



Centro adscrito a



**UNIVERSITAS**  
*Miguel Hernández*

# Guía Docente 2023/2024

## PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Modalidad: Presencial – A distancia

**Grado en Organización de Eventos,  
Protocolo y Relaciones Institucionales**

## Psicología de la Comunicación

CURSO	MÓDULO	MATERIA	CARÁCTER	SEMESTRE	CRÉDITOS
1º	FUNDAMENTOS BÁSICOS	PSICOLOGÍA	BÁSICA	Segundo	6 ECTS

**Titulación:** Grado Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales.

**Centro:** IMEP en C/Arzobispo Loaces, 3 (Alicante).

**Idioma:** Castellano

**Horario de atención a los alumnos:** jueves de 10:00 h a 14:00 h (previa solicitud de cita vía email).

### 1. Profesorado

Paula González Redondo: [paula.gonzalez@protocoloimep.com](mailto:paula.gonzalez@protocoloimep.com)

Horario	Salidas académicas / Visitas al centro	Exámenes
Jueves 10:00 h – 14:00 h	<b>Salida 1:</b> <i>Pendiente visita a exposición</i> <b>Fecha:</b> (Por determinar)	Ordinaria presencial 4 JUNIO 10h-12h
	<b>Visita:</b> Adrián Carrillo "Inteligencia Artificial" <b>Fecha:</b> Mayo	Ordinaria a distancia 31 MAYO 16h-18h
		Extraordinaria presencial 3 SEPTIEMBRE 12h-14h
		Extraordinaria a distancia 3 SEPTIEMBRE 12h-14h

- Leed la guía docente con detenimiento.
- Resolved cualquier cuestión relacionada con la materia con la mayor antelación posible para que podáis planificar vuestro trabajo de la manera más adecuada.
- Prestad atención a las recomendaciones del profesorado sobre los materiales complementarios.
- Se recomienda leer previamente el contenido teórico y práctico publicado en la plataforma virtual al inicio de curso para una mejor asimilación del contenido.
- Revisad la bibliografía recomendada.
- Cumplid escrupulosamente los plazos de entrega tanto de tareas como de las prácticas.

***En la Modalidad a Distancia, además:***

- Leed previamente el contenido teórico y práctico publicado en la plataforma virtual antes de la visualización de las diferentes píldoras formativas y blackboards.
- Remitid vía e-mail las posibles dudas que puedan surgir tras la lectura del temario o prácticas, para que puedan ser resueltas a través del correo electrónico o vía blackboards.
- Visualizad las píldoras formativas del campus virtual para una mejor comprensión y asimilación del contenido.

## Mecanismos de coordinación docente

En la actualidad dentro de IMEP, se ha creado la figura del Coordinador del Grado, que recae en la figura del Director de Grado. Será él quien se encargue de establecer las reuniones necesarias para:

- Coordinar las actividades docentes dentro de una misma área de especialización.
- Compartir recursos y materiales docentes.
- Poner en común criterios que aplican los docentes para evaluar la adquisición.
- Revisar contenidos y métodos para evitar las duplicidades entre asignaturas.
- Intercambiar experiencias docentes.

## 2. Descripción de la asignatura

Esta asignatura, aspira a que el alumnado sea capaz de construir un saber tanto teórico como práctico que les llegue a capacitar para reflexionar y comprender la Psicología de la Comunicación. Además de desarrollar la capacidad creativa hacia la Psicología de la Comunicación. Aprenderán a reconocer e identificar las distintas técnicas que abarca la Psicología de la Comunicación.

## 3. Competencias básicas, generales y específicas

### *a. Competencias básicas y generales*

CG1 - Capacidad de identificación, interpretación, formulación y resolución de problemas básicos 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.

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.

### *b. Competencias y específicas*

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

CE2 - Capacidad para comunicarse a un nivel B1 en idiomas extranjeros.

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

### Clases teóricas

### TEORÍA

#### **Tema 1. Psicología de la Comunicación.**

- 1.1. Modelos de referencia.
- 1.2. Técnicas y métodos de investigación en comunicación.
- 1.3. Informe de investigación.

#### **Tema 2. Conciencia vs Consciencia**

- 2.1. Características y tipos.
- 2.2. Relación con la comunicación de las marca.
- 2.3. Restricciones legales y éticas.

#### **Tema 3. Neuromarketing.**

- 3.1. Definiciones.
- 3.2. Cerebro triúnico.
- 3.3. Experiencia de los consumidores.
- 3.4. Proveedores de experiencias.
- 3.5. El miedo como herramienta publicitaria.
- 3.6. Teoría del Impulso.
- 3.7. El Modelo de Respuesta Paralela.

#### **Tema 4. Atención y comprensión en comunicación.**

- 4.1. Modelo de capacidad limitada de procesamiento de los mensajes mediáticos.
- 4.2. Esquemas de contenidos Audiovisuales.

#### **Tema 5. Comunicación e interacción social en internet.**

- 5.1. Comunicación a través del ordenador.
- 5.2. Nuevos códigos de comunicación en las TIC.
- 5.3. Uso social en la red.

#### **Tema 6. La rumorología**

- 6.1. Definición de rumor, cotilleo y leyenda urbana.
- 6.2. Características de los rumores.
- 6.3. Tipos de rumor.
- 6.4. Transmisión del rumor.
- 6.5. Trayectoria del rumor.

### **Tema 7. La Inteligencia Artificial**

- 7.1. Ventajas IA.
- 7.2. Herramientas IA.
- 7.2. Claves para implantar IA.

## **Clases prácticas**

Durante todas las sesiones se realizará una parte práctica, a través de la presentación de casos reales, para asentar conceptos y avanzar en los propósitos de la asignatura. Para ello, en cada clase semanal, se podrán iniciar en clase los diferentes talleres y/o prácticas relacionadas con la materia impartida por el docente o bien por la participación de algún invitado presencial, por videoconferencia o visita a una entidad.

## **PRÁCTICA**

### **Tema 1 hasta tema 7. Trabajo Obligatorio.**

- Elegid un tema y relacionar los conceptos que se han dado en clase con algún anuncio publicitario/ programa TV/ serie /TV/ Exposición etc. Presentación en clase mediante un power point.

## **5. Metodología**

### **Presencial**

#### **Clases Teóricas**

La metodología empleada para esta asignatura será de sesiones presenciales en las que se combinarán exposiciones teóricas, participación de profesionales externos mediante visitas al centro o por videoconferencia. Todo ello, con la finalidad de promover dinámicas de participación. Igualmente, se fomentará el aprendizaje autónomo a través de la investigación y el trabajo individual mediante técnicas que potencien la creatividad, la participación y el interés por los diferentes temas tratados.

#### **Clases Prácticas**

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

## A distancia

### Clases Teóricas

En la modalidad a distancia, la única variación metodológica será que las sesiones presenciales se sustituyen por videos resumen de los temas y sesiones virtuales donde se explicarán los conceptos fundamentales, así como las dudas del alumnado; además se podrán desarrollar talleres, debates, etc. El resto de los aspectos metodológicos es idéntico al planteado en las sesiones presenciales.

- **Lección 0:** Presentación.
- **Lección 1:** Psicología de la Comunicación.
- **Lección 2:** Conciencia vs Consciencia.
- **Lección 3:** Neuromarketing.
- **Lección 4:** Atención y comprensión en comunicación.
- **Lección 5:** Comunicación e interacción social en internet.
- **Lección 6:** La rumorología.
- **Lección 7:** Inteligencia Artificial.

Además se realizarán 8 blackboards para la resolución de dudas y exposición teórica de contenidos que como mínimo, tratarán los siguientes puntos:

- **Blackboard 1:** Presentación y explicación de la asignatura.
- **Blackboard 2:** Tema 1
- **Blackboard 3:** Temas 2
- **Blackboard 4:** Tema 3
- **Blackboard 5:** Temas 4
- **Blackboard 6:** Tema 5
- **Blackboard 7:** Temas 6 y 7
- **Blackboard 8:** Resolución de dudas y explicación de la evaluación final.

### Clases Prácticas

Los alumnos aplicarán, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales explicados y analizados por el docente a lo largo del temario, de las píldoras formativas y de las blackboards realizadas, mediante la puesta en común y la discusión a partir de las actividades de trabajo en grupo y de trabajo autónomo.

## 6. 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 el alumnado y el docente con la finalidad de estimular situaciones propicias para la puesta en común de dudas, soluciones o resultados.
- Promover la puesta en común de experiencias y vivencias.
- Facilitar la interacción comunicativa entre el alumnado a través del trabajo en parejas o grupos reducidos.

## 7. Resultados de aprendizaje

Los alumnos de la asignatura “Psicología de la Comunicación” obtendrán los siguientes 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.

## 8. Sistema de evaluación

### Presencial

#### Convocatoria Ordinaria - Evaluación Continua

La evaluación será continuada. El alumno deberá realizar una serie de trabajos que consistirán en la resolución y discusión de artículos, talleres, casos prácticos en clase, previo estudio individual por parte del alumno. También se establecerá un trabajo en grupo.



La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

- Trabajos obligatorios: 25%.
- Participación activa: 25%.
- Prueba escrita individual: 50%.

El examen consta de preguntas.

\*Las prácticas, la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5

### **Convocatoria Ordinaria - Evaluación No Continua**

La calificación final será el resultado de una prueba escrita individual:

- Pruebas escrita individual teórico práctico: 100%

El examen consta de preguntas.

\*El alumno superará la asignatura si el examen lo ha superado con un 7

### **Convocatoria Extraordinaria - Evaluación Continua**

La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

- Trabajos obligatorios: 25%.
- Participación activa: 25%.
- Prueba escrita individual: 50%.

El examen consta de preguntas.

\*Las prácticas, la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5

### **Convocatoria Extraordinaria - Evaluación No Continua**

La calificación final será el resultado de una prueba escrita individual:

- Pruebas escrita individual teórico práctico: 100%

El examen consta de preguntas.

\*El alumno superará la asignatura si el examen lo ha superado con un 7

### **Común para todos los tipos de evaluaciones:**

#### **PÉRDIDA DEL DERECHO DE EVALUACIÓN CONTINUA:**

Perderá el derecho a la evaluación continua, todo aquel alumno/a que tenga 4 faltas (no justificadas).

El alumno/a superará la asignatura cuando la media ponderada sea igual o superior a 5 puntos y se hayan superado todas las partes que componen el sistema de evaluación cuya ponderación global sea igual o superior al 20%.

En caso de que no se supere la asignatura en la Convocatoria Extraordinaria, no contarán las partes aprobadas para sucesivos cursos académicos.

#### **Talleres, seminarios y prácticas:**

- Al inicio del curso, se publicará en la plataforma virtual, todas las tareas a desarrollar, así como las fechas máximas de entrega. Las entregas se realizarán a través de la misma plataforma. En caso de que alguna tarea no se entregue en tiempo y forma, o se entregue fuera de plazo, no será evaluada y se obtendrá la calificación de 0 en esa tarea específica.
- Las faltas de ortografía en los trabajos y el no cumplimiento con las normas de estilo propuestas, serán aspectos penalizados en las calificaciones (entre un 5% y un 15% menos). Además, el plagio total o parcial, así como el uso de la inteligencia artificial, conllevará la sanción correspondiente por parte del centro educativo y la pérdida de la convocatoria correspondiente.

#### **A distancia**

##### **Convocatoria Ordinaria - Evaluación Continua**

La evaluación será continuada. El alumno deberá realizar una serie de trabajos que consistirán en la resolución y discusión de artículos, talleres, casos prácticos en clase, previo estudio individual por parte del alumno. También se establecerá un trabajo en grupo.

La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

- Trabajos obligatorios: 25%.
- Participación activa: 25%.
- Prueba escrita individual: 50%.

El examen consta de preguntas.

\*Las prácticas, la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5

##### **Convocatoria Ordinaria - Evaluación No Continua**

La calificación final será el resultado de una prueba escrita individual:

- Pruebas escrita individual teórico práctico: 100%

El examen consta de preguntas.

\*El alumno superará la asignatura si el examen lo ha superado con un 7.

### **Convocatoria Extraordinaria - Evaluación Continua**

La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

- Trabajos obligatorios: 25%.
- Participación activa: 25%.
- Prueba escrita individual: 50%.

El examen consta de preguntas.

\*Las prácticas, la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5

### **Convocatoria Extraordinaria - Evaluación No Continua**

La calificación final será el resultado de una prueba escrita individual:

- Pruebas escrita individual teórico práctico: 100%

El examen consta de preguntas y caso práctico.

\*El alumno superará la asignatura si el examen lo ha superado con un 7.

### **Común para todos los tipos de evaluaciones:**

#### **PÉRDIDA DEL DERECHO DE EVALUACIÓN CONTINUA:**

Perderá el derecho a la evaluación continua, todo aquel alumno/a que tenga 4 faltas (no justificadas).

El alumno/a superará la asignatura cuando la media ponderada sea igual o superior a 5 puntos y se hayan superado todas las partes que componen el sistema de evaluación cuya ponderación global sea igual o superior al 20%.

En caso de que no se supere la asignatura en la Convocatoria Extraordinaria, no contarán las partes aprobadas para sucesivos cursos académicos.

#### **Talleres, seminarios y prácticas:**

- Al inicio del curso, se publicará en la plataforma virtual, todas las tareas a desarrollar, así como las fechas máximas de entrega. Las entregas se realizarán a través de la misma plataforma. En caso de que alguna tarea no se entregue en tiempo y forma, o se entregue fuera de plazo, no será evaluada y se obtendrá la calificación de 0 en esa tarea específica.
- Las faltas de ortografía en los trabajos y el no cumplimiento con las normas de estilo propuestas, serán aspectos penalizados en las calificaciones (entre un 5%

y un 15% menos). Además, el plagio total o parcial, así como el uso de la inteligencia artificial, conllevará la sanción correspondiente por parte del centro educativo y la pérdida de la convocatoria correspondiente.

## 9. Planificación de actividades de aprendizaje

### Modalidad presencial

Tipos de actividades	Horas
Clases teóricas	35
Otras Actividades	10
Clases prácticas	25
Seminarios	15
Trabajos en grupo	12,5
Tutorías	10
Otras actividades: tareas compartidas	7,5
Preparación clases teoría	15
Preparación trabajos clases prácticas	15
Estudio de exámenes	5
<b>Total volumen trabajo del alumno</b>	<b>150</b>

## Modalidad a distancia

Tipos de actividades	Horas
Clases teóricas	35
Otras Actividades	10
Clases prácticas	25
Seminarios	15
Trabajos en grupo	12,5
Tutorías	10
Otras actividades: tareas compartidas	7,5
Preparación clases teoría	15
Preparación trabajos clases prácticas	15
Estudio de exámenes	5
<b>Total volumen trabajo del alumno</b>	<b>150</b>

## Cronograma

Semanas	Tema	Resultado del aprendizaje	Actividad práctica/metodología	Sistema de evaluación	Porcentaje
1	1	1,2,3,4,5,6,7	Presentación asignatura Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%
2	1	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%
3	2	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%
4	2	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%
5	3	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%
6	3	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%
7	4	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%

8	4	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%
9	5	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%
10	5	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%
11	5	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%
12	6	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%
13	6	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%
14	6	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica	Evaluación continua	1,78%
15	7	1,2,3,4,5,6,7	Clase teórico-práctica Presentación trabajo final	Evaluación continua	25%

#### Actividad extraordinaria

Semanas	Tema	Resultado del aprendizaje	Actividad práctica/metodología	Sistema de evaluación	Porcentaje
16	Examen final	1,2,3,4,5,6,7	Examen Final	Evaluación continua	50%

## 10. Bibliografía recomendada

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.

#### Enlaces web:

- <https://www.elsapunset.com/>
- <https://www.eduardpunset.es/>
- <https://www.rtve.es/play/audios/el-ojo-critico/paron-hollywood-inteligencia-artificial/6941380/>

#### Documentación adicional:

- **Psicología de la emoción**  
<https://n9.cl/k8zzf>

- **Película: El Experimento**  
[https://www.youtube.com/watch?v=sBox\\_iugf-E](https://www.youtube.com/watch?v=sBox_iugf-E)

## 11. Actividades formativas

IMEP cuenta con un programa de actividades formativas extracurriculares a disposición del alumnado. Toda la información se puede consultar en el campus virtual, en los diferentes perfiles oficiales de las redes sociales y en la página web del centro: [www.protocoloimep.com](http://www.protocoloimep.com).

## 12. Tutorías

### Modalidad presencial

El alumnado que esté interesado deberá solicitar a través de correo electrónico, una tutoría personal con el docente para resolver cualquier duda o aclaración académica que sea necesaria. Tras la recepción del correo, el docente establecerá el horario y fecha idónea para la realización. La tutoría tendrá lugar en la sede de IMEP en Alicante o por videoconferencia.

### Modalidad a distancia

En el caso de la modalidad a distancia, se seguirá el mismo procedimiento que en el caso anterior, salvo en lo referente al lugar de realización de la tutoría, ya que, en esta modalidad, la tutoría se realizará mediante el uso de videoconferencia.