

## INTRODUCCIÓ A LA PSICOLOGIA

### 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		

#### 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.

##### Mòduls, blocs, temes o apartats:

###### Primera part: Psicologia de la Percepció i Publicitat

Tema 1 Introducció: percepció i publicitat

Tema 2 Factors que influencien la percepció de la publicitat

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

Tema 3 Bases de la investigació en psicologia de la percepció i publicitat

Tema 4 Àrees d'aplicació de la recerca en psicologia de la percepció i publicitat

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

Tema 5 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.

Tema 6 La suggestió dels colors

Tema 7 Els efectes auditius perceptius bàsics: la música i els sons a la publicitat

Tema 8 ¿Quina olor fa aquest anunci? La publicitat que es menja

Tema 9 La percepció subliminar

Tema 10 Moviment real o induït?

Tema 11 La percepció de la durada dels esdeveniments publicitaris: factors

## 1. 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 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.**

## 2. 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.

## 3. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
<i>Comunicació</i>	<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>
<i>Científic</i>	<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>
<i>Artístic i de la creativitat</i>	<p>Desenvolupar idees i conceptes en formes visuals i sonores.</p> <p>Saber validar i verificar les idees, formes i conceptes.</p>
<i>Interpersonals</i>	<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>
<i>Sistèmiques</i>	<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>
<i>Comprensió ecològica</i>	<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>
<i>Valor morals</i>	<p>Conèixer els valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors</p>
<i>Valors estètics</i>	<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>
<i>Desenvolupament</i>	<p>Poder gestionar el temps disponible...</p>

<i>autoaprenentatge</i>	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.	<i>10% de la nota final.</i>	Valoració de la proposta del treball (projecte) a desenvolupar pels estudiants en grup
Segona part: Avenços i Recerca en Psicologia de la Percepció i Publicitat  T3. T4.	<i>10% de la nota final.</i>	L'informe científic. Valoració crítica.
Tercera part: La Publicitat que ens arriba a través dels sentits  T5 a T11	<i>80% de la nota final.</i>	Presentació projecte Informe de progrés (tutories) Valoració final del treball Avaluació per part dels companys Autoavaluació final de l'alumne <i>(Més informació a l'apartat del treball)</i>

## Plantilla de l'assignatura (model de continguts qualitatiu, complementa a la general d'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.
<p>T3. Bases de la investigació en psicologia de la percepció i publicitat</p> <p>T4. Àrees d'aplicació de la recerca en psicologia de la percepció i publicitat</p>	<p>Científic</p> <p>Inerpersonal</p> <p>Sistèmiques</p>	<p>Conèixer les àrees d'aplicació i recerca de la Percepció i PPRR.</p> <p>Diferenciar una informe científic de la informació de divulgació.</p> <p>Ús software específic</p> <p>Conèixer els elements d'un informe científic</p> <p>Aplicar els elements de l'informe científic</p>	1	2, 5	3			2, 6

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	Aplicar els elements teòrics a la recerca.						
T7. Els efectes auditius perceptius bàsics	Tecnològic	Saber plantejar la metodologia científica per a l'estudi de camp						
T8. ¿Quina olor fa aquest anunci?	Interpersonal	Saber analitzar i interpretar els resultats						
T9. La percepció subliminar	Sistèmiques							
T10. Moviment real o induït?	Comprensió ecològica	Comunicar els resultats en forma de comunicació científica oral i escrita						
T11. La percepció de la durada dels esdeveniments publicitaris	Valors morals Valors estètics							

## Fitxa d'activitat docent

### 1. Informació respecte l'assignatura

Títol Introducció a la Psicologia \_\_\_\_\_

Tema, mòdul o unitat *Atenció* \_\_\_\_\_

Nom de l'activitat *Analitzar el recorregut visual que fem quan mirem un anunci* \_\_\_\_\_

### 2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat:

a. Buscar i seleccionar un anunci publicitari gràfic amb bastants elements atencionals (color, tamany, etc..).

En una primera instància caldrà presentar-lo a un grup de 15 persones durant un període de temps breu (5 segons) per tal de que aquests diguin que recorden de l'anunci observat, a més d'indicar-nos el recorregut visual que han fet.

Els elements recordats es categoritzaran, a fi d'ordenar-los de més a menys vistos. Posteriorment es retocaràn per ordinador alguns dels elements percebuts, a fi de variar el recorregut visual que es fa de l'anunci.

▪ **Metodologia:** *Individual* \_\_\_\_\_ *grupal* \_\_\_\_\_ *X* \_\_\_\_\_

#### 1. Tipus de recursos necessaris

- Documentació: Fotocopies amb l'explicació de la pràctica \_\_\_\_\_
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): Ordenador per retocar l'anunci publicitari \_\_\_\_\_
- Sortides de camp \_\_\_\_\_
- Altres: 15 subjectes per passar-los l'anunci \_\_\_\_\_

2. **Període i dates de presentació:** Quan es tracti el tema d'atenció. La presentació serà 15 dies després de la realització de la pràctica \_\_\_\_\_

3. **Avaluació:** Valoració del informe científic que es presenti \_\_\_\_\_

Pes:<sup>1</sup> 4% \_\_\_\_\_

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

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

- *Plantejar hipòtesis relatives a la comunicació publicitària i relacions públiques*
- *Utilitzar el programari informàtic relacionat amb la gestió de la informació (gràfics, recollida i gestió de dades, presentacions, etc..)*
- *Posar a la pràctica els coneixements teòrics*

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

<p><u>Objectius en relació a les competències.</u>  <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aprendre a formular hipòtesis de treball i verificar-les</li> <li>▪ Aprendre a contrastar i a replicar hipòtesis de treball</li> <li>▪ Aprendre a gestionar informació (recollida i gestió de dades, etc..)</li> <li>▪ Posar a la pràctica els coneixements teòrics obtinguts</li> </ul>

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
<i>Operar amb rigor científic</i>	Elaboració i verificació de la hipotesis de treball.
<i>Domini d'eines tecnològiques i informàtiques</i>	Anàlisi i selecció de les dades, a més d'una correcta presentació del treball

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

	t. estimat	t. validat
<b>Hores de preparació (professor)</b>		
▪ Buscar o idear la pràctica	1	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	1	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	0,5	
▪ Avaluació		
▪ Coordinació entre professors	1	
<b>Hores d'aula</b>		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	0,5	
▪ Classes dirigides		

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

<sup>3</sup> Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)



▪ Tutories individual/grupal	0,5	
▪ Exposició final		
▪ Laboratori	1	
<b>Hores de treball dels alumnes</b>		
▪ Recerca d'informació		
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	0,5	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	2	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació	1	
▪ Altres	1	
<b>Activitats d'Avaluació</b>		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupal).	Treball escrit	

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

Molt

x Força

Poc

Gens

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

## Fitxa d'activitat docent

## 1. Informació respecte l'assignatura

Títol *Introducció a la Psicologia* \_\_\_\_\_Tema, mòdul o unitat *Aprenentatge i memòria* \_\_\_\_\_Nom de l'activitat *Efectes primàcia i recència de la memòria (Veure quins anuncis d'una cadena de 10 es recorden més a curt termini)* \_\_\_\_\_

## 2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat:

a. Passar un vídeo amb diferents anuncis de TV i després preguntar als alumnes quins d'aquests que han vist recorden. A partir d'aquí hauran d'omplir una parrilla amb els anuncis que ha recordat cadascú i determinar si es donen els efectes de primàcia (es recorden més els primers anuncis d'una cadena) o el efecte recència (es recorden més els últims anuncis d'una cadena). L'objectiu fonamental es corrobora amb la pràctica el que es diu en la teoria.

▪ **Metodologia:** *Individual* X *grupal*

## 1. Tipus de recursos necessaris

- Documentació: Fotocopies amb l'explicació de la pràctica \_\_\_\_\_
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): TV i Video \_\_\_\_\_
- Sortides de camp \_\_\_\_\_
- Altres \_\_\_\_\_

2. **Període i dates de presentació:** Quan es tracti el tema de memòria. La presentació serà 15 dies després de la realització de la pràctica \_\_\_\_\_

3. **Avaluació:** Valoració del informe científic que es presenti \_\_\_\_\_

Pes:<sup>1</sup> 4% \_\_\_\_\_

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

- *Plantejar hipòtesis relatives a la comunicació publicitària i relacions públiques*

<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.

- *Posar a la pràctica els coneixements teòrics*

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

<p><u>Objectius en relació a les competències.</u>  <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aprendre a formular hipòtesis de treball i verificar-les</li> <li>▪ Aprendre a contrastar i a replicar hipòtesis de treball</li> <li>▪ Aprendre a gestionar informació (recollida i gestió de dades, etc..)</li> <li>▪ Posar a la pràctica els coneixements teòrics obtinguts</li> </ul>

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
<i>Operar amb rigor científic</i>	Elaboració i verificació de la hipòtesis de treball.
<i>Domini d'eines tecnològiques i informàtiques</i>	Anàlisi i selecció de les dades, a més d'una correcta presentació del treball.

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

	t. estimat	t. validat
<b>Hores de preparació (professor)</b>		
▪ Buscar o idear la pràctica	1	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	1	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	1	
▪ Avaluació		
▪ Coordinació entre professors	1	
<b>Hores d'aula</b>		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	0,5	
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal	0,5	
▪ Exposició final		
▪ Laboratori	0,5	
<b>Hores de treball dels alumnes</b>		
▪ Recerca d'informació		
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	0,5	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	1	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Elaborar portfolio o carpeta d'alumne	2	
▪ Altres	1	
<b>Activitats d'Avaluació</b>		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa	Treball	

<sup>3</sup> Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

intergrupals).

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:*

