

Materia : Psicología para el Diseño Gráfico

Semestre:	IV
Clave:	24771
Área:	Investigaciones Humanísticas
Departamento:	Comportamiento
Tipología:	Teórica
Carácter:	Formativa
Tipo:	Obligatoria
Horas:	Prácticas (00) Teóricas (03)
Créditos:	6
Carreras:	Diseño Gráfico
Elaboró:	Pisc. Alicia Téllez Arellano
Revisó:	
Fecha:	Junio del 2000

Presentación de la materia

El programa que aquí se presenta esta estructurado de tal manera que el alumno comprenda y analice el comportamiento individual, social y del consumidor, tomando en cuenta su evolución a través del desarrollo humano, su personalidad, sus características sensoriales, valores, motivaciones y toma de decisiones y así fundamentar los criterios que demande su campo profesional.

Objetivo general

Al termino del curso el alumno será capaz de conocer, comprender analizar e interpretar el comportamiento individual, social y del consumidor, su naturaleza, motivaciones, manifestaciones y tendencias variables, a través del estudio, de las diferentes corrientes psicológicas.

UNIDAD 1

Definición de la psicología

Objetivo particular:

Proporcionar al alumno algunos antecedentes filosóficos de la psicología, su definición, campo de acción, así mismo proporcionarle también, los elementos básicos de algunas corrientes del pensamiento que dieron lugar a las Escuelas de la Psicología Contemporánea.

- 1.2 Definición de la Psicología.
- 1.3 Antecedentes Filosóficos.
- 1.4 Fisiología Sensorial.
- 1.5 Fundación de nuestra Ciencia.
- 1.6 El Reflejo.
- 1.7 Conducta Voluntaria.
- 1.8 Estructuralismo.
- 1.9 Funcionalismo.
- 1.10 Conductismo.
- 1.11 Gestalt.
- 1.12 Psicoanálisis.

UNIDAD 2

Personalidad básica

Objetivo particular:

Introducir a alumno en el campo del conocimiento psicológico y del desarrollo humano a través del estudio de la evolución humana, su personalidad, características sensoriales, su mundo perceptual, reconociéndolos como bases racionales del comportamiento humano.

- 2.1 Formación de Personalidad.
- 2.2 Necesidades y Motivaciones.
- 2.3 Personalidad y Comportamiento.
- 2.4 Percepción.
- 2.5 Aprendizaje.
- 2.6 Actitudes.
- 2.7 Formación y Cambio de Actitudes.
- 2.8 Comunicación y Persuasión.

UNIDAD 3

El individuo y su entorno Social

Objetivo particular:

Introducir al alumno en el estudio del ámbito social del hombre, haciendo énfasis en la comunicación y la cultura, como sustento para explicar los valores, motivaciones, actitudes, relaciones con su grupo, normas, roles y posiciones sociales que determinan la toma de decisiones del individuo.

- 3.1 Comunicación.
- 3.2 Dinámica de grupos y los grupos de referencia.
- 3.3 La familia.
- 3.4 Clase Social y el Comportamiento.
- 3.5 Influencia cultural en nuestro comportamiento.
- 3.6 Aspectos subculturales del comportamiento.
- 3.7 Comportamiento Transcultural, una perspectiva internacional.
- 3.8 El proceso de toma de decisiones.

Mecánica de enseñanza aprendizaje

Explicación teórica por parte del maestro y presentación de algunos ejemplos aplicados al Diseño Gráfico de los temas relevantes que permitan tomar decisiones en la satisfacción de necesidades del usuario.

Mecanismos de evaluación

Las tres unidades serán evaluadas a través de reportes de lecturas, participación en clase, y la aplicación de los principales conceptos en ejercicios prácticos adaptados a la realidad del diseño gráfico.

Bibliografía básica

- KELLER, FRED.S. *la definición de la psicología*. edit. trillasl. 2a.edición. méxico. 1990.
HALL, EDUARD T. *la dimensión oculta*. editorial g.g.l.
SALAZAR, JOSÉ MIGUEL . *psicología social*. Editorial TRILLAS.1a Edición. MÉXICO. 1988.
SCHIFFMAN, LEON G.. *comportamiento del consumidor*. Edit. PRENTICE HALL. 5a.Edición. MÉXICO. 1997.
VIDALES, ISMAEL. *Psicología General*. .Editorial Limusa.Cuarta Reimpresión, México, 1982.