



¿Somos capaces de influir en las actitudes y/o comportamiento de nuestra audiencia?

Irene García Ureta

Cuaderno del estudiante

IKD baliabideak 4 (2012)

Comunicación y Publicidad. Estrategias Persuasivas

Grados:

Periodismo

Publicidad y Relaciones Públicas

Comunicación Audiovisual

Curso 1º

Cuaderno del estudiante

Dpto. Comunicación Audiovisual y Publicidad
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

INDICE

Contexto de la asignatura	4
Datos básicos de la asignatura	4
Las competencias de la asignatura	4
Formulación general del proyecto	4
Pregunta motriz	4
Escenario	4
Temario	5
Conocimientos previos	6
Objetivos de aprendizaje	7
Carga de trabajo y duración del proyecto	7
Tamaño de los grupos y criterios para formarlos	7
Metodología y sistema de evaluación	8
Tipos de actividades	8
Lista de entregables	9
Sistema de evaluación	9
Ingredientes del aprendizaje cooperativo.....	9
Recursos	12
Planificación del trabajo del estudiante	12
Bibliografía básica	17
Direcciones web de interés	17
ANEXO.....	19

CONTEXTO DE LA ASIGNATURA

Datos básicos de la asignatura

Título: Comunicación y Publicidad. Estrategias Persuasivas (CPEP)

Curso / cuatrimestre: 1º curso / Segundo cuatrimestre

Grados: Periodismo / Publicidad y Relaciones Públicas / Comunicación Audiovisual

Nº créditos ECTS: 6

Organización semanal de la asignatura:

	Grupo completo (Magistral)	Medio grupo (Práctica de aula)	Horas semanales no presenciales
1ª semana	4 horas		6 horas
Semanas 2 - 15	2 horas	2 horas	

Las competencias de la asignatura

COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD: ESTRATEGIAS PERSUASIVAS	Competencias de primer curso					
	1	2	3	4	5	6
C1. Valorar la función de la persuasión en las sociedades actuales, distinguir sus diversas manifestaciones, y captar la base común de todas ellas.	X		X		X	
C2. Interpretar los procesos psicológicos que se desencadenan en la interacción persuasiva, aplicando los métodos de la psicología social.			X			
C3. Analizar piezas de comunicación, y explicar las claves de su posible eficacia persuasiva.			X			X
C4. Diseñar estrategias y mensajes persuasivos adecuados para cada situación comunicativa.		X			X	X
C5. Evaluar la recepción y efecto persuasivo de los mensajes.				X		X

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Pregunta motriz

¿Somos capaces de influir en las actitudes y/o el comportamiento de nuestra audiencia mediante un corto de ficción o un reportaje audiovisual?

Mediante este proyecto identificaremos la naturaleza persuasiva que subyace en todo texto, ya sea periodístico, publicitario o de ficción/entretenimiento, escrito o audiovisual. Aprenderemos a manejar las variables determinantes de esa persuasión, y a investigar la recepción del mensaje, evaluando su efecto.

Escenario

El proyecto se desarrolla de manera coordinada entre nuestra asignatura y la asignatura "Técnicas de Creación Audiovisual" (TCA). Se trata de un único proyecto que consistirá en el diseño, grabación, edición y evaluación de un cortometraje o reportaje audiovisual.

El escenario es el siguiente:

“La web de EITB, la radiotelevisión pública vasca, cuenta con una sección denominada ZU KAZETARI (<http://mediablog.eitb24.com/zukzri/>), donde se recogen noticias o reportajes elaborados por cualquier ciudadano o ciudadana y que presentan unos mínimos de calidad. Dichas aportaciones de la audiencia tienen además la posibilidad de ser emitidos también en los informativos de televisión de la cadena.

El alumnado de esta asignatura, organizado en grupos, realizará un reportaje por grupo de los que se seleccionarán aquellos que se considere cumplen los requisitos no sólo para ser publicados en la web, sino para que se emitan en el informativo”.

La asignatura TCA se centrará en los requisitos de calidad técnica del producto audiovisual, mientras que nuestra asignatura intentará garantizar la calidad del contenido del mensaje.

Temario

La parte del proyecto que compete a nuestra asignatura consiste en la aplicación práctica de los siguientes temas para el diseño del mensaje y la posterior evaluación de su recepción:

1. La comunicación (oral). Comunicación para (ante) un público.
Elementos y fases para la elaboración de un texto / discurso.
2. Las bases de la persuasión: las actitudes.
Definición y estructura.
Funciones.
Formación de actitudes.
Medición.
Relación entre actitud y conducta.
3. Teorías y modelos explicativos de la persuasión.
Definición de persuasión.
La escuela de Yale.
Teoría de la respuesta cognitiva.
El modelo de la probabilidad de elaboración.
Diferencias individuales en el cambio de actitud.
4. Variables fundamentales de la persuasión.
La fuente del mensaje: credibilidad, atractivo y poder.
El mensaje persuasivo: contenido y estructura.
Características de la audiencia.
El contexto de la persuasión. Canal y medios de comunicación. Enmarcación.
5. La persuasión narrativa.
Enfoque de educación / entretenimiento.
Modelo de la probabilidad de elaboración extendido.
Modelo de superación de la resistencia a la persuasión mediante relatos de ficción.

Los últimos dos temas de la asignatura, que se indican a continuación, quedan fuera del proyecto:

6. Principios y técnicas de influencia social.
 - Reciprocidad.
 - Validación social.
 - Compromiso y coherencia.
 - Simpatía.
 - Escasez.
 - Autoridad.
 - Tecnología persuasiva.
7. Teoría de la disonancia cognitiva.
 - Paradigma de la libre elección.
 - Paradigma de la complacencia inducida.
 - Paradigma de la justificación del esfuerzo.

Cada uno de los temas teóricos se trabaja según el siguiente esquema:

Actividad	Presencial / No Presencial	Individual / Grupal
1º Lectura del texto o textos	NP	I
2º Respuesta a las preguntas sobre el texto	Previo a la clase magistral	I
3º Clase magistral: aclaración de dudas y explicación de las cuestiones centrales	P	G
4º Respuesta a un test de opción múltiple con calificación y retroalimentación inmediata	P	I
5º Aplicación de los conceptos teóricos al diseño y evaluación del corto / reportaje final	P Prácticas de aula	G

Conocimientos previos

El alumnado ha cursado en el primer cuatrimestre tres asignaturas cuyos contenidos tienen una relación directa con este proyecto:

En primer lugar, en “Comunicación Comercial, Corporativa e Institucional” se aprende a identificar y analizar los conceptos básicos de la comunicación comercial (publicidad) y de la comunicación corporativa e institucional (relaciones públicas): su naturaleza, agentes y estrategias.

Por otro lado, en “Redacción informativa en prensa”, y “Lenguaje audiovisual” se aprenden herramientas de aplicación directa en la elaboración del reportaje o corto de este proyecto.

Por último, en el segundo cuatrimestre se cursa de forma simultánea con CPEP y TCA la asignatura “Géneros informativos”. Uno de esos géneros es el reportaje.

Objetivos de aprendizaje

El proyecto tiene como objetivo que los/as estudiantes consigan los resultados de aprendizaje que se detallan a continuación. Para cada uno de ellos se indican las competencias de la asignatura y del curso con las que se relaciona:

1. Analizar las claves persuasivas de textos informativos, publicitarios y de ficción/entretenimiento: actitudes que fomentan, características del emisor/es, contenido y estructura del mensaje, contexto, audiencia-objetivo (Competencias de la asignatura: C1, C3; competencias del curso: C1CC01, C1CC03).
2. Diseñar el contenido de un reportaje o corto de ficción: establecer los objetivos de comunicación y las herramientas para conseguir esos objetivos (Competencias de la asignatura: C4; competencias del curso: C1CC02, C1CC05, C1CC06).
3. Desarrollar la capacidad de prever la respuesta cognitiva, afectiva y comportamental de la audiencia ante el reportaje o corto (Competencias de la asignatura: C2; competencias del curso: C1CC03).
4. Evaluar el efecto persuasivo del reportaje o corto: medir las respuestas cognitivas, afectivas y comportamentales de la audiencia. Determinar el grado de cumplimiento de los objetivos de comunicación (Competencias de la asignatura: C5; competencias del curso: C1CC04, C1CC06).

Carga de trabajo y duración del proyecto

Consideramos que todas las actividades que se llevan a cabo en la asignatura, tanto de forma presencial como no presencial, a lo largo de las 15 semanas, son parte del proyecto. Incluimos el estudio, discusión y evaluación del material teórico, ya que se considera indispensable para poder aplicar los conceptos al diseño y evaluación del producto audiovisual final.

Queda fuera del proyecto el trabajo relacionado con los temas 6 y 7 del temario. A este trabajo se le asignan 4 horas presenciales (dos clases magistrales que incluyen discusión, respuesta a tests y retroalimentación) y 6 horas no presenciales (3 horas previas de estudio y respuesta a preguntas por cada tema).

Por tanto, se asignan al proyecto 56 horas presenciales y 84 horas no presenciales. Son 140 horas que, multiplicadas por las cuatro personas que formarán cada grupo, suman 560 horas en total.

Tamaño de los grupos y criterios para formarlos

La tarea de conformación de los grupos de trabajo se lleva a cabo en la asignatura TCA. La complejidad del trabajo en grupo aumenta en esa asignatura por la necesidad de manejar los equipos de grabación y edición.

Se formarán grupos de cuatro personas por orden alfabético. Estos grupos serán heterogéneos, es decir, incluirán miembros de diferentes Grados.

METODOLOGÍA Y SISTEMA DE EVALUACIÓN

Tipos de actividades

1. Discusión del escenario y determinación de los objetivos de aprendizaje.
 - Ejercicio de diseño de un anuncio publicitario: (<https://docs.google.com/document/d/1WNJviZFob-15tZROftSfmd-VNXz7VEHXWclr-QMg810/edit>).
 - Discusión grupal dirigida acerca de las necesidades de aprendizaje. Puesta en común. Establecimiento de objetivos.

2. Gestión del trabajo grupal.
 - Redacción y subida a Moodle de actas semanales sobre el trabajo en grupo en las prácticas de aula. Si se detecta algún problema en la dinámica de trabajo, se discute con el grupo.
 - Búsqueda individual y subida a Moodle semanal de información y material útil para el trabajo grupal sobre el proyecto en las prácticas de aula.

3. Estudio del material teórico.
 - a) Lectura individual semanal del texto o textos
 - b) Respuesta individual semanal a las preguntas sobre el texto (Criterios para la calificación de estos cuestionarios: <https://docs.google.com/open?id=1s93UAHxlaTZ13tLpGb72MAGnj2SgpbPB9w2UpqS9USduGG-JggYdGcweVga2>).
 - c) Clase magistral: aclaración de dudas y explicación de las cuestiones centrales. Grupal.
 - d) Respuesta individual semanal a un test de opción múltiple con calificación y retroalimentación inmediata.
 - e) Aplicación de los conceptos teóricos al diseño y evaluación del corto / reportaje final. Tarea grupal.

4. Análisis de piezas de comunicación (ver anexos).
5. Diseño del contenido de un reportaje o corto de ficción.
 - Determinación de los objetivos de comunicación.
 - Descripción del público objetivo.
 - Diseño y uso de herramientas persuasivas.
 - Presentación oral del diseño provisional.
 - Guión: https://docs.google.com/presentation/d/1OPqQwx27_ISfaoWuhq51vtPqpMA-YXpTPMSQaitfbdY/present#slide=id.p).
 - Evaluación de la profesora y coevaluación entre compañeros/as (sin calificación ni porcentaje de nota asignado).
 - Criterios de evaluación: <https://docs.google.com/document/d/1g3M4rNpwkBTwxsxjBzG6DB7VdJs4npx4qSb4sBeGbo8/edit>
 - Rúbrica de evaluación de la presentación oral: <https://docs.google.com/open?id=1ehf3cOBu5m-sgQ2mafE4r7WNo3b-q4W0vRALoQSZeDozj6s6eEuu5zZMeRsB>
 - Presentación oral del diseño final mejorado.

6. Evaluación de la recepción del mensaje.
 - Diseño de los cuestionarios.

Guía: <https://docs.google.com/presentation/d/1FFEBSsl2Tuc-4Z-4R4e80I-tIskO9QpAXv0RbMkm9pI/present#slide=id.p>

Presentación oral de los cuestionarios provisionales.

Evaluación de la profesora y coevaluación entre compañeros/as (sin calificación ni porcentaje de nota asignado).

Criterios de evaluación:

<https://docs.google.com/document/d/1OqMwihTUvsiBEg6cdl6LxMqv9diSzC54QdKzVVe7W7Y/edit>

Realización de entrevistas.

Presentación oral de los resultados.

Lista de entregables

Ver tabla 2.

Sistema de evaluación

Porcentajes de la nota final asignados a cada entregable:

Ver tabla 3.

Ingredientes del aprendizaje cooperativo.

Interdependencia positiva (asegurar que todos los miembros del grupo son necesarios para la realización del proyecto):

Todos los miembros del equipo deben aportar, de forma individual, materiales elaborados previamente para el trabajo grupal en las sesiones de prácticas de aula.

Exigibilidad individual (cada uno de los miembros del grupo debe rendir cuentas no sólo de su parte del trabajo, sino también del trabajo realizado por el resto del grupo):

Durante el trabajo grupal en las prácticas de aula, la profesora interactúa con los grupos, comenta su trabajo, observa y certifica la implicación de todos/as en la tarea.

Interacción cara a cara:

La asistencia a las prácticas de aula en las que el grupo trabaja conjuntamente es obligatoria.

Habilidades interpersonales y de trabajo en grupo:

Se analizan las actas de las reuniones de grupo en las sesiones de prácticas de aula y se discuten con el grupo los problemas detectados en la dinámica de trabajo.

Reflexión sobre el trabajo en grupo:

Actas de las reuniones del grupo.

Apartado específico en un entregable final de evaluación cualitativa de la asignatura.

Entregables	Ind/ Grup	Calendario	Retroalimentación
Cuestionarios acerca de las lecturas	I	Semanas 3 a 9 y 12	Durante las clases magistrales se aclaran dudas y se refuerzan los aspectos más importantes.
Tests de respuesta múltiple.	I	Semanas 3 a 9 y 12	Retroalimentación inmediata: calificación, preguntas respondidas correctamente y opción correcta en las preguntas respondidas erróneamente.
Materiales preparatorios de las prácticas de aula	I	Semanas 3 a 7	Calificación: "satisfactorio", "no satisfactorio" o "excelente".
Presentación oral del diseño del producto audiovisual final	G	Semana 10	Primera presentación del diseño provisional. Evaluación de la profesora y coevaluación entre estudiantes. Presentación posterior del diseño definitivo mejorado.
Informe de evaluación de la recepción del producto audiovisual final	G	Semana 15	Primera presentación del cuestionario provisional. Evaluación de la profesora y coevaluación entre estudiantes. Presentación final de los resultados de la medición.
Asistencia y puntualidad	I	Semanas 1 a 15	Publicación semanal en Moodle de la lista con las faltas de asistencia y las penalizaciones por impuntualidad.
Actas de las reuniones de grupo en las prácticas de aula	G	Semanas 2 a 14	Calificación: "satisfactorio", "no satisfactorio" o "excelente".
Cuestionario final de evaluación de la asignatura	G	Semana 15	Información para la profesora: opiniones acerca de la asignatura y de su coordinación con TCA. Reflexión sobre el trabajo en grupo.

Tabla 2. Lista de entregables

Entregables	% Nota	Aclaraciones
1. Cuestionarios acerca de las lecturas	Sin porcentaje de nota asignado pero de obligada realización	Calificación: "satisfactorio", "no satisfactorio" o "excelente". La no presentación o la calificación como "no satisfactorio" supone un 0 en el test asociado.
2. Tests de respuesta múltiple.	50%	Para la calificación final, se calcula la nota media de todos los tests. Es obligatorio alcanzar una calificación mínima de 5 en esa nota media.
3. Materiales preparatorios de las prácticas de aula	Sin porcentaje de nota asignado pero de obligada realización	Calificación: "satisfactorio", "no satisfactorio" o "excelente". Por cada material no subido o no satisfactorio se le restarán 0,25 puntos (un 10% de la nota máxima posible = 2,5) a la nota del entregable correspondiente (4 ó 5).
4. Presentación oral del diseño del producto audiovisual final	25%	La primera presentación del diseño provisional, en la que profesora y compañeros/as ofrecen retroalimentación, no se califica. Se califica la presentación posterior del diseño definitivo mejorado.
5. Informe de evaluación de la recepción del producto audiovisual final	25%	La primera presentación del cuestionario provisional, en la que profesora y compañeros/as ofrecen retroalimentación, no se califica. Se califica la presentación definitiva de los resultados de la medición.
6. Asistencia y puntualidad	Sin porcentaje de nota asignado	Se permite un máximo de 2 faltas en prácticas de aula y 2 en magistrales para poder superar la asignatura mediante evaluación continua.
7. Actas de las reuniones de grupo en las prácticas de aula	Sin porcentaje de nota asignado	Calificación: "satisfactorio", "no satisfactorio" o "excelente".
8. Cuestionario final de evaluación de la asignatura	Sin porcentaje de nota asignado	No se califica.

Tabla 3. Peso en la nota final de cada entregable.

Recursos

Todos los recursos necesarios (textos teóricos, textos de diferentes géneros para el análisis, guías para los ejercicios, tests de respuesta múltiple) estarán disponibles para el alumnado en la plataforma Moodle de apoyo a la docencia.

PLANIFICACIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Semana 1.

Clase magistral.

Presentación del proyecto de coordinación de asignaturas CPEP y TCA.

Programa teórico, organización semanal del trabajo y sistema de evaluación.

Panorámica general de los contenidos de la asignatura: visionado y análisis de mensajes publicitarios, periodísticos y de ficción/entretenimiento.

<http://www.kaikubenecol.com/es/kaiku-benecol/anuncios>

<http://www.youtube.com/watch?v=Kp9knrC10PU>

<http://www.youtube.com/watch?v=eputZigxUY8>

http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/01/19/vidayartes/1327003646_734052.html

https://docs.google.com/presentation/d/1fi1I4FGa-zPW_6AJyMagrH-ZCi1PVUIJWJzK4IsSguk/present#slide=id.g287f7e_0_0

https://docs.google.com/presentation/d/1fi1I4FGa-zPW_6AJyMagrH-ZCi1PVUIJWJzK4IsSguk/present#slide=id.g287f7e_0_0

Presentación de la sección "Zu kazetari" de EITB, y de convocatorias vigentes de cortometrajes y reportajes.

http://www.ararteko.net/s_p_9_final_Principal_Listado.jsp?seccion=s_fnot_d4_v1.jsp&title=CONCURSO+INTERNACIONAL+DE+CORTOS+CONTRA+LA+HOMOFOBIA&contenido=8125&tipo=8&nivel=1400&layout=s_p_9_final_Principal_Listado.jsp&codResi=1&Xlanguage=es&codMenu=291&codMe

Tarea

Ejercicio de conocimientos previos y determinación de objetivos de aprendizaje:
Diseño de un anuncio impreso:

<https://docs.google.com/document/d/1WNJviZFob-15tZROftSfmd-VNXz7VEHXWclr-QMg810/edit>

Semana 2

Clase magistral: La comunicación (oral): comunicación para (ante) un público. Elementos y fases para la elaboración de un texto/discurso.

Práctica de aula:

Análisis de un discurso: Tom Wujec: "Build a tower, build a team":
http://www.ted.com/talks/tom_wujec_build_a_tower.html

Guía para el análisis:

https://docs.google.com/document/d/1dJnpeNiS0SoQyKvagQw6fRSh60CWczYARk9Px_aegk0/edit

Semana 3

Clase magistral: Las bases de la persuasión: las actitudes.

Preparación de la sesión: Cuestionario sobre el texto.

En el aula: Discusión y test de conocimientos mínimos.

Práctica de aula:

Preparación individual de la sesión: subida a Moodle de materiales relacionados con el tema del proyecto: artículos periodísticos, académicos, enlaces a vídeos, notas de una entrevista con un experto/a, ...

En el aula:

Análisis de textos: Reportaje "Cámara subjetiva"

Guía de análisis:

https://docs.google.com/document/d/1Y4tgzUuAIfED-WRwO3dUdFZOZP_0-z5QhgNjwxbaabE/edit

Diseño del proyecto.

Tarea después de la sesión: acta de la reunión.

Semana 4

Clase magistral: Teorías y modelos explicativos de la persuasión.

Preparación de la sesión: Cuestionario sobre el texto.

En el aula: Discusión y test de conocimientos mínimos.

Práctica de aula:

Preparación individual de la sesión: subida a Moodle de materiales relacionados con el tema del proyecto.

En el aula:

Análisis de textos:

"Consumidor agobiado, ensalada en bolsa":

http://elpais.com/diario/2011/10/05/sociedad/1317765601_850215.html

Comentarios:

https://docs.google.com/document/d/1joMZ7gIpOGDFkr3mq4aJOd_SzsARc8CqH4M-82FQcbw/edit

Guía de análisis:

https://docs.google.com/document/d/1bKo8spXtboBmXwAbfoT028NOsy2h4L_GZvwXudb8Iys/edit

Diseño del proyecto.

Tarea después de la sesión: acta de la reunión.

Semana 5

Clase magistral: La fuente del mensaje: credibilidad, atractivo y poder.

Preparación de la sesión: Cuestionario sobre el texto.

En el aula: Discusión y test de conocimientos mínimos.

Práctica de aula:

Preparación individual de la sesión: subida a Moodle de materiales relacionados con el tema del proyecto.

En el aula:

Análisis de textos: "James Lovelock. El retorno del creador de Gaia":

http://elpais.com/diario/2006/05/07/eps/1146983207_850215.html

Guías de análisis:

<https://docs.google.com/document/d/1hm4GcVhnI9wDEUZuM8qknC6E98ynwwY0hUS151gvIWA/edit>

https://docs.google.com/open?id=11Dkr0mN9mHnc_0dOrIRg-BJI_QuowTq_6XPunUF1XLBOB2mysqNN_KvYyTmN

Diseño del proyecto.

Tarea después de la sesión: acta de la reunión.

Semana 6

Clase magistral: Persuasión narrativa. Modelo de superación de la resistencia a la persuasión mediante relatos de ficción.

Preparación de la sesión: Cuestionario sobre el texto.

En el aula: Discusión y test de conocimientos mínimos.

Práctica de aula:

Preparación individual de la sesión: subida a Moodle de materiales relacionados con el tema del proyecto.

En el aula:

Análisis de textos: Cortometraje: "Antes pero después".

Guía de análisis:

https://docs.google.com/open?id=1BHGIrsc_o9UqqUQ07ASzoRFIL9-IokpZP2vz_Ln09FsdK3onktOTLWC0jhix

Diseño del proyecto.

Tarea después de la sesión: acta de la reunión.

Semana 7

Clase magistral: El mensaje persuasivo. Contenido y organización.

Preparación de la sesión: Cuestionario sobre el texto.

En el aula: Discusión y test de conocimientos mínimos.

Práctica de aula:

Preparación individual de la sesión: subida a Moodle de materiales relacionados con el tema del proyecto.

En el aula:

Análisis de textos: Vídeo Kony 2012:

<http://blogs.elpais.com/trending-topics/2012/03/asi-te-ha-manipulado-el-video-de-kony-2012.html>

Comentario libre basado en los conceptos de la asignatura.

Diseño del proyecto.

Tarea después de la sesión: acta de la reunión.

Semana 8

Clase magistral: Diferencias individuales en el cambio de actitud.

Preparación de la sesión: Cuestionario sobre el texto.

En el aula: Discusión y test de conocimientos mínimos.

Práctica de aula:

En el aula: elaboración de la presentación del diseño provisional.

Guía: <https://docs.google.com/presentation/d/1OPgQwx27-ISfaoWuhq51vtPgpMA-YXpTPMSQaitfbdY/present#slide=id.p>).

Tarea después de la sesión: acta de la reunión.

Semana 9

Clase magistral: Principios básicos de influencia social. Tecnología persuasiva.

Preparación de la sesión: Cuestionario sobre el texto.

En el aula: Discusión y test de conocimientos mínimos.

Práctica de aula:

En el aula:

Presentación del diseño provisional.

Feedback de profesora y compañeros/as.

Criterios de evaluación:

<https://docs.google.com/document/d/1g3M4rNpwkBTwxsxjBzG6DB7VdJs4npx4qSb4sBeGbo8/edit>

Rúbrica de evaluación de la presentación oral:

<https://docs.google.com/open?id=1ehf3cOBu5m-sgQ2mafE4r7WNo3b-q4W0vRALoQSZeDozi6s6eEuu5zZMeRsB>

Tarea después de la sesión: acta de la reunión.

Semana 10

Presentaciones del diseño definitivo del contenido del corto / reportaje.

Semana 11

Clase magistral: La medición de actitudes.

Práctica de aula:

Ejercicio: Modelo multiatributo

<https://docs.google.com/open?id=18s-3xgUnVTkcdR9WXKT66ICWjkJnUdXkE3SYwMzWHqzoLvcuHNrt7E4r-S>

Semana 12

Clase magistral: Teoría de la disonancia cognitiva.

Preparación de la sesión: Cuestionario sobre el texto.

En el aula: Discusión y test de conocimientos mínimos.

Práctica de aula:

En el aula: Diseño del cuestionario de evaluación de la recepción del corto/reportaje.

Guía: <https://docs.google.com/presentation/d/1FFEBSSl2Tuc-4Z-4R4e80I-tIskO9QpAXv0RbMkm9pI/present#slide=id.p>

Tarea después de la sesión: acta de la reunión.

Semana 13

Presentación del cuestionario provisional.

Feedback de profesora y compañeros/as.

Criterios de evaluación:

<https://docs.google.com/document/d/1OqMwihTUvsiBEg6cdl6LxMqv9diSzC54QdKzVVe7W7Y/edit>

Acta de la reunión.

Semana 14

Realización de entrevistas.

Acta del trabajo en grupo.

Semana 15

Presentaciones de los resultados de la evaluación de la recepción del corto / reportaje.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Briñol, P.; de la Corte, L.; Becerra, A. (2001). Qué es persuasión. Madrid: Biblioteca Nueva.

Briñol, P., Petty, R. E. (2005). [Individual differences in attitude change](#). In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes and attitude change* (pp. 575-616). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Cialdini, R.B. (1990). Influencia. Ciencia y práctica. Barcelona: Ed. José Manuel Sastre Vidal.

Igartua, J.J. (1996). Psicología de la publicidad. Donostia: Ibaeta Psicología.

Igartua, Juan José (2011). Mejor convencer entreteniéndolo: comunicación para la salud y persuasión narrativa. *Revista de Comunicación y Salud*. Vol.1, nº 1, pp. 69-83.

Igartua, J.J. (2007). Persuasión narrativa. El papel de la identificación con los personajes a través de las culturas. Alicante: Ed. Club Universitario.

Morales, J.F.; Gaviña, E., Moya, M., Cuadrado, I. (2007). Psicología Social. Capítulos 17 - 21. McGraw-Hill.

DIRECCIONES WEB DE INTERÉS

Investigadores:

Icek Ajzen: <http://people.umass.edu/aizen>

Steve Booth-Butterfield: <http://healthyinfluence.com/wordpress/steves-primer-of-practical-persuasion-3-0>

Pablo Briñol: <http://www.uam.es/otros/persuasion//index.shtml>

Robert Cialdini: <https://webapp4.asu.edu/directory/person/10913>

Russell H. Fazio: <http://www.psy.ohio-state.edu/fazio/size2/page.htm>

B.J. Fogg: <http://www.bjfogg.com>

Juan José Igartua: <http://web.usal.es/~jigartua>

Daniel J. O'Keefe: <http://www.dokeefe.net/publicationlist.html>

Richard E. Petty: <http://www.psy.ohio-state.edu/petty>

Brad J. Sagarin: <http://sagarin.socialpsychology.org>

<http://www.redesparalaciencia.com>

Test de actitudes implícitas: <https://implicit.harvard.edu/implicit>

Aplicación de principios persuasivos a problemas sociales:

<http://www.instituteforgovernment.org.uk/content/133/mindspace-influencing-behaviour-through-public-policy>

Teoría de la norma social y aplicaciones: <http://wch.uhs.wisc.edu/13-Eval/Tools/Resources/Social%20Norms.pdf>

Wiki sobre persuasión: <http://persuasion-publicitaria.wikispaces.com>

Tecnología persuasiva: Conferencia Internacional:

<http://www.springerlink.com/content/q607527j47u7/#section=712760&page=1>

Descripción del público-objetivo:

http://wqusability.com/articles/personas_storytelling.html

Social Psychology Network: <http://www.socialpsychology.org>

Curso mapas mentales:

<http://cursomapasmentales.igipuzkoa.net/curso/modulo/1/unidad/1>

Experimento de Milgram:

<http://www.youtube.com/watch?v=iUFN1eX2s6Q&feature=related>

Persuasión y manipulación: <http://blogs.elpais.com/trending-topics/2012/03/asi-te-ha-manipulado-el-video-de-kony-2012.html>

Textos para el análisis:

<http://www.losmejoresanunciosdetelevision.com/>

<http://www.ted.com>

Concursos:

Beldur barik: <http://www.beldurbarik.org>

Unesco Etxea: Dame un minuto de ...:

<http://www.youtube.com/watch?v=US9OhPoKAvQ&feature=related>

Refugiados en el comic:

http://www.accem.es/refugiados/inmigrantes/index.php?pag=Comic&colleft=Col_Izq_RefugiadosComic&colright=Col_Der_RefugiadosComic&pagant=Cine&botid=125&title=Refugiados%20en%20el%20C3%B3mic

ANEXO

Lista de documentos adjuntos:

1. Ejercicio de diseño de un anuncio impreso.

<https://docs.google.com/document/d/1WNJviZFob-15tZROftSfmd-VNXz7VEHXWclr-QMg810/edit>

2. Criterios para la calificación de los cuestionarios sobre el material teórico:

<https://docs.google.com/open?id=1s93UAHxlaTZ13tLpGb72MAGni2SgpbPB9w2UpqS9USduGG-JqqYdGcweVga2>).

3. Guías de análisis de piezas de comunicación:

Tom Wujec: "Build a tower, build a team":

http://www.ted.com/talks/tom_wujec_build_a_tower.html

Guía para el análisis:

https://docs.google.com/document/d/1dJnpeNiS0SoQyKvagQw6fRSh60CWczYARk9Px_aegk0/edit

"Cámara subjetiva". Guía de análisis:

https://docs.google.com/document/d/1Y4tgzUuAIfED-WRwO3dUdFZQZP_0-z5QhgNjwxbaabE/edit

"Consumidor agobiado, ensalada en bolsa":

http://elpais.com/diario/2011/10/05/sociedad/1317765601_850215.html

Comentarios: https://docs.google.com/document/d/1joMZ7glpOGDFkr3mq4aJOd_SzsARc8CqH4M-82FQcbw/edit

Guía de análisis:

https://docs.google.com/document/d/1bKo8spXtboBmXwAbfoT028NOsy2h4L_GZvwXudb8Iys/edit

"James Lovelock. El retorno del creador de Gaia":

http://elpais.com/diario/2006/05/07/eps/1146983207_850215.html

Guías de análisis:

<https://docs.google.com/document/d/1hm4GcVhnI9wDEUZuM8qknC6E98ynwwY0hUS151qvIWA/edit>

https://docs.google.com/open?id=1IDkr0mN9mHnc_0dOrIRg-BJI_QuowTq_6XPunUF1XLB0B2mysqNN_KvYyTmN

Cortometraje: "Antes pero después". Guía de análisis:

https://docs.google.com/open?id=1BHGIrsc_o9UqqUQ07ASzoRfIL9-IokpZP2vz_Ln09FsdK3onktOTLWC0jhix

Vídeo Kony 2012:

<http://blogs.elpais.com/trending-topics/2012/03/asi-te-ha-manipulado-el-video-de-kony-2012.html>

Comentario libre basado en los conceptos de la asignatura.

4. Presentación del diseño del mensaje:

Guión de la presentación:

https://docs.google.com/presentation/d/1OPqQwx27_ISfaoWuhq51vtPqpMA-YXpTPMSQaitfbdY/present#slide=id.p).

Criterios de evaluación:

<https://docs.google.com/document/d/1q3M4rNpwkBTwxsjBzG6DB7VdJs4nXP4qSb4sBeGbo8/edit>

Rúbrica de evaluación de la presentación oral:

<https://docs.google.com/open?id=1ehf3cOBu5m-sqQ2mafE4r7WNo3b-q4W0vRALoQSZeDozj6s6eEuu5zZMeRsB>

5. Presentación de la evaluación de la recepción del mensaje:

Guía para el diseño de los cuestionarios:

<https://docs.google.com/presentation/d/1FFEBSSl2Tuc-4Z-4R4e80I-tIskO9QpAXv0RbMkm9pI/present#slide=id.p>

Criterios de evaluación de la presentación:

<https://docs.google.com/document/d/1OqMwihTUvsiBEg6cdl6LxMqv9diSzC54QdKzVVe7W7Y/edit>



García, I. (2012). ¿Somos capaces de influir en las actitudes y/o comportamiento de nuestra audiencia? – IKD baliabideak 4 -<http://cvb.ehu.es/ikd-baliabideak/ik/garciaureta-4-2012-ik.pdf>



Reconocimiento – No Comercial – Compartir Igual (by-nc-sa): No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.