

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

<b>Codi</b>	36364
<b>Nom</b>	Psicologia del consumidor i dels recursos humans
<b>Cicle</b>	Grau
<b>Crèdits ECTS</b>	6.0
<b>Curs acadèmic</b>	2024 - 2025

**Titulació/titulacions**

<b>Titulació</b>	<b>Centre</b>	<b>Curs</b>	<b>Període</b>
1212 - Grau de Ciències Gastronòmiques	Facultat de Farmàcia i Ciències de l'Alimentació	1	Segon quadrimestre

**Matèries**

<b>Titulació</b>	<b>Matèria</b>	<b>Caràcter</b>
1212 - Grau de Ciències Gastronòmiques	7 - Psicologia	Formació Bàsica

**Coordinació**

<b>Nom</b>	<b>Departament</b>
PRADO GASCO, VICENTE JAVIER	306 - Psicologia Social

**RESUM**

La matèria Psicologia del Consum i dels Recursos Humans aborda dos aspectes de gran rellevància per a les empreses relacionades amb la gastronomia i per als professionals que treballen en aquest àmbit. Per una part, la Psicologia del Consum analitza la presa de decisions dels consumidors i els motius que els porten a decidir-se per la compra i el consum d'uns productes o d'altres. Dites decisions estan fonamentades en diversos processos psicològics, emocionals i també psicosocials, i tenen que ver con causes relacionades amb les seues necessitats i motius, les seues actituds i valors, la interacció amb altres persones, amb aspectes culturals i socials, així com amb la influència de la publicitat, l'estatus o les tendències de consum. Conèixer els fonaments que guien i influeixen sobre el consum d'aliments, així com la valoració de la qualitat dels productes i serveis consumits i la satisfacció amb l'experiència de consum resulta de gran rellevància per als professionals de l'àmbit de la gastronomia.

Per altra part, les empreses gastronòmiques es fonamenten en gran mesura en la qualificació i preparació de les persones que les componen per a oferir un servei de qualitat als seus clients. Per això, n'és imprescindible conèixer els principals processos de gestió dels recursos humans per a poder dirigir amb eficàcia a l'equip humà que forma part de les empreses gastronòmiques. La motivació i direcció de les persones del grup, els processos de comunicació, participació y lideratge, el disseny i assignació de tasques, llocs de treball i rols laborals, la gestió del clima organitzacional dels equips son aspectes



fonamentals para la prestació de serveis gastronòmics que permetran assolir la satisfacció dels usuaris i el desenvolupament de les empreses que els proveeixen.

## CONEIXEMENTS PREVIS

### Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

### Altres tipus de requisits

#### 1212 - Grau de Ciències Gastronòmiques

- Ser capaç de treballar en equip i d'organitzar i planificar activitats, tenint en compte, sempre, una perspectiva de gènere.  
?  
?  
?
- Resoldre tasques o realitzar treballs en el temps assignat per a això mantenint la qualitat del resultat.  
?  
?  
?
- Ser capaç de distribuir el temps adequadament per al desenvolupament de tasques individuals o de grup.
- Conèixer les bases psicològiques i els factors biopsicosociales que incideixen sobre el comportament dels consumidors en la presa de decisions respecte al consum d'aliments.  
?  
?  
?
- Ser capaç d'aplicar les normes de protocol en gastronomia  
?  
?  
?
- Planificar i gestionar els recursos humans de les empreses gastronòmiques.  
?  
?  
?



- Adquirir coneixements dels factors psicològics en les relacions amb els clients i amb els empleats de l'empresa
- Saber gestionar els recursos humans

## DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

### 1. Introducció a la psicologia: Conceptes bàsics

Objete d'estudi de la psicologia.

La psicologia en relació amb la gastronomia.

Processos psicosocials bàsics: Sensació, percepció, atenció, motivació i emoció.

Conceptes psicosocials bàsics: Valors, actituds, motius, necessitats, expectatives, atribucions, prejudicis.

Les emocions.

### 2. Psicologia del consumidor

- La psicologia del consumidor: fonaments.
- Models explicatius de la conducta del consumidor
- La complexitat de la conducta del consumidor
- Variables i dimensions que afecten a la conducta del consumidor

### 3. Qualitat de servei i satisfacció del consumidor

- Qualitat de Servei i satisfacció del consumidor
- Dimensions de la qualitat de servei, antecedents i resultats.
- Models teòrics sobre qualitat de servei
- Models teòrics sobre satisfacció del consumidor
- Relacions entre la qualitat de servei i la satisfacció dels usuaris
- Clima de servei i percepcions de justícia en les organitzacions de serveis

### 4. Introducció a la Psicologia dels Recursos Humans

- Direcció i gestió de Recursos Humans: La funció de recursos humans en l'empresa
- Aproximacions i perspectives en la direcció de Recursos Humans
- Principals processos i funcions de la direcció de Recursos Humans
- Incorporació, assignació, desenvolupament i eixida del personal en la empresa

**5. Motivació laboral, comunicació, treball en equip y direcció de persones**

- Motivació laboral: definició, dimensions i orientacions motivacionals.
- Satisfacció laboral: definició, dimensions, antecedents y conseqüències.
- La comunicació en les empreses: funcions, nivells i dimensions. Xarxes de comunicació.
- Grupos de treball, treball en equip i tasques grupals.
- Direcció de persones y lideratge: funcions, teories i estils de lideratge

**6. Introducció a riscos psicosociales en empreses gastronòmiques**

- Introducció als riscos psicosociales: definicions i principals teories
- Tasques, llocs de treball i rols laborals
- Adjust individu-entorn de treball
- Característiques intrínseques de la tasca que afecten en el l'adjust psicosocial
- El procés de rol i les seues disfuncions.
- Evaluació de factor i riscos psicosociales en el treball: cuestionaris, entrevista i observació

**VOLUM DE TREBALL**

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	45,00	100
Altres activitats	15,00	100
Preparació d'activitats d'avaluació	60,00	0
Preparació de classes pràctiques i de problemes	20,00	0
Resolució de casos pràctics	10,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>150,00</b>	

**METODOLOGIA DOCENT**

- Classes teòriques: Exposició per part del professor amb support audiovisual dels conceptes, definicions, models i teories rellevants, explicació dels continguts de la matèria.
- Realització de casos pràctics, exercicis i activitats, dinàmiques de grups, visionat de material audiovisual relacionat amb els continguts de la matèria.
- Preparació d'informes sobre supòsits i problemes pràctics, individuals o en grup.
- Tutories presencials, individuals i en grup, sobre diferents aspectes teòrics i pràctics de la matèria, incloent supervisió per a la realització d'informes i exercicis, així com correcció i retroalimentació sobre les activitats realitzades a l'aula.



-Realització de seminaris específics de temes de la matèria, amb la presentació dels continguts rellevants per part d'experts, els professors i els propis alumnes, incloent discussió sobre els continguts desenvolupats.

-Visites a centres, empreses i organismes de rellevància per als continguts de la matèria.

## AVALUACIÓ

L'avaluació de la matèria consta de dues parts:

-l'avaluació de continguts teòrics, que equival al 60% de l'avaluació de la matèria, i es realitzarà mitjançant un examen de continguts, que podrà incloure tant preguntes objectives (test) com preguntes obertes (curtes o de desenvolupament).

-l'avaluació d'activitats pràctiques, treballs i visites, que equival al 40% de la assignatura. En aquest apartat s'inclou el treball final d'assignatura (20% de l'avaluació), que consistirà en l'aplicació pràctica de diversos continguts de la matèria. El professor/a determinarà al començar el curs la tasca concreta a desenvolupar en aquest treball, que es realitzarà fora de classe i es centrarà en l'adquisició de competències. També s'inclou la realització d'exercicis o activitats pràctiques (10% de l'avaluació). El professor/a establirà el contingut i quantitat d'aquestes activitats, així com si la seua realització serà individual o en grups. Aquestes activitats es desenvoluparan en classe, encara que algunes tasques podran fer-se fora de l'horari de classe. Finalment s'inclouen aquí les visites a centres, empreses o institucions rellevants (10% de l'avaluació), que la Comissió Acadèmica del Títol estableix cada any en la programació d'activitats complementàries per al primer curs del Grau en Ciències Gastronòmiques. Els responsables de les visites les avaluaran a partir de la memòria de cada visita elaborada per cada estudiant, que inclourà la seua descripció, les competències adquirides i l'opinió personal sobre el seu aprofitament.

-Es podrà realitzar un examen parcial de la matèria. En cas de superar-se l'examen parcial, l'estudiant no haurà de examinar-se dels seus continguts a l'examen final. La qualificació teòrica final serà la nota mitjana de ambdós. En cas de no superar-se l'examen parcial, l'estudiant haurà d'avaluar-se de tots els continguts teòrics a l'examen final, que suposarà la qualificació definitiva de la part teòrica.

-Per a superar la matèria, cal obtenir un 5 sobre 10 tant en l'avaluació teòrica (examen) com en l'avaluació pràctica (obtenir un 5 sobre 10 en el promig ponderat del treball final, les activitats de classe i les visites).

- En la segona convocatòria, les visites i les activitats de classe no son recuperables (només es poden realitzar en el període lectiu establert). La qualificació obtinguda en la primera convocatòria en les visites i activitats es mantindrà per a la segona convocatòria, així com la qualificació de l'examen o del treball final d'assignatura en cas de haver-se aprovat.

En tot cas l'avaluació haurà de complir la Normativa de Qualificacions de la Universitat de València (ACGUV 12/2004) ([http://www.uv.es/graus/normatives/reglament\\_qualificacions.pdf](http://www.uv.es/graus/normatives/reglament_qualificacions.pdf)). S'aplica també l'article 13. d) de l'Estatut de l'Estudiant Universitari (RD 1791/2010, de 30 de desembre) pel que fa a procediments fraudulents en les proves d'avaluació. En particular en cas de plagi o còpia parcial o total suposarà suspens en l'assignatura i altres mesures disciplinàries d'acord amb la normativa vigent.



## REFERÈNCIES

### Bàsiques

- Referència b1: Quintanilla, I. (2002) *Psicología del Consumidor*. Prentice Hall.
- Referència b2: Martínez-Tur, V.; Peiró, J.M.; y Ramos, J. (2001). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente. Síntesis*
- Referència b3: Quintanilla, I. (2013). *Psicología Social del Trabajo*. Pirámide.
- Referència b4: Peiró, J.M. y Prieto, F. (1996). *Tratado de Psicología del Trabajo. Síntesis*
- Referència b5 Martínez-Tur, V.; Ramos, J.; y Moliner, C. (2015). *Psicología de las Organizaciones*. Pirámide.
- Referència b6 Ordóñez Ordóñez, M. (Coord.) (1997). *Psicología del trabajo y gestión de recursos humanos*. Madrid: AEDIPE.
- Referència b7 Quintanilla, I. (2002) *Empresas y personas. Gestión del conocimiento y capital humano*. Madrid: Díaz de Santos.
- Referència b8 Peiró, Martínez-Tur, V. y Ramos, J. (1999). El triángulo de la calidad de servicio: una aproximación psicosocial. *Papeles del Psicólogo*, 74, 18-24.
- Referència b9 Martínez-Tur, V., Moliner, C., Ramos, J., Luque, O. y Gracia, E. (2014). *Calidad y bienestar en organizaciones de servicios: el papel del clima de servicio y de la justicia organizacional*. *Papeles del Psicólogo*, 35, 96-106.
- Referència b 10 García Fernández-Abascal, E.; Martín Díaz, M.D. Domínguez, J. (2001). *Procesos psicológicos*. Madrid: Pirámide.

### Complementàries

- Referència c1: Munduate, L. (1992). *Psicosociología de las Relaciones Laborales*. Barcelona: PPU.
- Referència c2: Bowen, E. & Schneider, B. (2014). A service climate synthesis and future research agenda. *Journal of Service Research*, 17 (1), 5-22.
- Referència c3: Zeithaml, V.; Berry, L. L. & Parasuraman, A. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios*. Díaz de Santos.