

## PSICOLOGIA DE LA PERCEPCIÓ

### Fitxa de l'assignatura

#### 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
5. Codi 20664

#### 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: Avanços 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.

Shiffman, H.R. (1997). *La percepció 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	<p>Ser capaç de portar a terme presentacions en públic.</p> <p>Ser capaç de fer exposicions orals.</p> <p>Saber comunicar dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.</p>
Científic	<p>Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, etc.</p> <p>Aplicar la metodologia d'investigació científica en aspectes socials</p> <p>Conèixer i saber aplicar els coneixements científics d'altres àrees (psicologia) per el millor coneixement de la publicitat</p> <p>Obtenir la capacitat d'anàlisi o síntesi de la informació.</p> <p>Conèixer els principis bàsics d'estadística.</p> <p>Ressenyar les fonts bibliogràfiques de forma adequada.</p>
Artístic i de la creativitat	<p>Desenvolupar idees i conceptes en formes visuals i sonores.</p> <p>Saber validar i verificar les idees, formes i conceptes.</p>
Tecnològic	<p>Conèixer i aplicar el programari informàtic relacionat amb la creativitat.</p> <p>Conèixer i utilitzar el programari informàtic relacionat amb la gestió de la informació.</p>
Interpersonals	<p>Facilitar la interrelació de l'alumne amb el seu entorn acadèmic de treball i investigador.</p> <p>Saber gestionar de forma adequada el temps</p> <p>Saber ser crític amb la seva feina i amb els resultats del seu entorn</p> <p>Tenir habilitat per treballar amb equips interdisciplinaris</p>
Sistèmiques	<p>Saber buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.</p> <p>Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, etc....</p>
Comprensió ecològica	<p>Comprendre les interaccions entre el medi humà i les distintes dimensions: econòmica, social, política, etc. i el medi natural.</p> <p>Ser capaç d'aprendre a aprendre</p> <p>Ser capaç de posar a la pràctica els coneixements teòrics</p> <p>Ser capaç d'adaptar-se a noves situacions</p> <p>Tenir capacitat de dirigir i coordinar un treball</p> <p>Tenir la capacitat de l'autoexigència de la feina ben feta</p>
Valor morals	<p>Conèixer els valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors</p>
Valors estètics	<p>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.</p> <p>Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària.</p>

Desenvolupament autoaprenentatge	<p>Poder gestionar el temps disponible...</p> <p>Desenvolupar les habilitat de treball, d'estudi, d'investigació, tan personal com d'equip.</p> <p>Potenciar la capacitat crítica...</p> <p>Ser capaç de tenir maduració d'actituds con la flexibilitat, la imaginació, l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies.</p>
----------------------------------	---

### 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 escollides	Objectius en relació a la competència	Activitats docents (veure fitxes)			Hores destinades		Activitats d'Avaluació (veure descriptor)
			Presencials	Dirigides	Autònomes	Professor	Alumne	
<p>T1. Introducció: percepció i publicitat</p> <p>T2. Factors que influencien la percepció de la publicitat</p>	<p>Sistèmiques</p> <p>Comprensió ecològica</p> <p>Valors morals</p>	<p>Saber interpretar la publicitat a través dels elements de la psicologia.</p> <p>Conèixer els agents humans i socials de la publicitat.</p>	1					2, 6.

T3. Bases de la investigació en psicologia de la percepció i publicitat	Científic Inerpersonal 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.L'organització i la construcció perceptiva visual	Comunicació Científic	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 perceptius bàsics	Tecnològic Interpersonal	Aplicar els elements teòrics a la recerca.						
T8. ¿Quina olor fa aquest anunci?	Sistèmiques							
T9. La percepció subliminar	Comprensió ecològica	Saber plantejar la metodologia científica per a l'estudi de camp						
T10. Moviment real o induït?	Valors morals Valors estètics							
T11. La percepció de la durada dels esdeveniments publicitaris		Saber analitzar i interpretar els resultats  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*  *grupal*
1. Tipus de recursos necessaris
    - Documentació \_\_\_\_\_
    - Multimèdia (Informàtica, audiovisuals):  \_\_\_\_\_
    - Sortides de camp \_\_\_\_\_
    - Altres \_\_\_\_\_
  2. Període i dates de presentació: Sessions 11 i 12 \_\_\_\_\_
  3. Avaluació: Individual \_\_\_\_\_ Pes:<sup>1</sup> 5% \_\_\_\_\_

### 3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)<sup>2</sup>

- 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

<sup>1</sup> Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

<sup>2</sup> Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.



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

- Plantejament de les hipòtesis
- Anàlisis dels resultats

competència	<i>Indicadors o descriptors de la competència</i>
<b>Científic</b>	Informe de l'estudiant
<b>Comunicació</b>	Informe de l'estudiant

**6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat<sup>3</sup>**

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 porfolio o carpeta de l'alumne.		
▪ Altres		

**Activitats d'Avaluació**

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

<sup>3</sup> 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.

intergrupals)

| escrit |

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

X Molt Força Poc Gens

**Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:  
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* *grupals* *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: Grupal. Presentació i exposició documentació \_\_\_\_\_  
Pes:<sup>4</sup> 10% \_\_\_\_\_

**3. Distribució de Competències a desenvolupar** (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)<sup>5</sup>

- Científic
- Sistèmiques
- Interpersonals

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

<sup>4</sup> Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

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

**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.

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

**6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat<sup>6</sup>**

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	

<sup>6</sup> 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.

▪ Tutories idividual/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 porfolio o carpeta de l'alumne.		
▪ Altres		

### **Activitats d'Avaluació**

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

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

X Molt Força Poc Gens

**Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:**