



Centro Universitario de Tonalá

Nombre de la materia
Psicología de la Percepción
Departamento
Departamento de Ciencias Sociales y Disciplinas Filosófico, Metodológico e Instrumentales
Academia

Clave	Horas-teoría	Horas-práctica	Horas-AI	Total-horas	Créditos
	22hrs	10hrs		32	
Nivel	Carrera		Tipo	Prerrequisitos	
Licenciatura	Diseño de Artesanía				
Área de formación					
Objetivo general					
Solucionar el diseño de productos desde la perspectiva formal apoyados en investigaciones, metodologías y técnicas de conceptualización propias de la disciplina para resolver necesidades de uso, forma y función, así como expresar y comunicar la identidad cultural a través productos estéticos y sustentables del sector artesanal.					

Unidad 1
Objetivo particular
• Entender la relación de los estímulos en el cerebro humano (inputs). • Entender la relación de los estímulos externos que impactan en el actuar del cerebro humano (outputs). • El valor de la semiótica de producto. El dominio de las cualidades de expresión oral.
Contenido
1. Encuadre de Psicología en el diseño. 2. Proceso de aprendizaje. 3. El color en el diseño.
Referencias a fuentes de información
Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Eva Heller. 2015 (1a edición , 20a tirada)

Centro Universitario de Tonalá
Licenciatura en Diseño de Artesanía

--

Unidad 2
Objetivo
• Metodologías formales para el desarrollo de producto que contemplen los valores intangibles. • Saber cómo presentar de forma congruente, profesional e inteligente un proyecto.
Contenido
1. Técnicas de persuasión. 2. La percepción y el arte. 3. Arte y estética. 4. Los paradigmas en el diseño. 5. La importancia de la ambientación en el diseño.
Referencias a fuentes de información
Psicología para creativos. Primeros auxilios para conservar el ingenio y sobrevivir en el trabajo. Frank Berzbach. 2016 (1a edición , 4a tirada)
Visual Thinking. Rudolhp Arnheim. 1969.

Unidad 3
Objetivo
1. Aplicar los conocimientos previos en ejercicios prácticos. 2. Replicar correctamente técnicas de debate. 3. Técnicas para seducir al consumidor. 4. Hablar en público.
Contenido
Desarrollo de una imagen corporativa que replique las estrategias de psicología de producto en el ejercicio, desarrollando logo, ambientación y embalaje.
Referencias a fuentes de información
Arte y percepción Visual. Rudolph Arnheim. 1995. Ed. Alianza Forma.

Material de apoyo en línea
Bibliografía Básica
Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Eva Heller. 2015 (1a edición , 20a tirada)
Psicología para creativos. Primeros auxilios para conservar el ingenio y

Centro Universitario de Tonalá
Licenciatura en Diseño de Artesanía

sobrevivir en el trabajo. Frank Berzbach. 2016 (1a edición , 4a tirada)

Bibliografía complementaria

Arte, Percepción y Realidad. Ernst Gombrich. Ed. Paidós.

Criterios de Evaluación (% por criterio)

Diseño de Campaña Publicitaria 60%

Ejercicios de clase 40%

Participantes en la elaboración

Código	Nombre
2950360	Mtro. Francisco Javier González Tostado

Fecha

Elaboración	Aprobación por Academia	Autorización Colegio Departamental	Próxima revisión
Agosto de 2017			