



## PSICOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN

|                                   |                                                         |                                                                                                                        |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Especialista en contenido:</b> | <b>PSIC.EDILIO LUGO MEDINA<br/>PSIC. RICARDO MARIÑO</b> | <b>AUTORIZADO POR:</b><br><b>VICERECTORADO ACADÉMICO</b><br><br><br><br><br><br><br><br><br><br><b>(FIRMA Y SELLO)</b> |
| <b>Fecha de elaboración:</b>      | <b>JUNIO, 2.001</b>                                     |                                                                                                                        |
| <b>Elaborado por:</b>             | <b>PSIC.EDILIO LUGO MEDINA</b>                          |                                                                                                                        |

## **FUNDAMENTACION**

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:

- I        Unidad: La Psicología Social como ciencia.
- II       Unidad: El individuo y la influencia social.
- III      Unidad: Relaciones individuales y en grupos.
- IV      Unidad: El impacto de la comunicación social en la audiencia.

Las cuales se les aplicará algunas modalidades y estrategia de enseñanza como las siguientes: Exposiciones de clases, Revisión bibliográfica, Dinámica grupal, Ejercicios individuales.

Así mismo se podría utilizar las estrategia de estudio siguiente: Consultas bibliográficas, lectura dirigida, discusiones en clase.

## **OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA.**

Analizar las teorías de la psicología social en función de 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                                                                                                                                       |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| LA PSICOLOGIA SOCIAL COMO CIENCIA                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                      | EXPLICAR LA ESTRUCTURA Y EL FUNCIONAMIENTO DEL APARATO PSÍQUICO EN LA INTERACCIÓN PSICO-SOCIAL.                                                         |  |
| DURACION                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                         |  |
| 4 SEMANAS                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                         |  |
| EVALUACION                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                         |  |
| 30 %                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                         |  |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS                                                                                                                                                                                      | CONTENIDO                                                                                                                                                                                                                            | ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION                                                                                                                              |  |
| 1. Explicar los distintos aspectos que conforman las teorías Gestalt, conductismo y psicoanálisis en la psicología social y programación neuro-lingüística (PNL).<br>2. Analizar los aspectos psicológicos | <ul style="list-style-type: none"><li>• La Promoción: Conceptos, tipos, características de la promoción, historia.</li><li>• Diferencias entre Publicidad y Promoción.</li><li>• Ventajas de la Publicidad y la Promoción.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Revisión Bibliográfica.</li><li>• Discusión</li><li>• Exposición de clase.</li><li>• Dinámica grupal.</li></ul> |  |
| ESTRATEGIAS DE EVALUACION:                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                         |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Participación activa.</li><li>• Reportes verbales.</li><li>• Informes personales y/o colectivos.</li><li>• Talleres prácticos.</li></ul>                           |                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                         |  |

| UNIDAD II                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                       | OBJETIVO TERMINAL                                                                                                                                                 |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| EL INDIVIDUO Y LA INFLUENCIA SOCIAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                       | ANALIZAR LOS DIFERENTES ASPECTOS SOCIALES QUE INFLUYEN EN EL INDIVIDUO.                                                                                           |  |
| DURACION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                   |  |
| 5 SEMANAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                   |  |
| EVALUACION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                   |  |
| 30 %                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                   |  |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | CONTENIDO                                                                                                                                                                                                                                             | ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION                                                                                                                                        |  |
| 1. Definir normalización – polarización social, conformismo – sumisión – definir individuo.<br>2. Describir los procesos decisionales y polarización social.<br>3. Señalar ventajas y desventajas del conformismo y sumisión.<br>4. Explicar difusión minoritaria de una innovación de acuerdo con lo establecido en las leyes y la libertad de expresión.<br>5. Analizar el fenómeno de la opinión pública y los alcances de la psicología del consumo. | <ul style="list-style-type: none"><li>• La normalización.</li><li>• Decisión y polarización social.</li><li>• Conformismo y sumisión.</li><li>• Opinión pública.</li><li>• Leyes – libertad de expresión.</li><li>• Psicología del consumo.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Exposición de clase.</li><li>• Revisión bibliográfica.</li><li>• Dinámica de grupo.</li><li>• Trabajo de campo.</li></ul> |  |
| ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                   |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Talleres prácticos.</li><li>• Reportes verbales.</li><li>• Informes evaluativos escritos (personales).</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                   |  |

| UNIDAD III                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | OBJETIVO TERMINAL                                                                                                                                                     |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| RELACIONES INDIVIDUALES Y EN GRUPOS                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ANALIZAR CON OBJETIVIDAD Y CRÍTICIDAD LAS RELACIONES INDIVIDUALES Y EL GRUPO, EN LAS ORGANIZACIONES Y EN LA SOCIEDAD.                                                 |  |
| DURACION                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                       |  |
| 4 SEMANAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                       |  |
| EVALUACION                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                       |  |
| 20 %                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                       |  |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS                                                                                                                                                                                                                                                                                      | CONTENIDO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION                                                                                                                                            |  |
| 1. Definir grupo, liderazgo – organización.<br>2. Describir los elementos de la estructura de grupo.<br>3. Señalar las funciones de liderazgo.<br>4. Diferenciar entre líder y líder de opinión.<br>5. Explicar la imagen de la organización.<br>6. Identificar la relación entre organización y sociedad. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Grupo – características – elementos estructurales de grupo; Descripción, status, roles y causa de grupo, normas y poder de grupo.</li><li>• Liderazgo: funciones – Características.</li><li>• Organizaciones: Autoridad y sus distintas fuentes de poder.</li><li>• Imagen de la organización.</li><li>• Organización y sociedad.</li><li>• Alcance de los movimientos sociales en Venezuela.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Exposición de clase.</li><li>• Revisión bibliográfica.</li><li>• Dinámica grupal.</li><li>• Ejercicio Individuales.</li></ul> |  |
| ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                       |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Interrogatorios.</li><li>• Debates de discusión.</li><li>• Seminarios de trabajo.</li><li>• Reportes verbales.</li><li>• Participación activa.</li></ul>                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                       |  |

| UNIDAD IV                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | OBJETIVO TERMINAL                                                                                                                                                |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| EL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA AUDIENCIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ANALIZAR EL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA AUDIENCIA.                                                                                                   |  |
| DURACION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                  |  |
| 3 SEMANAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                  |  |
| EVALUACION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                  |  |
| 20 %                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                  |  |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | CONTENIDO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION                                                                                                                                       |  |
| 1. Definir audiencia activa y pasiva.<br>2. Identificar los usos y necesidades de los medios de comunicación.<br>3. Interpretar la relación entre audiencia y medios.<br>4. Desarrollar la comunicación descriptiva representativa y regulativa.<br>5. Explicar persuasión como recurso de la comunicación.<br>6. Analizar el impacto de la comunicación en la audiencia. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Audiencia: activa y pasiva.</li><li>• Los medios de comunicación: los usos y necesidades.</li><li>• Relación entre audiencia y medios.</li><li>• La comunicación descriptiva Representativa y regulativa.</li><li>• La persuasión como recurso básico en el comunicador.</li><li>• El impacto de la comunicación social en al audiencia.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Revisión Bibliográfica.</li><li>• Trabajo grupales.</li><li>• Dinámica grupal.</li><li>• Exposición de clases.</li></ul> |  |
| ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                  |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Participación activa.</li><li>• Talleres de trabajo.</li><li>• Informes personales.</li><li>• Exposiciones en grupo.</li></ul>                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                  |  |

## **BIBLIOGRAFIA**

López Alejandro, Parada, Andrea y Simonett, Frannco. **Psicología Comunicación**. Editorial Alfaomega. Universidad Colombia. 1998.

Hidalgo Carmen Gloria y Abarca Mireya. **Comunicación Interpersonal**. Editorial Alfaomega Colombia. 1998.

Richard Wolton. **Conciliación de Conflictos**. Editorial Addison Wesley Longmar. México. 1998.

Lee G. Bolman. **Organización y Liderazgo**. Editorial Addison Wesley Longmar. México. 1995.

Gary Kreps. **La Comunicación en Las Organizaciones**. Editorial Addison Wesley. México. 1994.

Borden T. Stones. **La Comunicación Humana**. Ateneo. Buenos Aires. 1982.

Zepeda Herrera Fernando. **Introducción a la Psicología**. Editorial Alahambra. México. 1994.