



## 15674. PSICOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD

---

**Profesores:** *Darío Páez* (Grupo 01:02, castellano)  
*Daniel Hermosilla* (Grupo 31, euskera)

**Código:** 15674

**Asignatura optativa**

**Curso indiferente**

**Primer cuatrimestre**

**Créditos totales: 4,5    Créditos teóricos: 3    Créditos prácticos: 1,5**

---

### TEMARIO

---

1. Psicología, Marketing y Publicidad
2. Bases de la persuasión
3. Teorías y modelos explicativos de la persuasión
4. Estados afectivos y persuasión
5. Cultura forma y contenido de la persuasión
6. Las campañas de información

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

---

Igartua, J.J. (1996). Psicología de la Publicidad. San Sebastián: Ibaeta. Psicología UPV/EHU.  
Mayordomo, S., Zlobina, A., Igartua, J.J. y Páez, D. (2003). Persuasión y Cambio de Actitudes. En D. Páez et al. (Eds.). Psicología Social, Cultura y Educación. Madrid: Pearson Educación.

### EVALUACIÓN

---

Cada persona debe realizar 11 horas prácticas, además de las 22 teóricas. Las ocho prácticas especificadas son de asistencia y realización obligatoria. Valen el 30% de la nota final.