

PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Grado en Organización de Eventos, Protocolo
y Relaciones Institucionales
2022-2023

www.protocoloimep.com

1_ DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	
Psicología de la Comunicación	

CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
6 ECTS	Básica	Primero	Segundo

Titulación	Grado Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
Centro	IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3
Aula teoría	Planta 3, Aula 2
Aula práctica	Planta 3, Aula 2
Idioma	Castellano

PROFESORADO		
Nombre	e-mail	Responsable
Paula González	paula.gonzalez@protocoloimep.com	Psicología de la Comunicación

HORARIO		
Clase	Fecha salida académica Fecha "Meet the pros"	Fecha Exámenes
Jueves 10h a 14h		<u>Presencial</u> 8 junio 2023 10h a 12h <u>A distancia</u> 2 junio 2023 16h a 18h <u>Conv. Extraordinaria</u> 7 septiembre 2023 12h a 14h

2_ CONTEXTUALIZACIÓN

La comunicación en todas sus vertientes se ha convertido en uno de los elementos fundamentales de la sociedad contemporánea. Desde una perspectiva psicosocial, podemos considerarla como un medio para la interacción social mediante el cual se intercambian representaciones de la realidad por parte de agentes activos, que tratan de compartir, influir o modificar las realidades de otras personas, de manera consciente o automática, a través de comportamientos verbales y no verbales.

Desde esta perspectiva, los distintos modelos psicológicos que han intentado abordar el estudio de la conducta comunicativa destacan la importancia de las percepciones del individuo en procesos como la persuasión, la influencia social y las relaciones interpersonales. Procesos todos ellos, que se abordan desde la psicología social. A lo largo de la asignatura se expondrán todos aquellos factores de índole psicosocial que intervienen en los diferentes procesos de la actividad comunicativa.

2.1_Recomendaciones para la asignatura.

- Leer la guía docente con detenimiento y preguntar cualquier duda.
- Prestar atención a las recomendaciones del profesor sobre las prácticas del curso y del examen final.

3_ COMPETENCIAS

3.1_Competiciones generales (transversales) y Competencias específicas.

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de identificación, interpretación, formulación y resolución de problemas básicos de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.

CG12 - Capacidad de actualización de los conocimientos en el ámbito de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.

CG13 - Capacidad de consolidación, ampliación e integración de los conocimientos fundamentales de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas

CG2 - Capacidad para el liderazgo y la negociación - Exclusivamente grupo presencial

CG5 - Capacidad de análisis de la dimensión social de la actividad y la responsabilidad social y corporativa. Sensibilidad para afrontar temas sociales.

CG7 - Capacidad crítica y analítica en el área de especialidad correspondiente

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE1 - Capacidad de interpretación de las conductas sociales y de consumo y de las estrategias para la intervención protocolaria.

CE3 - Capacidad de desarrollar estrategias de marketing y comunicación que favorezcan las relaciones institucionales y la organización de eventos.

CE6 - Capacidad para mejorar las habilidades y recursos profesionales dirigidos al desarrollo e innovación de las corporaciones públicas y privadas

4_ CONTENIDOS.

4.1_ TEORÍA

Tema 1. Psicología de la comunicación. Modelos de referencia.

Tema 2. Conciencia vs Consciencia

Tema 3. Neuromarketing

Tema 4. Atención y comprensión en comunicación.

Tema 5. Comunicación e interacción social en internet.

Tema 6. La rumorología

Tema 7. Inteligencia artificial

4.2_ PRÁCTICA

Tema 1

- 1.- Casos prácticos de Psicología de la comunicación.
- 2.- Análisis de película

Tema 2-4

- 1.- Mediante documentos audiovisuales analizaremos como se genera el sentido y la comprensión e identificaremos actitudes y estereotipos sociales
- 3.- Práctica de lectura mediante artículos periodísticos

Tema 5-7

- 1.- Estudios de casos.
- 2.- Análisis y visionado de anuncios de televisión y películas

5_ METODOLOGÍA

5.1_PRESENCIAL

CLASES TEÓRICAS.

En forma de clases magistrales apoyadas en el análisis de textos, productos audiovisuales y en la exposición por la profesora de sus propias experiencias, circunstancias que permitirá al alumno conocer desde dentro la mecánica organizativa, así como los problemas, dificultades y técnicas aplicables a cada caso y momento.

CLASES PRÁCTICAS.

Los alumnos aplican, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales explicados por el profesor mediante la puesta en común y la discusión a partir de las actividades de trabajo en grupo y de trabajo autónomo.

5.2_A DISTANCIA

CLASES TEÓRICAS.

El profesor facilitará cada semana el tema correspondiente, de esta manera el alumno podrá realizar una lectura general del contenido para después iniciar el proceso de comprensión y memorización de los contenidos. A parte el alumno tendrá píldoras formativas que ayuden a la asimilación de los contenidos de la asignatura y tutorías y prácticas mediante sistema de Blackboard. Esta técnica de estudio se puede reforzar con el diseño de resúmenes personales.

Las clases de Blackboard de una hora aproximadamente de duración se realizarán los siguientes días:

Blackboards 2023:

Miércoles 15 febrero

Miércoles 1 marzo

Miércoles 15 marzo

Miércoles 29 marzo

Miércoles 19 abril

Miércoles 3 mayo

Miércoles 17 mayo

La hora: 14h a 15h. Estas clases quedarán grabadas.

5.3_ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Los principios en atención a la diversidad a tener en cuenta en el aula son, en líneas generales:

- Favorecer la autonomía y el desarrollo personal dentro del marco de las propias posibilidades.
- Cooperación y ayuda entre los alumnos y el profesor con la finalidad de estimular situaciones propicias para la puesta en común de dudas, soluciones o resultados.
- Propiciar la puesta en común de experiencias y vivencias.
- Propiciar la interacción comunicativa entre los alumnos a través del trabajo en parejas o grupos reducidos.

6_ RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Poner en práctica las estrategias que permiten una comunicación más efectiva en el desarrollo profesional.
2. Aplicar las técnicas y recursos de la comunicación para la dirección y motivación de equipos, así como el cambio de actitudes.
3. Reconocer los aspectos verbales y no verbales para la toma de decisiones en relación a los recursos humanos, reparto de cargas de trabajo y la organización vertical.
4. Capacidad para utilizar la comunicación persuasiva en la resolución de conflictos y control del estrés.
5. Reconocer las potencialidades de los medios de comunicación de masas como herramienta para la promoción y creación de actividades sociales, así como elemento de diagnóstico de éxito o fracaso.
6. Gestión de los gabinetes de crisis desde el enfoque de la comunicación y la psicología social.
7. Poner en práctica los conocimientos al ámbito organizativo.

7_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

7.1_PRESENCIAL

A) Evaluación continuada:

- Participación activa (25%)
Evaluación semanal
- Trabajo obligatorio (25%)
Entrega: 17 mayo -
- Examen final (50%)

***Nota importante.**

Tanto las prácticas como la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5.

B) Evaluación septiembre (en caso de suspender o no presentarse en 1era convocatoria):

- Se guardará las notas prácticas para septiembre.
- Examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (50%).

***Nota importante.**

Tanto las prácticas como la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5.

C) Sin evaluación continua:

- Si el alumno pierde la evaluación continua, el examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (100%).

El examen se evaluará sobre 7.

A) Evaluación continuada:

- Participación activa (25%)
Evaluación semanal
- Trabajo final (25%)
Entrega: 17 mayo -
- Examen final (50%)

***Nota importante.**

Tanto las prácticas como la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5.

B) Evaluación septiembre:

- Se guardará las notas prácticas para septiembre.
- Examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (50%).

***Nota importante.**

Tanto las prácticas como la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5.

C) Sin evaluación continua:

- Si el alumno pierde la evaluación continua, el examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (100%).

El examen se evaluará sobre 7.

Evaluación en caso de emergencia sanitaria

En el caso de que se produzca algún tipo de emergencia por la pandemia sanitaria, se respetarán los extremos contenidos en esta sección. No obstante, se podrá adaptar el formato de los trabajos y prácticas al formato online. Asimismo, la evaluación sería examen final de la asignatura tendría un 50% y las prácticas equivaldrían a un 50% en la asignatura.

8_ PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

PRESENCIAL

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
CLASES TEÓRICAS	35
OTRAS ACTIVIDADES	10
CLASES PRÁCTICAS	25
SEMINARIOS	15
TRABAJO EN GRUPO	12,5
TUTORIAS	10
OTRAS ACTIVIDADES: TAREAS COMPARTIDAS	7,5
PREPARACION CLASES TEORÍA	15
PREPARACION TRABAJOS CLASES PRÁCTICAS	15
ESTUDIO DE EXÁMENES	5
TOTAL	150

A DISTANCIA

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
CLASES TEÓRICAS	35
CLASES PRÁCTICAS	25
SEMINARIOS	15

TRABAJOS EN GRUPO	12,5
TUTORIAS	10
OTRAS ACTIVIDADES: TAREAS COMPARTIDAS	7,5
PREPARACIÓN CLASES TEORÍA	15
PREPARACIÓN TRABAJOS CLASES PRÁCTICAS	15
ESTUDIO DE EXÁMENES	5
OTRAS ACTIVIDADES	10
TOTAL	150

8.1_PRESENCIAL

Tema 1			Semana 1 y 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 4, 7	Presentación de la asignatura Comprobación de conocimientos previos y motivaciones del alumnado Clase teórica, expositiva mediante	Será evaluación continua	8,33%

Tema 2-4			Semana 3- 10
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2, 5, 6, 7	Lectura y registros audiovisuales	Será evaluación continua	8,33%

Tema 5-7			Semana 11- 15
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje

2,3,4,5,6,7	Análisis anuncios o registros audiovisuales	Será evaluación continua	8, 33%
	Práctica grupal trabajo final		25%

8.2_A DISTANCIA:

Tema 1			Semana 1y 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 4, 7	Presentación de la asignatura Comprobación de conocimientos previos y motivaciones del alumnado Clase teórica, expositiva mediante	Será evaluación continua	8,33%

Tema 2-4			Semana 3- 10
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2, 5, 6, 7	Lectura y registros audiovisuales	Será evaluación continua	8,33%

Tema 5-7			Semana 11- 15
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje

2,3,4,5,6,7	Análisis de un anuncio o registros audiovisuales	Será evaluación continua	8,33%
	Práctica grupal trabajo final		25%

9.-BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

9.1_GENERAL

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Betancur Isaza, J. M. (2018). Efectos de imágenes extraídas de la publicidad televisiva y su influencia en la toma de decisiones y actitud consumista en niños y niñas entre 10 y 12 años de la Institución Educativa Monseñor Víctor Wiedeman. Disponible en: <http://bibliotecadigital.iue.edu.co/jspui/handle/20.500.12717/1674>

Briñol, P., Horcajo, J., Valle, C. y De Miguel, J. (2016). Cambio de actitudes a través de la comunicación.

Cambra, U. C., Díaz, V. C., Martínez, L. M., & González, J. I. N. (2020). Smartphone: en comunicación, algo más que una adicción. *Revista Latina de Comunicación Social*, (75), 367-381.

Corrales, A. "Empatía, comunicación asertiva y seguimiento de normas. un programa para desarrollar habilidades para la vida" *Enseñanza e Investigación en Psicología*, vol. 22, nº 1. recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/292/29251161005.pdf>, pp. 58-65, 2017.

Díaz, F. J., y Carrasco, M. E. (2018). Efectos del clima organizacional y los riesgos psicosociales sobre la felicidad en el trabajo. *Contaduría y administración*, 63(4), 0-0.

Gallego-Medina, C. Y Añaños, E. (2016). Belleza con B de báscula: Relación entre los estereotipos de género y la publicidad en los productos de culto al cuerpo. *Materiales Docentes*. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <https://ddd.uab.cat/record/146202>

López, J.G. (2016). *Publicidad, comunicación y cultura: perspectivas teóricas para el estudio de la publicidad*. Barcelona. UOC.

Parker, C; Baltes, B; Young, S; Huff, J; Altmann, R; Lacost, H. y Roberts, J. (2003) Relationships between psychological climate perceptions and work outcomes: meta-analytic review. *Journal of Organizational Behavior*, 24 (4) 389-416. <https://doi.org/10.1002/job.198>

Satuf, C.; Monteiro, S; Pereira, H.; Esgalhado, Alfonso R. y Loureiro, M. (2016) The protective effect of job satisfaction in health, happiness, well-being and self-esteem *International Journal of Occupational Safety and Ergonomics*. 1-9. <https://doi.org/10.1080/10803548.2016.1216365>

Velásquez, N. R. P. (2018). Percepción y memoria en los jingles publicitarios: reflexiones desde la psicología de la publicidad. *Revista Electrónica Psyconex*, 10(16), 1-19.

9.2_ACTIVIDADES FORMATIVAS

IMEP cuenta con un programa de actividades formativas extracurriculares a disposición del alumno. Toda la información se puede consultar tanto en el campus virtual, como en la página web del título www.protocoloimep.com

10_TUTORÍAS

MODALIDAD PRESENCIAL

En el caso de la modalidad presencial, el alumno deberá pedir mediante e-mail al profesor una cita para tutoría, la cual se mantendrá en la fecha estipulada entre ambos a través de blackboard collaborate.

MODALIDAD DISTANCIA

En el caso de la modalidad a distancia, se seguirá el mismo procedimiento que en el caso anterior.