



GUIA DOCENT

PSICOLOGIA SOCIAL DEL CONSUM, DEL MARKETING I DE LA PUBLICITAT

Coordinació: Cristina Torrelles

Any acadèmic 2014-15

Informació general de l'assignatura

Denominació	PSICOLOGIA SOCIAL DEL CONSUM, DEL MARKETING I DE LA PUBLICITAT
Codi	102836
Semestre d'impartició	1r Q Avaluació Continuada
Caràcter	Optativa
Nombre de crèdits ECTS	6
Crèdits teòrics	0
Crèdits pràctics	0
Coordinació	Cristina Torrelles
Departament/s	Pedagogia i Psicologia
Modalitat	Presencial
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.
Idioma/es d'impartició	Català/Anglès
Grau/Màster	Grau en Psicologia
Adreça electrònica professor/a (s/es)	ctorrelles@pip.udl.cat

Objectius acadèmics de l'assignatura

OBJECTIUS

- Conèixer les relacions existents entre la psicologia i el comportament del consumidor i el màrqueting.
- Conèixer les diferents metodologies d'estudi.
- Analitzar des d'un punt de vista de la psicologia social, la comunicació en els missatges publicitaris.
- Analitzar les actituds, motivacions i necessitats dels individus i la seva implicació en la decisió de compra, així com els efectes psicològics de la conducta de compra.
- Conèixer la psicologia del consumidor, la seva evolució i les diferents teories i metodologies.

Competències

COMPETÈNCIES

- Coneixements dels principals aspectes psicosocials del comportament econòmic.
- Anàlisi dels comportaments relacionats amb el consum, el màrqueting i la publicitat.
- Capacitat per entendre i analitzar els processos de decisió del consumidor.
- Reconeixement dels aspectes ètics de la publicitat i del màrqueting.
- Capacitat per a l'anàlisi publicitari i la seva influència en el consumidor.
- Comunicació oral i escrita en la llengua materna.
- Capacitat crítica, d'anàlisi i síntesi resolució de problemes i presa de decisions.

Continguts fonamentals de l'assignatura

• CONTINGUTS

BLOC 1: LA PSICOLOGIA LA SOCIETAT DEL CONSUM, LA PUBLICITAT I EL MÀRQUETING

- 1.1. Introducció històrica i cultural sobre el consum i la publicitat.
- 1.2. Aproximació històrica a l'anàlisi psicològic de la publicitat i el màrqueting.
- 1.3. Els reptes i oportunitats actuals de la societat del consum. El paper de la psicologia.

BLOC 2: LA PSICOLOGIA DEL CONSUM.

- 2.1 Conceptes bàsics.
- 2.2 Teories sobre el comportament de consum: teoria racional-econòmica, teoria crítica, teories psicoanalítiques, models cognitiu-conductuals, teories d'aprenentatge social, tendències actuals.
- 2.3. Els processos psicològics del consum.

BLOC 3: LA PSICOLOGIA I LA PUBLICITAT.

- 3.1. El procés creatiu publicitari.
- 3.2. Motivacions de consum: Pensaments, emocions, símbols, marca, preu.

BLOC 4: ELS CONSUMIDORS: LA PRESA DE DECISIONS

- 4.1. Introducció (què es decideix, quins tipus de decisions existeixen, i en què consisteix el procés de decisió?)
- 4.2. Processos previs a l'adopció del producte.
- 4.3. El procés d'adopció del producte.
- 4.4. Processos posteriors a l'adopció del producte.

BLOC 5: COMPORTAMENT DEL MERCAT I DEL CONSUMIDOR

- 5.1. Màrqueting social
- 5.2. Comerç electrònic
- 5.3. Neuromàrqueting
- 5.4. Màrqueting Personal

Eixos metodològics de l'assignatura

METODOLOGIA

Activitats Formatives

Les activitats formatives que es realitzaran seran les següents:

1. Classes presencials teórico/pràctiques.
2. Elaboració de treballs individuals o en grup.
3. Tutories personalitzades o en grup.

La distribució de crèdits ECTS de l'alumnat serà la següent:

- 2,4 ECTS 40% activitats presencials:
 - classes magistrals
 - tasques expositives dels alumnes (exposició teòrica, presentació de treballs individuals i de grup)
 - Creació d'un anunci
 - Identificació i creació de la marca personal.
 - visualitzacions de films
- 3,6 ECTS 60% activitats no presencials:
 - lectura i anàlisi de textos/llibre.
 - realització de treballs de grup
 - realització de recensions individuals
 - estudi i preparació d'exàmens escrits

Pla de desenvolupament de l'assignatura

SETMANA	TEMA	ACTIVITAT	ACTIVITAT D'AVALUACIÓ	HORES
1a	BLOC 1: LA PSICOLOGIA LA SOCIETAT DEL CONSUM, LA PUBLICITAT I EL MÀRQUETING	Exercici de definició. Elabora la teva pròpia definició sobre el màrqueting. Realitza un resum del tema, acompanyat d'un mapa mental. Buscar anuncis i relacionar-ho amb la psicologia.	Exercici de definició. Elabora la teva pròpia definició sobre el màrqueting. Realitza un resum del tema, acompanyat d'un mapa mental. Anuncis i Psicologia	4H AP
2a	BLOC 1: LA PSICOLOGIA LA SOCIETAT DEL CONSUM, LA PUBLICITAT I EL MÀRQUETING		Exercici de definició. Elabora la teva pròpia definició sobre el màrqueting. Realitza un resum del tema, acompanyat d'un mapa mental.	4H AP 5H ANG
3a	BLOC 2: LA PSICOLOGÍA DEL CONSUM.	Treball 1: Context i coneixement de la marca en el record de la publicitat: - Analitzar els factors psicològics que influeixen en la recepció d'un missatge i com la seva consideració poden millorar la planificació de la campanya.	Preparació del treball	2H AP 10H ANG
4a	BLOC 2: LA PSICOLOGÍA DEL CONSUM.	Treball 1: Context i coneixement de la marca en el record de la publicitat: - Analitzar els factors psicològics que influeixen en la recepció d'un missatge i com la seva consideració poden millorar la planificació de la campanya.	Preparació del treball	4H AP 5H ANG
5a	BLOC 3: LA PSICOLOGÍA I LA PUBLICITAT.	Treball 2: Comparació de campanya publicitària: - Analitzar el contingut dels missatges publicitaris, les estratègies i els mitjans utilitzats en la comparació de dos campanyes publicitàries.	Presentació del treball oral i escrita	4H AP 10H ANG
6a	BLOC 3: LA PSICOLOGÍA I LA PUBLICITAT.	Treball 2: Comparació de campanya publicitària: - Analitzar el contingut dels missatges publicitaris, les estratègies i els mitjans utilitzats en la comparació de dos campanyes publicitàries.	Preparació del treball	4H AP 5H ANG

SETMANA	TEMA	ACTIVITAT	ACTIVITAT D'AVALUACIÓ	HORES
7a	BLOC 4: CONSUMIDORS: LA PRESA DE DECISIONS	Treball 3: Crear una campanya publicitària o informativa en equips (es pactarà el primer dia a classe)	Presentació del treball oral i escrita	4H AP 2H ANG
8a	BLOC 4: CONSUMIDORS: LA PRESA DE DECISIONS	- Documental neuromarketing 30'. Anàlisi del documental. Fitxa sobre aquest. http://www.youtube.com/watch?v=PvRA_u-E3ZM	Presentació fitxa documental	4H AP 5H ANG
9a	BLOC 5: COMPORTAMENT DEL MERCAT I DEL CONSUMIDOR			4H AP 5H ANG
10a	BLOC 5: COMPORTAMENT DEL MERCAT I DEL CONSUMIDOR			4H AP 5H ANG
11a	BLOC 5: COMPORTAMENT DEL MERCAT I DEL CONSUMIDOR	Creació de la teva marca personal: http://www.youtube.com/watch?v=_CH86uQg3lg Ponencia Enrique Dans: Marca Personal. "Emprender y crecer en tiempos difíciles": http://www.youtube.com/watch?v=Asqw_hcSVjA		4H AP 10H ANG
12a	BLOC 5: COMPORTAMENT DEL MERCAT I DEL CONSUMIDOR	Definir el seu perfil i crear la seva marca personal		4H AP 5H ANG
13a	presentacions	PRESENTACIONS DE CAMPANYES PUBLICITARIES O INFORMATIVES		4H AP
14a	presentacions	PRESENTACIONS DE LES MARQUES PERSONALS		4H AP
15a	Tutories	Presentació d'un portafolis personal amb totes les tasques realitzades durant l'any.		
ACTIVITAT DE TREBALL AUTÒNOM				
		TOTAL HORES	56H AP 65h ANG 25h ANPA	
		AP: ACTIVITAT PRESENCIAL ANG: ACTIVITAT NO PRESENCIAL GUIADA ANPA: ACTIVITAT NO PRESENCIAL DE TREBALL AUTONOM		

Sistema d'avaluació

• AVALUACIÓ

Les modalitats d'avaluació que s'utilitzaran en les diferents matèries seran:

- Continuada: implicarà la realització de les activitats desenvolupades en el programa i una prova escrita. Per fer l'avaluació continuada es demana un 80% de presencialitat.
 - Portafolis valdrà el 80% (Act. Classe: 10% + Treball 1: 20% + Treball 2: 20% + Treball 3: 20% + Lectura: 10%).
 - Prova escrita 20%
- Final: prova escrita 100%.

Bibliografia i recursos d'informació

BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA

BÀSICA:

- ALONSO, J. (2001). *Comportamiento del consumidor*. Esic. Madrid.
- BLACKWELL, R.D., MINIARD, P.W., & ENGEL, J.F. (2002). *Comportamiento del Consumidor*. México: Thomson
- IGARTUA, J.J. (1996). *Psicología de la Publicidad / Publicitatearen Psikologia*. Donostia, Facultad de Psicología / Psikologia Fakultatea, EHU.
- KOTLER, P., & AMSTRONG, G. (2009). *Fundamentos del Marketing. Mexico: Pearson Educación*.
- GARCÍA, S. Y THOMAS, H. (2011). *Psicología aplicada a la publicidad*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- SCHIFFMAN, L. G. Y KANUK, L. L. (2001). Segmentación del mercado. En L. G. Schiffman y L. L. Kanuk, *Comportamiento del consumidor*, pp. 33-59. Madrid: Visor.
- QUINTANILLA, I. (2008) *Psicología del marketing social*. Valencia: Promolibro.

COMPLEMENTARIA:

- ALONSO, J., & GRANDE, I. (2004). *Comportamiento del Consumidor*. Madrid: ESIC.
- BASSAT, LUIS (2004, reed.). *El libro Rojo de la publicidad*. Barcelona: De Bolsillo.
- BERNEYS, EDWARD (1928). *Propaganda*. Barcelona: Melusina (2008).

- BURNS, A.C. (2010). *Marketing Research*: Global Edition. New Jersey: Pearson Education
- DELGADO, J.M & GUTIERREZ, J. (1994). *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales*. España: Síntesis Psicología.
- CAMPENHOUDT, Q. (2001) *Manual de investigación en ciencias sociales*. México: Limusa.
- CLEMENTE, M. (1989) Metodología de investigación de los problemas sociales; la investigación sobre evaluación de las intervenciones psicosociales. *Revista de psicología social*, 1, 85- 109.
- CHOMSKY, N, Y RAMONET, I. (2005, reed.). *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.
- FENNIS, BOB M. Y STROEBE, WOLFGANG. (2010). *The Psychology of Advertising*. NY Psychology Press.
- GIL JUAREZ, ADRIANA Y COL. (2004). *Psicología económica y del comportamiento del consumidor*. UOC. Barcelona.
- KOTLER, PH. Y ROBERTO, E. (1992) *Marketing social*. Madrid: Díaz de Santos.
- LAMBIN, J. J. (1992): *Marketing estratégico* (2ª edición revisada). Madrid: McGraw Hill.
- LEAL, A. (2000) *Gestión de marketing social*. Madrid: McGraw Hill.
- LEGGETT, BRIAN O'C (2008). *Persuasion*. Prentice Hall. Madrid.
- LUQUE, T. (1997). *Investigación de Marketing. Fundamentos*. Ed. : Ariel Economía.
- POPE, J. (1994). *Investigación de Mercados*. Barcelona: Parramón
- QUINTANILLA, I. (2008) *Investigación e intervención en psicología económica y del consumidor*. Valencia: Promolibro.
- QUINTANILLA, I. Y BONAVÍA T. (2005). *Psicología y economía*. Universidad de Valencia.
- QUINTANILLA, I. (2002). *Psicología del Consumidor*. Madrid: Prentice-Hall.
- SALCEDO, ANTONIO (2008). *Anatomía de la persuasión*. Esic. Madrid.
- SHIFFMAN, L. Y KANUK, L. (2001). *Comportamiento del consumidor*. México: Prentice Hall.
- SCHAWBEL, D. (2005). *Me 2.0: Build a Powerful Brand to Achieve Career Success*, Kaplan Publishing
- VÁZQUEZ, M. (2005). *Manual de Creatividad Publicitaria*. Vigo: Universidade de Vigo.

REVISTES:

- Journal of Consumer Psychology
- Journal of Economic Psychology
- International Journal of Research in Marketing
- Journal of Consumer Research
- Scientific American. Cerebro y Mente
- Psychology and marketing
- Journal of marketing
- Journal of marketing research
- Journal of the Academic of marketing science
- Journal of Applied Social Psychology
- Journal of Personality and Social Psychology
- Public Opinion Quarterly
- <http://personalbrandingsample.com/>

RECURSOS A INTERNET:

- <http://psicologiayempresa.com/la-psicologia-del-consumidor.html>
- <http://www.papelesdel psicologo.es/vernumero.asp?id=787>
- <http://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you>
- <http://danschawbel.com/>
- <http://anuncios-comerciales.blogspot.com.es/>
- www.publi.es
- <http://www.autocontrol.es/>
- <http://anuncios-comerciales.blogspot.com.es/>
- www.publi.es
- <http://www.autocontrol.es/>
- <http://www.canneslions.com>
- <http://www.eaca.be/epa/>
- http://www.elpublicista.es/frontend/elpublicista/noticia.php?id_noticia=200&id_seccion=141
- <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/publicidad/los-premios-de-publicidad-en-espana-plagios-truchos-y-galas-que-se-convierten-en-pruebas-de-resistencia/>