UAB
Universitat Autònoma de Barcelona

Psicologia del Comportament de les Audiències

Codi: 104998
Crèdits: 6

2025/2026

Titulació	Tipus	Curs
Comunicació Audiovisual	FB	2

Professor/a de contacte

Nom: Albert Vinyals Ros

Correu electrònic: albert.vinyals@uab.cat

Equip docent

Anna Jordana Casas

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al final del document.

Prerequisits

Cap prerequisit contemplat.

Avís: La professora responsable de la guia docent no serà qui impartirà l'assignatura

Objectius

S'espera que l'estudiant, al finalitzar el seu estudi sigui capaç de:

- Comprendre la importància dels coneixements psicològics per a adaptar-se al comportament de les audiencies.
- Identificar les característiques perceptives de les produccions publicitàries i per a utilitzar-les en la creació de materials audiovisuals.
- Aprendre els principis explicats per la psicologia amb relació a la comunicació perceptiva.
- Comprendre el funcionament de processos psicològics implicats en la presa de decisions, en especial les emocions.
- Conèixer tendències socials, saber-les monitoritzar i comprendre.
- Identificar els principals fenòmens i processos grupals, que permeten entendre el comportament de l'audiència en el seu entorn social i cultural.
- Adquirir coneixements de psicologia social referents a la formació de la identitat, comportament grupal, canvi social i formació d'actituds, que ajudin a comprendre el rol dels ciutadans com a audiència.
- Conèixer les diferents formes d'estratificació social que es donen en la nostra societat i la seva aplicació en la segmentació de mercats
- Introduir la perspectiva de gènere en la percepció de la comunicació audiovisual.

- Fomentar l'actitud i el pensament crític
- Fomentar el respecte a l'ètica en l'exercici de la professió.
- Generar experiències emotives en el consum de productes audiovisuals respectant la llibertat de les audiències.
- Identificar teories i processos psicològics relacionats amb la comunicació audiovisual.
- Descriure com les audiències prenen decisions relacionades amb el consum per oci de productes audiovisuals.
- Determinar com es creen les comunitats de seguidors i fans dels productesaudiovisuals d'èxit.
- Investigar com el muntatge audiovisual afecta la percepció.

Resultats d'aprenentatge

1. CM18 (Competència) Generar experiències emotives en el consum de productes audiovisuals respectant la llibertat de les audiències i reconeixent el paper de la Comunicació Audiovisual en la creació de les relacions de gènere i de la identitat sexual i de gènere.
2. CM18 (Competència) Generar experiències emotives en el consum de productes audiovisuals respectant la llibertat de les audiències i reconeixent el paper de la Comunicació Audiovisual en la creació de les relacions de gènere i de la identitat sexual i de gènere.
3. CM18 (Competència) Generar experiències emotives en el consum de productes audiovisuals respectant la llibertat de les audiències i reconeixent el paper de la Comunicació Audiovisual en la creació de les relacions de gènere i de la identitat sexual i de gènere.
4. KM22 (Coneixement) Identificar teories i processos psicològics relacionats amb la comunicació audiovisual.
5. KM22 (Coneixement) Identificar teories i processos psicològics relacionats amb la comunicació audiovisual.
6. KM23 (Coneixement) Descriure com les audiències prenen decisions relacionades amb el consum per oci de productes audiovisuals.
7. KM23 (Coneixement) Descriure com les audiències prenen decisions relacionades amb el consum per oci de productes audiovisuals.
8. SM23 (Habilitat) Idear productes audiovisuals amb narratives i personatges que resultin psicològicament atractius pel públic.
9. SM24 (Habilitat) Determinar com es creen les comunitats de seguidors i fans dels productes audiovisuals d'èxit.
10. SM24 (Habilitat) Determinar com es creen les comunitats de seguidors i fans dels productes audiovisuals d'èxit.
11. SM25 (Habilitat) Investigar com el muntatge audiovisual afecta la percepció.
12. SM25 (Habilitat) Investigar com el muntatge audiovisual afecta la percepció.

Continguts

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

SESSIONS MAGISTRALS

1. Introducció. Psicologia aplicada al comportament de les audiències. Persuasió
2. Com ens persuadeixen. Psicologia de la comunicació persuasiva.
3. Com percebem els continguts: atenció, percepció i memòria.
4. Com prenem decisions: emocions, dissonàncies, via ràpida i via lenta.

5. Com seguim tendències: canvi social, segmentació psicosocial i tendències socials.
6. Com formem part de segments de mercat: identitat, grups socials, estratificació i principals categories socials: edat i gènere.

SEMINARIS

En paral·lel a les sessions magistrals es realitzaran 7 seminaris d'assistència obligatòria, que acostaran a la pràctica professional els continguts teòrics.

Seminari 1: persuasió

Seminari 2: atenció

Seminari 3: eye tracking

Seminari 4: aprenentatges associatius

Seminari 5: via ràpida / via lenta

Seminari 6: pensament creatiu

Seminari 7: categorització social i gènere

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Clases teòriques	37,5	1,5	
Seminaris	15	0,6	
Tipus: Supervisades			
Tutories	7,5	0,3	
Tipus: Autònomes			
Autònoma	40	1,6	

L'objectiu de l'assignatura és l'aplicació de les teories provinents de la psicologia a la pràctica professional de la comunicació audiovisual, per això tant les classes magistrals, com els seminaris i els exercicis pràctics, cercaran que l'alumnat sapiga aplicar aquests coneixements a problemes reals.

La metodologia docent inclou activitats dirigides, supervisades i autònomes i combinarà i integrarà les classes teòriques amb grups de debat i sessions dirigides de seminaris, i també la realització de tutories presencials.

La integració metodològica es portarà a terme a partir de la utilització de les aules MOODLE de UAB.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura i estarà també disponible al Campus Virtual de l'assignatura, on l'alumnat podrà trobar els

diversos materials docents i tota la informació necessària per l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per motius de força major segons les autoritats competents, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents

El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere i amb l'ús del llenguatge inclusiu.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen	40%	2	0,08	CM18, KM22, KM23, SM23, SM24
Participació i informes dels seminaris	30%	18	0,72	CM18, KM22, KM23, SM23, SM24, SM25
Treball de curs	30%	30	1,2	KM23, SM23, SM24, SM25

a) AVALUACIÓ CONTINUADA:

Per a aprovar l'assignatura en l'avaluació continuada totes les avaluacions (Examen, Treball de curs i Seminaris) han de tenir una nota igual o superior a 5 en les següents condicions:

- Examen teòric (40%). Examen sobre el contingut teòric i el dels seminaris. Tenir una nota superior o igual a 5. Amb un 4 o menys, no es fa mitjana i passa directament a la recuperació.
- En el treball (30%): Tenir una nota igual o superior al 5.
- En els seminaris (30%): haver assistit i tenir una nota superior a 5 en TOTS els Seminaris.

NO AVALUABLE: si es falta a dos o més seminaris sense justificar les faltes, per causes de força major, no s'avaluarà l'assignatura.
Segons el punt 9 de l'article 266 de la Normativa Acadèmica de la UAB, "*quan es consideri que l'estudiant no ha pogut aportar prou evidències d'avaluació s'ha de qualificar aquesta assignatura com a no avaluable*".

b) RECUPERACIÓ avaluació continuada:

Per a optar-hi, l'alumnat ha d'haver estat avaluat prèviament d'almenys 2/3 del total d'activitats avaluables de l'assignatura. Hi haurà recuperació de les ACTIVITATS SUSPESES en l'avaluació continuada. Les condicions per a fer la recuperació són les següents:

- EXAMEN (Teoria): s'hagi obtingut una nota inferior a 5 en l'examen d'avaluació continuada.
- TREBALL: S'hagi lliurat i assolit una nota inferior a 5 en l'avaluació continuada.

Característiques de la recuperació:

- EXAMEN (TEORIA): La recuperació es farà a través d'un examen del mateix tipus que el de l'avaluació continuada. La nota obtinguda en l'examen de recuperació de la teoria serà la nota definitiva d'aquesta part.
- TREBALL: La recuperació es farà repetint el treball de l'assignatura i/o els apartats incorrectes.

- SEMINARIS: no poden recuperar-se. Si un no s'ha lliurat per motius justificats, pot fer-se fora de termini amb una penalització del 20% de la seva nota, però només durant les següents dues setmanes. .

c) AVALUACIÓ ÚNICA:

El sistema d'avaluació única de l'assignatura està basat en els següents percentatges:

- 40% Prova teòrica. Es tracta d'un model específic per aquest tipus d'avaluació, que amplia els continguts a tractar.
- 20% Prova llibre. Examen sobre el contingut d'un llibre proposat pel docent. Es realitzarà el dia de la prova teòrica.
- 40% Lliurament d'un treball final.

Per a superar l'assignatura s'haurà d'arribar al 5, o superar-lo en cada una de les parts que componen la seva avaluació.

Els treballs es lliuraran el dia de l'examen, en el qual s'avaluarà la prova teòrica i l'examen del llibre.

d) RECUPERACIÓ avaluació única:

Per a optar-hi, l'alumnat ha d'haver estat prèviament avaluat d'almenys 3/4 del total d'activitats avaluables de l'assignatura. Hi haurà recuperació de les ACTIVITATS SUSPESES en l'avaluació continuada. Les condicions per a fer la recuperació són les següents:

- Només es pot recuperar la prova de teoria si l'alumne/a ha obtingut una nota inferior a 4,9. La prova de recuperació consistirà en una prova escrita d'avaluaciódeconeixements teòrics.
- La nota obtinguda en la resolució de casos o reptes comunicatius formarà part de la mitjana ponderada de la nota final. Només en cas de suspendre aquesta prova i si l'alumne així ho considera, podrà optar a recuperar-la amb una prova de la mateixa índole.

ALTRES:

PUJAR NOTA: Podrà presentar-se a pujar nota l'alumnat que en l'avaluació continuada hagi obtingut una nota igual o superior al 8,5. Per a pujar nota es farà un examen global de l'assignatura. Si la nota final aconseguida en aquest examen és superior a la nota final aconseguida en l'assignatura en l'avaluació continuada, es procedirà a pujar la nota; si és inferior, la nota final de l'assignatura serà la nota final aconseguida en l'avaluació continuada.

SEGONA MATRÍCULA: En cas de segona matrícula, l'alumnat podrà fer una única prova de síntesi que consistirà en un examen final 50% i un treball obligatori 50%, si no es va aprovar el treball en la primera convocatòria. La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova de síntesi.

PLAGI: En cas que l'estudiant realitzi un plagi sense citar, o un ús no explicitat d'una IA per a realitzar una tasca, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que es pugui instruir. En cas que es produeixin dues irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta serà 0.

ÚS DE LA IA: En aquesta assignatura, es permet l'ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA)com a part integrant del desenvolupament del treball, sempre que el resultat final reflecteixi una contribució significativa de l'alumnat en l'anàlisi i la reflexió personal. L'alumnat haurà d'identificar clarament quines parts han estat generades amb aquesta tecnologia, especificar les eines emprades i incloure una reflexió crítica sobre com aquestes han influït en el procés i el resultat final de l'activitat. La no transparència de l'ús de la IA es considerarà falta d'honestedat acadèmica i pot comportar una penalització en la nota de l'activitat, o sancions majors en casos de gravetat.

Bibliografia

Bibiografia bàsica

Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). Social influence: Compliance and conformity. *Annu. Rev. Psychol.*, *55* , 591-621.

Dubois, B. y Rovira, A. (1998) *Comportamiento del Consumidor. Comprendiendo al Consumidor*. Madrid: Prentice Hall, 2ª Edición.

Pastor Ruiz, Y. (2006). Psicología social de la comunicación: aspectos básicos y aplicados.

Vinyals, A. (2019). *El consumidor tarado.* Barcelona: Amazon.

Bibliografia Complementària

Alonso L. E., Conde F. (1994) *Historia del consumo en España: Una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo*. Madrid: Debate

Ariely D. (2008) *Las trampas del deseo* . Londres: Harper Collins Harper Collins.

Darley, A. (2002). *Cultura visual digital: espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Dooley, R. (2011). *Brainfluence: 100 ways to persuade and convince consumers with neuromarketing*. John Wiley & Sons.

Hari, J. (2023). *El valor de la atención: Por qué nos la robaron y cómo recuperarla*. Ediciones Península.

Kahneman, D. (2012). *Pensar rápido, pensar despacio*. Debate.

Klein, N. (2000) *No logo. El poder de las marcas.* Barcelona: Paidós.

Quintanilla Pardo, I. (2002) *Psicología del Consumidor.* Madrid:Prentice Hall.

Quintas-Froufe, N., & González-Neira, A. (2021). *Los estudios de la audiencia: De la tradición a la innovación*. Editorial GEDISA.

Morgado, I. (2012). *Cómo percibimos el mundo.* Ariel.

Mucchielli, A., & Zalduendo, C. L. (1998). *Psicología de la comunicación*. Paidós.

Zaltman, G. (2003) *Cómo piensan los consumidores*. Barcelona: Empresa Activa.

AMPLIACIÓ DE TEMES I ARTICLES DE REFLEXIÓ AL BLOG:

http://psicologiadelconsumo.wordpress.com/

Programari

No cal programari específic

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través daquest enllaç. Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(SEM) Seminaris	41	Català	segon quadrimestre	matí-mixt
(SEM) Seminaris	42	Català	segon quadrimestre	matí-mixt
(SEM) Seminaris	43	Català	segon quadrimestre	matí-mixt
(TE) Teoria	4	Català	segon quadrimestre	matí-mixt