipus *Troncal* ☐ *Obligatòria* ☐ *Optativa* ☒ *X*
4. Crèdits (ECTS): 4

Descripció

Finalitats propòsits de la formació: Que l'estudiant aprengui a identificar les característiques perceptives de les produccions publicitàries i les pugui utilitzar en la creació de materials publicitaris. Que l'estudiant aprengui la importància de la investigació per a l'obtenció de dades i conclusions.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

Primera part: Psicologia de la Percepció i Publicitat

- T1. Introducció: percepció i publicitat
- T2. Factors que influeixen la percepció de la publicitat

Segona part: Avenços i Recerca en Psicologia de la Percepció i Publicitat

- T3. Bases de la investigació en psicologia de la percepció i publicitat
- T4. Àrees d'aplicació de la recerca en psicologia de la percepció i publicitat

Tercera part: La Publicitat que ens arriba a través dels sentits

- T5. L'organització i la construcció perceptiva visual: Estratègies d'exploració perceptiva, formes i il·lustracions, figura-fons, lleis de la gestalt, il·lusions perceptives, reconeixement de patrons, constàncies perceptives, claus pictòriques.
- T6. La suggestió dels colors
- T7. Els efectes auditius perceptius bàsics: la música i els sons a la publicitat
- T8. ¿Quina olor fa aquest anunci?
- T9. La percepció subliminar
- T10. Moviment real o induït?
- T11. La percepció de la durada dels esdeveniments publicitaris: factor

2. Bibliografia comentada:

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

Manual clàssic de la Psicologia de la percepció.

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

Manual clàssic de la Psicologia de la Percepció.

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

Apunts de Psicologia de la Percepció en hipertext. Conté un CD amb un programa d'avaluació personalitzada amb preguntes d'elecció múltiple.

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

Conté pràctiques de Psicologia de la Percepció aplicades a la publicitat i a la comunicació audiovisual en general

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

Manual sobre elements de la psicologia i la publicitat

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

Manual clàssic de la Psicologia de la percepció.

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

Manual sobre elements de la psicologia i la publicitat

Guijarro, T. y Muela, C. (2003). *La música en publicitat*. Madrid: Dossat.

Analitza amb exemples (CD) els efectes de la música, la veu i el silenci en publicitat.

León, J.L. (1996). *Los efectos de la publicidad*. Barcelona: Ariel.

Analitza els efectes de la publicitat sobre la condició humana, l'economia de les marques comercials, els efectes psicològics de la publicitat, els efectes macroeconòmics i els efectes sobre els nens, la cultura i sobre la imatge de l'home i de la dona.

3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

L'assignatura es troba al Campus Virtual de la UAB. Aquesta intranet oferirà un complement a la metodologia docent, a la publicació de materials, organització dels treballs, pràctiques, notes, notícies, etc.

També facilitarà el contacte entre el s professor s i els seus estudiants a través del correu electrònic.

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
Comunicació	Ser capaç de portar a terme presentacions en públic.
	Ser capaç de fer exposicions orals.

	Saber comunicar dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
Científic	Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, etc. Aplicar la metodologia d'investigació científica en aspectes socials Conèixer i saber aplicar els coneixements científics d'altres àrees (psicologia) per el millor coneixement de la publicitat Obtenir la capacitat d'anàlisi o síntesi de la informació. Conèixer els principis bàsics d'estadística. Ressenyar les fonts bibliogràfiques de forma adequada.
Artístic i de la creativitat	Desenvolupar idees i conceptes en formes visuals i sonores. Saber validar i verificar les idees, formes i conceptes.
Tecnològic	Conèixer i aplicar el programari informàtic relacionat amb la creativitat. Conèixer i utilitzar el programari informàtic relacionat amb la gestió de la informació.
Interpersonals	Facilitar la interrelació de l'alumne amb el seu entorn acadèmic de treball i investigador. Saber gestionar de forma adequada el temps Saber ser crític amb la seva feina i amb els resultats del seu entorn Tenir habilitat per treballar amb equips interdisciplinaris
Sistèmiques	Saber buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc. Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, etc....
Comprensió ecològica	Comprendre les interaccions entre el medi humà i les distintes dimensions: econòmica, social, política, etc. i el medi natural. Ser capaç d'aprendre a aprendre Ser capaç de posar a la pràctica els coneixements teòrics Ser capaç d'adaptar-se a noves situacions Tenir capacitat de dirigir i coordinar un treball Tenir la capacitat de l'autoexigència de la feina ben feta
Valor morals	Conèixer els valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors
Valors estètics	Mostrar sensibilitat per tot tipus de manifestació (verbal i no verbal) com acció encaminada a tenir cura de la forma dels missatges, procurant que generi un sentiment de bellesa. Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària.
Desenvolupament autoaprenentatge	Poder gestionar el temps disponible... Desenvolupar les habilitat de treball, d'estudi, d'investigació, tan personal com d'equip.

Potenciar la capacitat crítica...
Ser capaç de tenir maduració d'actituds con la flexibilitat, la imaginació, l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies.

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Primera part: Psicologia de la Percepció i Publicitat T1. T2.	5%	2) Informe de progrés
Segona part: Avenços i Recerca en Psicologia de la Percepció i Publicitat T3. T4.	10%	2) Informe de progrés 6) Valoració d'informe parcial del grup 6) Valoració informe final del grup (treball)
Tercera part: La Publicitat que ens arriba a través dels sentits T5 a T11	85%	1) Prova inicial. Presentació projecte 2) Informe de progrés (tutories) 3) Exercicis de procés (software) 6) Valoració final del treball 7) Avaluació per part dels companys 10) Autoavaluació final de l'alumne

Plantilla de l'assignatura

Contingut per blocs temàtics	Competències escolides	Activitats docents (veure fitxes)				Hores destinades		Activitats d'Avaluació (veure descriptor)
		Objectius en relació a la competència	Presencials	Dirigides	Autònomes	Professor	Alumne	
T1. Introducció: percepció i publicitat	Sistèmiques i comprensió ecològica	Saber interpretar la publicitat a través dels elements de la psicologia.	1					2, 6.
T2. Factors que influencien la percepció de la publicitat	Valors morals	Comèixer els agents humans i socials de la publicitat.						

11/11

T3. Bases de la Ciència investigació en psicologia de la percepció i publicitat	Interpersonal Sistèmiques	Conèixer les àrees d'aplicació i recerca de la Percepció i PPRR.	1	2,5	3			2,6
T4. Àrees d'aplicació de la recerca en psicologia de la percepció i publicitat		Diferenciar una informe científic de la informació de divulgació. Ús software específic Conèixer els elements d'un informe científic Aplicar els elements de l'informe científic						

T5.1. Organització i la construcció perceptiva visual	Comunicació Científica	Saber aplicar les fases del mètode científic en el plantejament d'una recerca.	1, 5	2, 4	3, 6, 7	2, 6, 10
T6. La suggestió dels colors	Artístic i de la creativitat					
T7. Els efectes auditius	Tecnològic	Aplicar els elements teòrics a la recerca.				
T8. ¿Quina olor fa aquest anunci?	Interpersonal					
T9. La percepció subliminar	Sistèmiques	Saber plantejar la metodologia científica per a l'estudi de camp				
T10. Moviment real o induït?	Comprensió ecològica					
T11. La percepció de la durada dels esdeveniments publicitaris	Valors morals	Saber analitzar i interpretar els resultats				
	Valors estètics	Comunicar els resultats en forma de comunicació científica oral i escrita				

Fitxa d'activitat docent

1. Informació respecte l'assignatura

- Títol: **Psicologia de la percepció**
- Tema, mòdul o unitat: T3. *Les il·lusions perceptives: Müller-Lyer*
- Nom de l'activitat: *Pràctica amb software* _____

2. Descripció de l'activitat

1. Explicació i objectius de l'activitat: Comprovar l'efecte de la il·lusió de Müller-Lyer. A partir del plantejament d'hipòtesis, manipular alguns aspectes del disseny experimental que permet el *software*. Analitzar els resultats. Reflexionar sobre les possibles causes i aplicar els resultats a la Publicitat. Reflexionar sobre les seves possibles causes en relació amb el que coneixem del funcionament del sistema visual humà.

- Metodologia: *Individual* ☒ *grup* ☐
 - 1. Tipus de recursos necessaris
 - Documentació _____
 - Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): X _____
 - Sortides de camp _____
 - Altres _____
 - 2. Període i dates de presentació: Sessions 11 i 12 _____
 - 3. Avaluació: Individual _____
- Pes:¹ 5% _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²

- Científic
- Comunicació

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

Objectius en relació a les competències.

Definir la prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades.

- A. Aplicar el mètode científic al descriure i analitzar hipòtesis i variables
- B. Conèixer i saber aplicar els coneixements científics d'altres àrees (psicologia) per el millor coneixement de la publicitat
- C. Aplicar la metodologia d'investigació científica als aspectes de la publicitat
- D. Saber interpretar i generalitzar els resultats

4. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència).

- Plantejament de les hipòtesis
- Anàlisis dels resultats

¹ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

² Es recomana no més de 2 competències per treballador, de manera que es treballi amb competències específiques.

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Científic	Informe de l'estudiant
Comunicació	Informe de l'estudiant

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	4	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	2	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	4	
▪ Avaluació	3	
▪ Coordinació entre professors	2	
▪ Altres		

Hores presencials

▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	
▪ Classes dirigides	
▪ Tutories individual/grupal	
▪ Exposició final	
▪ Debat · Seminari	
▪ Laboratori	6
▪ Altres (pràctiques)	

Hores de treball dels alumnes

▪ Recerca d'informació	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	
▪ Preparar l'avaluació	1
▪ Autoavaluació	
▪ Elaborar el portfoli o carpeta de l'alumne.	
▪ Altres	

Activitats d'Avaluació

▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupar)	Treball escrit
---	----------------

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

☒ Molt

☐ Força

☐ Poc

☐ Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

³ Tipus d'activitats d'aprenentatge: 1) Estudi de la teoria a nivell individual. 2) Estudi de la teoria realitzat en grup. 3) Preparació i resolució dels problemes de l'assignatura. 4) Preparació de les pràctiques i de la documentació associada. 5) Tutories presencials amb el professor. 6) Tutories no presencials (web, e-mail, etc). 7) Cerca de materials, llibres i/o documentació diversa relacionada amb l'assignatura. 8) Realització d'altres treballs proposats pel professor de l'assignatura.

Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**▪ **Títol: Psicologia de la percepció**

Tema, mòdul o unitat. *Segona part: Avenços i Recerca en Psicologia de la Percepció i Publicitat*

T3. Bases de la investigació en psicologia de la percepció i publicitat

T4. Àrees d'aplicació de la recerca en psicologia de la percepció i publicitat

▪ Nom de l'activitat: *Bases de la investigació en Percepció i Publicitat* _____

2. Descripció de l'activitat

1. Explicació i objectius de l'activitat:

2. Metodologia: *Individual* _____ *grup*al _____x

5. Tipus de recursos necessaris

- Documentació: X _____
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) _____
- Sortides de camp: Biblioteca _____
- Altres _____

6. Període i dates de presentació: Sessió 3, 4 i 5 _____

7. Avaluació: Grup. Presentació i exposició documentació _____
Pes:⁴ 10% _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)⁵

- Científic
- Sistèmiques
- Interpersonals

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

Objectius en relació a les competències.

Definir la prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades.

- A. Conèixer les àrees d'aplicació i recerca de la Percepció i PPRR.
- B. Conèixer els elements d'un informe científic
- C. Diferenciar un informe científic d'un informe de divulgació
- D. Seleccionar la informació en relació a uns objectius i una temàtica
- E. Saber buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc. a partir de les fonts de recerca existent.

⁴ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

⁵ Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

F. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència).

- Informació seleccionada (articles)
- Anàlisi de la informació (articles)
- Relació entre la informació i el plantejament concret de la recerca.

competència	<i>Indicadors o descriptors de la competència</i>
Científic	Informe de l'estudiant
Sistèmiques	Aplicació de les dades al treball de grup (recerca)
Interpersonals	Resultat, treball en equip, etc.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat⁶

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	2	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	4	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	1	
▪ Avaluació	2	
▪ Coordinació entre professors	1	
▪ Altres		

Hores presencials

▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	2	
▪ Tutories individual/grupal		
▪ Exposició final		
▪ Debat Seminari	3	
▪ Laboratori		
▪ Altres		

Hores de treball dels alumnes

▪ Recerca d'informació	4	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	2	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	2	
▪ Preparar l'avaluació	2	
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
▪ Altres		

Tipus d'activitats d'aprenentatge: 1) Estudi de la teoria a nivell individual, 2) Estudi de la teoria realitzat en grup, 3) Preparació i resolució dels problemes de l'assignatura, 4) Preparació de les pràctiques i de la documentació associada, 5) Tutories presencials amb el professor, 6) Tutories no presencials (web, e-mail, etc), 7) Cerca de materials, llibres i o documentació diversa relacionada amb l'assignatura, 8) Realització d'altres treballs proposats pel professor de l'assignatura.

Activitats d'Avaluació

▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral. Treball escrit. Defensa intergrupals)	Treball escrit Exposició oral
--	----------------------------------

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

☒ Molt

☐ Força

☐ Poc

☐ Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat: