

LLICENCIATURA:

Publicitat i Relacions Públiques

CURS: 2on

Codi:	20664
Assignatura:	Introducció a la Psicologia
Tipus d'assignatura:	Obligatòria
Nº de crèdits:	5
Professorat:	Teoria: Ramon Cladellas Pros Pràctiques: Ramon Cladellas, Maite Mas i un altre
Quatrimestre:	2on

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:

Introducció, des d'una perspectiva publicitària, als fonaments de la Psicologia, com a ciència que estudia el comportament humà, i els processos cognitius, (atenció, percepció, memòria, processament, aprenentatge, etc..), que incideixen en el comportament

TEMARI:

1. Definició de Psicologia: mètode científic i aplicacions pràctiques de la Psicologia.
 2. Models explicatius de la conducta humana: els tres grans paradigmes de la Psicologia
- INICIACIÓ ALS PROCESSOS COGNITIVS
3. Nivells d'activació i Atenció
 4. Percepció. (Psicofísica)
 5. Aprenentatge i Memòria
 6. Intel·ligència i creativitat en la sol·lució de problemes: interacció amb els demés processos cognitius
 7. Contexte personal i social de la conducta : Motivació, emoció i actituds

BIBLIOGRAFIA

BÀSICA:

- Lindzey, G. (1982). Psicologia. Barcelona : Omega
- Mayor, J. y Pinillos, J.L. (eds) (1990). Tratado de Psicología General. 12 vols. Madrid : Alhambra.
- Papalia, D.E. y Olds, S. (1992). Psicología. Madrid : McGraw-Hill.
- Parot, F et Richelle, M. (1992). Introduction à la Psychologie.
- Pinillos, J.L. (1991). Principios de Psicología. Madrid : Alianza Editorial.
- Reuchlin, M. (1989). Psicología. Madrid : Morata.
- Ribes, E. (1990). Psicología General. México : Trillas.
- Rivas, J.A. (1997). Comportamiento del consumidor. Madrid: ESIC editorial.
- Worchel, S & Shebilske, W. (1998). Psicología: Fundamentos y aplicaciones. Madrid. Prentice Hall

COMPLEMENTÀRIA:

La bibliografia complementaria s'anirà donat al llarg del curs

METODOLOGIA DOCENT:

TEORIA

Es procurarà que les classes de teoria siguin el més dinàmiques i participatives possibles, és per això que s'intentaran combinar els continguts teòrics aportats pel professor amb diferent material gràfic o audiovisual del món publicitari. D'aquesta manera, s'intenta que els alumnes a més a més de posar en pràctica la informació teòrica rebuda, tinguin un alt grau de participació.

PRÀCTIQUES:

S'intentarà fer una pràctica aplicada al camp de la publicitat de cadascú dels temes tractats en la part teòrica, a més d'un treball d'un anunci publicitari en que es contemplin els diferents processos cognitius, (atenció, percepció, processament, memòria, motivació, actituds, etc..)

SISTEMA D'AVALUACIÓ:

Els continguts de l'assignatura s'avaluaràn mitjançant un examen. Per aprovar l'assignatura, a més d'aprovar l'examen, caldrà haver cursat i superat les pràctiques

La part teòrica comptarà 7 punts i la part pràctica 3

ALTRES QÜESTIONS