



# PSICOLOGIA DE LA PERCEPCION

IF168



**PROGRAMA DE ESTUDIOS POR COMPETENCIAS**

**IDENTIFICACIÓN DEL CURSO**

**Centro Universitario**

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

**Departamento**

TECNOLOGÍAS

**Academia:**

MULTIMEDIA

**Unidad de Aprendizaje**

PSICOLOGÍA DE LA PERCEPCIÓN

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de horas:	Valor en créditos:
IF168	40 HRS.	40 HRS.	80 HRS.	Establecidos en dictamen

Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Programa educativo	Prerrequisitos:
C = Curso CL= Curso Laboratorio L = Laboratorio P = Práctica T = Taller CT = Curso - Taller N = Clínica M = Módulo S = Seminario	Técnico Medio Técnico Superior Universitario <u>Licenciatura</u> Especialidad Maestría Doctorado	COMUNICACIÓN MULTIMEDIA	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN III

**Área de formación:**

Básico particular obligatoria

**Elaborado y actualizado por:**

Fecha de elaboración: Día/Mes/Año ENERO 2015	Fecha de última evaluación y actualización aprobada por la Academia: Día/Mes/Año AGOSTO 2019
Nombres de los profesores participantes: L.C.T.C. CARLOS ALBERTO MICHEL MEZA	Nombres de los profesores participantes: L.C.T.C. CARLOS ALBERTO MICHEL MEZA

**Aporte al perfil del egreso - COMPETENCIA (S) DEL PERFIL DE EGRESO**

El alumno comprende la fenomenología de la percepción humana y como a través de esta interpretamos el contexto en el que vivimos, aplicando éste conocimiento en la elaboración de productos de comunicación audiovisual.

**2. PRESENTACIÓN.**

Se compone de tres partes:

a) definición de la Unidad de Aprendizaje;



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD  
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA

- b) delimita y menciona el objeto de estudio de la Unidad de Aprendizaje;  
c) refiere las UA y sus correspondientes objetos de estudio, con las que se guarda mayor relación.

### 3. UNIDAD DE COMPETENCIA

Que el alumno conozca los principios generales de la fenomenología de la percepción y que se aplican en el diseño de la comunicación audiovisual. Entender la relación de la percepción y su aplicación en los productos multimedia.

### 4. ATRIBUTOS Y SABERES

<b>Saberes Prácticos (Saber hacer)</b>	•El alumno podrá crear productos audiovisuales sobresalientes al explotar el fenómeno perceptual en el espectador, realizando productos que salgan de lo común y sean comercializables.
<b>Saberes Teóricos (Saber pensar)</b>	El alumno podrá aplicar los conocimientos adquiridos en la asignatura al momento de conceptualizar y diseñar un producto comunicativo que se sustente en los estudios de la fenomenología de la percepción humana. El alumno desarrollará la capacidad de análisis en los discursos audiovisuales ya que podrá desglosar sensorial y perceptualmente los atributos de cada producto.
<b>Saberes Formativos (Saber ser)</b>	El alumno desarrollara la capacidad de trabajar en equipo a partir de una comunicación directa y puntual; logrando con esto diseñar y realizar productos audiovisuales y multi disciplinarios ambiciosos que requerirán un compromiso sólido de cada uno en el equipo.

### 5. CONTENIDO TEÓRICO PRÁCTICO (temas y subtemas)

#### Unidad I

##### Introducción a la Percepción

1. Psicología de la Percepción
2. Percepción visual y comunicación
3. Atención, sensación y percepción
4. Percepción y emoción

#### Unidad II

##### Percepción y los sentidos

1. Psicofísica
2. Psicoacústica
3. Sinestesia y sentido cutáneo
4. Gusto
5. Olfato
6. Funciones de la visión

#### Unidad III

##### Percepción del color

1. Psicofísica del color
2. Cromatología del color
3. Proceso psicofisiológico de la percepción del color
4. Dimensiones del color
5. Aspectos psicológicos del color
6. Iluminación y color



**Unidad IV**

**Percepción visual y el diseño gráfico**

1. Lineamientos generales en el entorno visual de estaciones de trabajo
2. Lineamientos para el diseño de indicadores visuales estáticos
3. Lineamientos para el diseño de textos
4. Lineamientos ergonómicos para el diseño de páginas web

**Unidad V**

**Percepción visual y el diseño industrial**

1. Lineamientos para el diseño de indicadores visuales dinámicos
2. Lineamientos para el diseño de productos de consumo

**Unidad VI**

**Ergonomía en el proceso de diseño: técnicas de recolección de datos**

1. Ergonomía y metodología del diseño
2. Etapas de la estructura metodológica del diseño
3. Investigación y pruebas en ergonomía de diseño
- 4.

**6. MODALIDADES DEL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

Modalidad	Actividad
6.1 Clases teóricas	Exposición de los postulados teóricos de la escuela de la Gestalt, escuela de psicología alemana; así como los fundamentos básicos de la composición visual.
6.2 Seminarios	Ninguno
6.3 Talleres	Dentro de la clase
6.4 Clases prácticas	Dinámicas por equipo; discusión dirigida.
6.5 Tutorías	Durante todo el curso.
6.6 Prácticas externas al Centro Universitario	Prácticas de campo
6.7 Actividades no presenciales: Conferencias	Si se presentan en el CUC
6.8 Actividades no presenciales: Estudio y trabajo en grupo	Se elaborarán presentaciones y material audiovisual en grupo.
6.9 Actividades no presenciales: Estudio y trabajo auto dirigido del alumno	

7 EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE	8 CRITERIOS DE DESEMPEÑO	9 CAMPO DE APLICACIÓN
Reportes de lectura a manera de ensayo, mismos que deberán ser entregados de manera virtual en un tiempo previamente establecido; trabajos en equipo que deberán cumplir con documentación y deberán ser departamentalizados.	Presentación de evidencias por etapas de producción por cada uno de los equipos, con lo que quedará establecido desde el inicio del proyecto final que hizo cada uno de los miembros del equipo.	Producción audiovisual profesional; diseño y realización de proyectos multimedia de vanguardia (ej.: mapping, body mapping, vjing, led tags, etc.) para proyectos comerciales de primer nivel.



## 10. EVALUACIÓN (CON ENFOQUE EN COMPETENCIAS)

Continúa a través de la conformación en tiempo y forma del portafolio de evidencias por equipos, al final del curso el alumno entregará un trabajo integrador que muestre los saberes adquiridos durante el curso.

## 11. ACREDITACIÓN

Para poder acreditar ésta asignatura de manera regular, el alumno tiene que cumplir con los siguientes requisitos: contar con el 80 % de asistencia y obtener cómo mínimo 60 de calificación para periodo ordinario; ó tener el 65% de asistencia y obtener cómo mínimo 60 de calificación para periodo extraordinario.

## 12. CALIFICACIÓN

Portafolio de evidencias	20%
Exposiciones	10%
Examen Parcial / trabajo	20%
Trabajos integrador final	40%
Participación activa	10%

## 13. BIBLIOGRAFÍA

### • BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Díaz, Méndez, Montserrat González López, Óscar La Nueva Comunicación, Conceptos, Tendencias y Aplicaciones. Ed. Pirámide 2013
- Alcher, Otl Krampen, Martin Sistema de Signos en la Comunicación Visual Ed. GG Diseño 2002
- Arnheim, Rudolf Arte y Percepción Visual (nueva versión), Ed. Alianza Forma (undécima edición). 1993, España.
- Prado, L. y Ávila, R. (Percepción Visual II. Ed. Universitaria. 2010 México
- Prado, L. y Ávila, R.). Percepción Visual: Elementos teóricos para el diseño. Ed. Universitaria, 2009 México.
- Arnheim, Rudolf Hacia una Psicología del Arte. Arte y Entropía Ed. Alianza Forma, tercera edición, 1980, España.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- De la Torre, Guillermo El Lenguaje de los Símbolos Gráficos. Introducción a la Comunicación Visual Ed. Limusa 2010
- Bruce, E. Sensación y Percepción. Thomson Editores. 1999, México
- Schiffman, H. Sensación y percepción. Un enfoque integrador. El Manual Moderno 2004, México.
- Schiffman, H. La percepción sensorial. Limusa. 2005, México
- Hesselgren, Sven El Hombre y su Percepción del Ambiente Urbano Ed. Limusa, 1980, México.

### Materiales de Apoyo Académico:

#### Páginas web:

[www.beautiful\\_webdesign.com](http://www.beautiful_webdesign.com)

<http://www.binaural-beats.com/binaural-beats/>

[http://www.eduinnova.es/ene2010/percepcion\\_visual.pdf](http://www.eduinnova.es/ene2010/percepcion_visual.pdf)

<http://www.ritsumei.ac.jp/~akitaoka/index-e.html>



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
 CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
 DIVISION DE CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD  
 DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA

<http://www.anarkasis.net/percepcion/home.html>

<http://www.mappingfestival.com>

**14. LABORATORIOS Y ÁREAS DE PRÁCTICA**

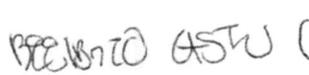
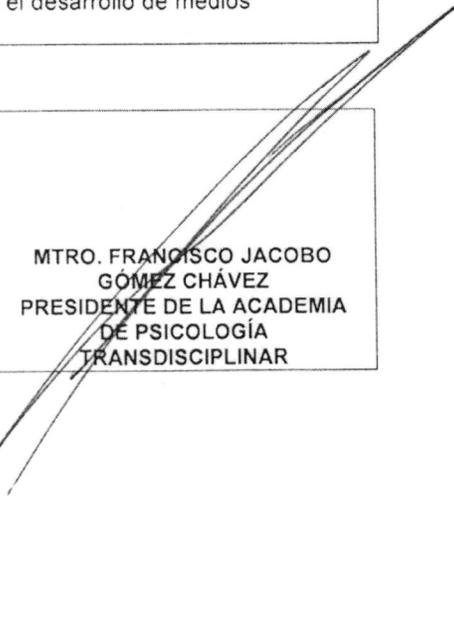
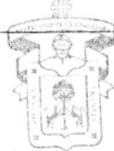
Salón de clases con espacio suficiente para el grupo;

**15. MATERIAL DIDÁCTICO Y EQUIPO UTILIZADO**

Pintarrón y proyector de video. Posteriormente se requerirán varios proyectores de video para la práctica final.

**16. PERFIL DEL DOCENTE**

Con estudios profesionales en Comunicación Multimedia; así como experiencia en el desarrollo de medios audiovisuales alternativos.

 DR. JESÚS CABRAL ARAIZA JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA Centro Universitario de la Costa	 DR. REMBERTO CASTRO DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD	 MTRO. FRANCISCO JACOBO GÓMEZ CHÁVEZ PRESIDENTE DE LA ACADEMIA DE PSICOLOGÍA TRANSDISCIPLINAR
 DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA	 DIVISIÓN DE CIENCIAS BIOLÓGICAS DE LA SALUD	