

CURS ACADÈMIC: 2008 – 2009

LLICENCIATURA: Ciència i Tecnologia dels Aliments

Codi:	21345
Assignatura:	Psicologia i Comunicació
Tipus d'assignatura:	Tr
Nº de crèdits:	2
Professor:	Jordi Fernández Cuesta
Quadrimestre:	1r

Objectius de l'assignatura:

Després d'una breu introducció a la psicologia i als processos comunicatius bàsics, l'objectiu de l'assignatura és:

- Coneixement dels elements psicològics que intervenen en l'àmbit social i la comunicació persuasiva.
- Estudi dels principals models d'anàlisi de la percepció i la conducta quant a trastorns alimentaris.
- Anàlisi dels conceptes bàsics de la comunicació al servei dels objectius de màrqueting.
- Supervisió dels serveis comunicatius per al mercat alimentari.

Metodologia:

Classes de teoria, treball pràctic i anàlisis de casos.

La matèria teòrica es complementa amb el treball pràctic. L'objectiu del treball és l'aprofundiment i l'aplicació dels continguts treballats teòrics, mitjançant la realització de tasques relacionades i tutoritzades, que permetin a l'alumne conèixer millor el caràcter propi de la matèria i els aspectes més aplicats de l'assignatura.

Programa:

1. Introducció a la psicologia i als processos psicològics bàsics.
2. Principis de la psicologia: metodologia i percepció.
3. Alimentació i trastorns alimentaris.
4. Empresa i màrqueting de l'alimentació.
5. Elements clau de la comunicació: posicionament i planificació de comunicació empresarial.

Avaluació

Per aprovar l'assignatura, a més de superar l'examen, caldrà haver entregat i superat el treball pràctic (en parelles i supervisat/aprobat pel professor).

La nota final es calcularà a partir de la següent ponderació: Examen final (75%) i treball (25%). Els alumnes que a la convocatòria de febrer no realitzin o no superin el treball, realitzaran un d'especial per al setembre.

Bibliografia recomanada:

AAKER, D. et MYERS, J. (1993) *Management de la publicidad*. Vol. I y II. 4ª edición. Barcelona: Hispano Europea S.A.

AÑANOS, E. (1999) *Psicología de la atención y de la percepción*. Barcelona: Publicacions de la UAB.

CASTELLBLANQUE, M. (2001) *Estructura de la actividad publicitaria*. Paidós: Barcelona.

CUESTA, U. (2000) *Psicología social de la comunicación*. Madrid: Càtedra.

HERREROS ARCONADA, M. (2000) *La Publicitat. Fonaments de la comunicació publicitària*. Barcelona: Pòrtic Media.

MOLINÉ, M. (2000) *La fuerza de la publicidad*. Madrid: McGraw-Hill.

ORTEGA, E. (1999) *La comunicación publicitaria*. Madrid: Pirámide. (pàg. 215-240).

PATERNA, C. et alt. (2003) *Psicología social: de la teoría a la práctica cotidiana*. Madrid: Pirámide.

RIVERA, J. et SUTIL, L. (2004) *Marketing y publicidad subliminal*. Fundamentos y aplicaciones. Madrid: ESIC.

SOLER, P. (1997) *La investigación motivacional en marketing y publicidad*. Bilbao: Ediciones Deusto. (pàg. 16-46).