



PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Especialista en contenido:	PSIC. EDILIO LUGO MEDINA PSIC. RICARDO MARIÑO	AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO
Fecha de elaboración:	JULIO, 1999	
Elaborado por:	PSIC. EDILIO LUGO MEDINA	

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Este programa presenta una panorámica de la concepción de la naturaleza humana, las relaciones individuales y en grupo atendiendo su percepción social, pensamiento, sentimiento y valores.

El programa está compuesto por cuatro (04) unidades temáticas: **Unidad I: La Psicología Social** como ciencia, **Unidad II: El individuo y la influencia social**, Unidad III: Relaciones individuales y en grupos, Unidad IV: El impacto de la comunicación social en la audiencia.

MODALIDAD Y ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA

Exposición de clases, revisión bibliográfica, dinámica grupal, ejercicios individuales.

ESTRATEGIA DE ESTUDIO

Consultas bibliográficas, lectura dirigida, discusiones en clase

OBJETIVO TERMINAL DE LA ENSEÑANZA

Analizar las teorías de la psicología social en función del estudio de procesos y productos de la relación individuales y en grupos, que le permita la correcta comprensión e interpretación del hecho comunicacional adoptando una visión holística de la realidad mundial.

UNIDAD I	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
LA PSICOLOGÍA SOCIAL COMO CIENCIA	EXPLICAR LA ESTRUCTURA Y EL FUNCIONAMIENTO DEL APARATO PSÍQUICO EN LA INTERACCIÓN PSICO-SOCIAL
DURACIÓN	
4 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
30 %	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
- Exposición de clase - Revisión Bibliográfica Discusión dirigida - Dinámica grupal	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
- Explicar los distintos aspectos que conforman las teorías Gestalt, conductismo y psicoanálisis en la psicología social y programación neuro-lingüística (PNL). - Analizar los aspectos psicológicos del proceso de socialización (adaptación – desadaptación). - Analizar la estructura y función psíquica en la interacción psico-social. - Analizar los aspectos a considerar dentro de la psicología social, tales como personalidad, actitud, percepción social, status y roles. - Descubrir los parámetros que conforman la conducta social y su relación interpersonal.	
CONTENIDOS	
- Teorías básicas en su conformación como ciencias (gestal – comportamiento psicoanálisis) - El aprendizaje como proceso de socialización: Agentes socializadores que influyen en el comportamiento humano. - Estructura y función psíquica: Consciente, inconsciente, preconsciente, aparato mental, ego, yo, súper yo. - Personalidad, actitud, percepción social, status, roles, habilidades básicas del comportamiento. - La conducta social.	

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
EL INDIVIDUO Y LA INFLUENCIA SOCIAL		ANALIZAR LOS DIFERENTES ASPECTOS SOCIALES QUE INFLUYEN EN EL INDIVIDUO
DURACIÓN		
5 SEMANAS		
EVALUACIÓN		
30%		
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN		
- Exposición de clase - Revisión bibliográfica - Dinámica de grupo - Trabajo de campo		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS		
- Definir normalización – polarización social, conformismo – sumisión – definir individuo - Describir los procesos decisionales y polarización social. - Señalar ventajas y desventajas del conformismo y sumisión - Explicar difusión minoritaria de una innovación de acuerdo con lo establecido en las leyes y la libertad de expresión. - Analizar el fenómeno de la opinión publica y los alcances de la psicología del consumo		
CONTENIDOS		
- La normalización - Decisión y polarización social - Conformismo y sumisión - Opinión publica - Leyes liberta de expresión - Psicología del Consumo		

UNIDAD III	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
RELACIONES INDIVIDUALES Y EN GRUPOS	ANALIZAR CON OBJETIVIDAD Y CRITICIDAD LAS RELACIONES INDIVIDUALES Y EN GRUPO, EN LAS ORGANIZACIONES Y EN LA SOCIEDAD
DURACIÓN	
4 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
20 %	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
- Exposición de clase - Revisión bibliográfica - Dinámica grupal - Ejercicio Individual	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
- Definir grupo, liderazgo – organización - Describir los elementos de la estructura de grupos - Señalar las funciones de liderazgo - Diferenciar entre líder y líder de opinión - Explicar la imagen de la organización - Identificar la relación entre organizaciones y sociedad	
CONTENIDOS	
- Grupo – características – elementos estructurales de grupo, descripción, status, roles y causa de grupo, normas y poder de grupo - Liderazgo: funciones – características - Organizaciones: Autoridad y sus distintas fuentes de poder - Imagen de la organización - Organización y sociedad Alcance de los movimientos sociales en Venezuela	

UNIDAD IV	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
EL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA AUDIENCIA	ANALIZAR EL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA AUDIENCIA
DURACIÓN	
3 SEMANA	
EVALUACIÓN	
20 %	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
- Exposición de clase - Revisión bibliográfica - Dinámica grupal - Trabajos grupales	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
- Definir audiencia activa y pasiva - Identificar los usos y necesidades de los medios de comunicación - Interpretar la relación entre audiencia y medios - Desarrollar la comunicación descriptiva representativa y regulativa - Explicar persuasión como recurso de la comunicación - Analizar el impacto de la comunicación en la audiencia	
CONTENIDOS	
- Audiencia: activa y pasiva - Los medios de comunicación: los usos y necesidades - Relación entre audiencia y medios - La comunicación descriptiva representativa y regulativa - La persuasión como recurso básico en el comunicador - El impacto de la comunicación social en la audiencia	

BIBLIOGRAFÍA

- López, Alejandro, parada, Andrea y Simonetti, Frannco (1998) **“Psicología Comunicación”**, Editorial Alfaomega *- Universidad Colombia
- Hidalgo, Carmen Gloria y Abarca, Mireya, (1998) **“Comunicación Interpersonal”**, Editorial Alfaomega Colombia
- Richard Wolton (1998) **“Conciliación de Conflictos”** (1998) Editorial Addison Wesley Longmar México.
- Lee G. Bolman (1995) **“Organización y Liderazgo”** (1995) Editorial Addison Wesley Longaman, México.
- Gary Kreps (1994) **“La comunicación en las organizaciones”**, Editorial Addison Wesley, México.
- Borden y Stone (1982) **“La Comunicación Humana”** Buenos Aires Ateneo
- Zepeda Herrera Fernando, (1994) **“Introducción a la Psicología”**, Editorial Alahambra – México