

Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques

1998-99

PSICOLOGIA DE LA PERCEPCIO

Prof.: Pere Carreras

Codi: 20656
Semestre: 1r
Número de crèdits: 5 (op)

Objectius:

Aprofundir en els coneixements del procés perceptiu considerat com a captació i tractament de l'informació. Conèixer les qüestions de la percepció relacionades amb la publicitat, tot posant l'accent en la seva aplicació.

Temari:

1. Introducció a la Psicologia de la Percepció: el problema de la percepció. Els diferents enfoccs. El concepte de percepció ahir i avui.
2. Captació i tractament de la informació: els tres nivells del sistema visual.
3. Models teòrics: l'ecològic i el computacional.
4. El transfer intermodal i el fenòmen de la sinestèsia: dos casos en que intervenen més d'un sentit.
5. Percepció innata de senyals: les senyals que es perceben universalment.
6. L'esboç i la caricatura: la percepció de trets característics.
7. Moviment sense moviment: la inducció a la sensació de moviment a partir d'una imatge estàtica.
8. La percepció de imatges i models a escala: els problemes de l'ampliació i la reducció.
9. Anàlisi perceptual d'un anunci: l'exploració, les categories visuals i els factors individuals.
10. La percepció estètica: l'estudi psicològic de l'estètica, factors que intervenen, tòpics, la seva importància.
11. Percepció social: la percepció dels altres.

Pràctiques:

Consistiran en el visionament i comentari de videos i amb les pràctiques proposades dels temes de l'assignatura, les quals s'hauran de realitzar en grup.

Bibliografia bàsica:

- Bruce, V. i Green, P.R. (1994). Percepción visual. Barcelona: Paidós.
- Carreras, P. i Añaños, E. (1998). Pràctiques de percepció visual. Barcelona: Ed. Universitat Autònoma de Barcelona. (col. Materials n° 48).
- Dember, W.N. i Warm, J.S. (1990). Psicología de la percepción. Madrid: Alianza Editorial (A.Ps.28).
- Fernández Trespalacios, J.L. i Tudela, P. (1992). Atención y percepción. En Mayor, J. y Pinillos, J.L. (Eds.). Tratado de psicología general (vol III). Madrid: Ed. Alhambra.
- Frisby, J.P. (1987). Del ojo a la visión. Madrid: Alianza Psicología.
- Goldstein, E.B. (1995) 4 reimp. Sensación y percepción. Madrid: Ed. Debate.
- Marr, D. (1985). La visión. Madrid: Alianza Editorial.
- Matlin, M. i Foley, H.J. (1996) 3 ed. Sensación y percepción. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Neisser, U. (1985) 2 reimp. Psicología cognoscitiva. México: Trillas.
- Lillo, J. (1993). Psicología de la percepción. Madrid: Ed. Debate.

Bibliografia complementària:

- Arnheim, R. (1995) 13 reimp. Arte y percepción visual. Madrid: Alianza Forma (3).
- Dondis, D.A. (1976). La sintaxis de la imagen. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.
- Durán, A. (1995) 4 Ed. Psicología de la publicidad y de la venta. Barcelona: Ed. Ceac.
- Francès, R. (1985). Psicología del arte y de la estética. Madrid: Ed. Akal.
- Gill Leslie, E. (1977). Publicidad y psicología. Buenos Aires: Psique.

Gombrich, E.H., Hochberg, J. i Black, M. (1983). Arte, percepción y realidad. Barcelona: Paidós (col. comunicació n° 3).

Holzschuher (1966). Psicología de la publicidad. Madrid: Ed. Rialp.

Kanizsa, G. (1986). Gramática de la visión. Percepción y pensamiento. Barcelona: Paidós.

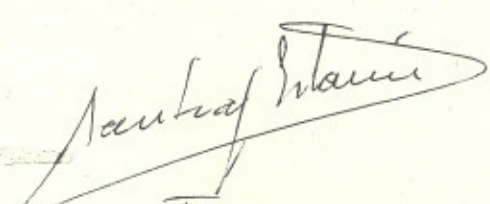
Solso, R.L. (1994). Cognition and the visual arts. Cambridge, Mas.: Mit Press cop.

Avaluació:

Aquesta assignatura s'avaluarà mitjançant:

1. un examen dels coneixements del temari,
2. la realització d'un treball i/o recensió dels llibres proposats,
3. les pràctiques de l'assignatura (la nota de les pràctiques correspondrà al 25% de la global de l'assignatura).

Vist i conforme


Director

Dept. Psicol. Educació