



Universidad de
Estudios Superiores
Juventus

Universidad de
Estudios Superiores
Juventus



Materia: Psicología de la Publicidad

Profesor a cargo: Laura Violeta Negrete Fonseca

¡Conoce a tu profesor!

Te presentamos a tu profesora, la licenciada Laura Violeta Negrete Fonseca.

¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?

Viajar, leer, hacer ejercicio.

¿Cuál es su película o serie favorita?

Figuras Ocultas, La teoría del Todo, Merli.

¿Cuál es su libro favorito?

El Camino a la Felicidad de Jorge Bucay

¿Qué es lo que más disfruta de su carrera?

La pasión por guiar, orientar y enseñar.





Introducción a la materia: ¿Qué necesito saber antes de comenzar?

La Psicología Publicitaria se ocupa de un dominio de problemas específico en Psicología que corresponde a los principios explicativos de la actividad psicológica o procesos psicológicos y su relación con la actividad publicitaria.

A lo largo de la historia de la publicidad, la actividad se ha ido profesionalizando, asimismo se brindarán los conceptos de los principios explicativos de la actividad psicológica desde un enfoque pluridimensional, para el análisis de las estrategias, técnicas y metodología de la publicidad.

Nos ocuparemos del estudio de los determinantes individuales del comportamiento del consumidor y las implicaciones de los procesos psicológicas y psicosociales en el fenómeno publicitario. Más concretamente, la materia se centra en el estudio de las teorías de la personalidad, el autoconcepto, las motivaciones, necesidades y valores, el procesamiento de la información, el aprendizaje, la percepción, la atención, la memoria, las actitudes, y los procesos de toma de decisiones en el estudio de la publicidad y el comportamiento del consumidor.

El estudio del contenido de esta asignatura resulta importante en la formación del psicólogo. Nótese que cada vez más en la actualidad la publicidad, el marketing, el consumo y el ocio se hacen hueco en nuestra sociedad. Incluso han aparecido adicciones y otras patologías relacionadas con este campo (internet, shopping o compras compulsivas, etc.) y que con mayor frecuencia se contrata al profesional de la psicología para diseñar y participar de la creación publicitaria. El estudio de esta asignatura dotará al alumnado de conocimientos básicos acerca de la publicidad.





Planeación de la materia: Calendarización

Día y No. de Sesión	Temas y subtemas
Sábado 27 de febrero	1° Sesión. Bienvenida e introducción a la materia (Criterios de evaluación)
Sábado 6 de marzo	2° Sesión. Historia de la psicología de la publicidad
Sábado 13 de marzo	3° Sesión. Procesamiento de la información publicitaria
Sábado 20 de marzo	4° Sesión. Publicidad como reflejo de la sociedad
Sábado 27 de marzo	5° Sesión. Marcas, consumidores y publicidad
Sábado 3 de abril	6° Sesión. Metodología Cuantitativa y cualitativa.
Sábado 10 de abril	7° Sesión. Cierre de modulo/ Examen final

Día	Entrega
Viernes 5 de marzo antes de mediodía.	1° Entrega. ENSAYO
Viernes 12 de marzo antes de mediodía.	2° Entrega. CASO PRÁCTICO
Viernes 19 de marzo antes de mediodía.	3° Entrega. CASO PRÁCTICO
Viernes 26 de marzo antes de mediodía.	4° Entrega. CASO PRÁCTICO
Viernes 2 de abril antes de mediodía.	5° Entrega. ESQUEMA
Viernes 9 de abril antes de mediodía.	6° Entrega. ESQUEMA/EXAMEN FINAL

Referencias

Te recomendamos que descargues el libro sobre el cual tu profesor está basando la materia para que puedas tener un dominio de la misma al final de la asignatura:

Baack, Clow. *Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing*. Editorial: Pearson. Impreso en México. 2010. [Publicidad, promocion y comunicacion integral en marketing \(miconexionweb.com.mx\)](http://miconexionweb.com.mx)





Recursos Digitales

Mira los siguientes Recursos Digitales que tu profesor ha elegido para profundizar en los temas vistos en clase. **Ten en cuenta los sitios de referencia que tus profesores usan para tomarlos en cuenta para la búsqueda de información segura al elaborar tareas o proyectos.**



Mira el siguiente vídeo “¿Qué es la publicidad?” y analiza si realmente es indispensable la publicidad: [¿Qué es Publicidad? - YouTube](#)



Lee el siguiente artículo “El uso de la publicidad” y analiza las características de la publicidad: [El uso de la publicidad \(elsevier.es\)](#)



Mira la siguiente película “Gracias por fumar” y analiza cómo se relaciona la trama con la publicidad: <https://pelisplus.me/pelicula/gracias-por-fumar/>

