

15674. PUBLIZITATEAREN PSIKOLOGIA

Irakaslea: Daniel Hermosilla (31 Taldea, euskaraz)
Darío Páez (01:02 Taldea, gazteleraz)

Kodea: 15674

Hautazko irakasgaia
zehaztugabeko maila

Lehenengo lauhilekoa

Kredituak guztira: 4,5 Kreditu teorikoak: 3 Kreditu praktikoak: 1,5

HELBURU OROKORRAK

Publizitatearen Psikologiaren ekarpenetara hurbiltzea, ezagutza eta trebeziak eskuratuz, iharduera praktikora gerturatuz, identifikatuz eta bereiztuz. Teoria eta praktika uztartzea.

- Kontsumitzailearen portaeraren analisia eta azterketa.
- Publizitatearen komunikazioaren ezaugarriak ezagutzea eta aztertzea.
- Publizitatearen eragina aztertzea.
- Publizitatearen azterketa eduki teorikoak erabiliz, bere diseinuaren oinarrian dauden komunikazio prozedurak eta faktore psikosozialak kontutan hartuz.
- Behar praktikoetan oinarriturik praktika garatzea.

GAITEGIA

1. Psikologia, Marketinga eta Publizitatea.
2. Ekonomia, kontsumoa eta komunikazioa.
3. Pertsuasioaren oinarriak: teoriak eta azaltzeko ereduak.
4. Kontsumo erabakiak, egoera efektiboak eta pertsuasioa.
5. Informazio kanpainak.
6. Publizitatearen eragina. Ebaluaketa.

BIBLIOGRAFIA

Igartua, J.J. (1996). Publizitatearen Psikologia (erderazko bertsioaren itzulpena). Donostia: Ibaeta. Psikologia Fakultatea, EHU.

EBALUAKETA

Ebaluaketa jarraia.