

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

<b>Codi</b>	44851
<b>Nom</b>	Curs de formació complementària III
<b>Cicle</b>	Màster
<b>Crèdits ECTS</b>	4.0
<b>Curs acadèmic</b>	2024 - 2025

**Titulació/titulacions**

<b>Titulació</b>	<b>Centre</b>	<b>Curs</b>	<b>Període</b>
2235 - M.U. Erasm.Mund.en Psicol.Treball,Organ. i RR:HH.	Facultat de Psicologia i Logopèdia	1	Primer quadrimestre

**Matèries**

<b>Titulació</b>	<b>Matèria</b>	<b>Caràcter</b>
2235 - M.U. Erasm.Mund.en Psicol.Treball,Organ. i RR:HH.	12 - Cursos de Formació Complementària	Obligatòria

**Coordinació**

<b>Nom</b>	<b>Departament</b>
GONZALEZ-GALLARZA GRANIZO, MARTINA	43 - Comercialització i Investigació de Mercats

**RESUM**

Dos cursos de formació complementària (II i III) (2 x 4 = 8 ECTS) centren l'atenció en enfocaments, des de l'economia i el dret, especialment orientats per a especialistes en psicologia del treball, de les organitzacions i dels recursos humans. Aquests cursos s'han adaptat especialment per a donar una formació als estudiants del Master en nocions que van a ser d'especial utilitat en la seua futura pràctica professional. Aquesta formació no existeix en estudis de grau i per açò s'imparteix en el master com a matèries adaptades: organització d'empreses per a psicòlegs del treball, de les organitzacions i dels recursos humans; estratègia empresarial per a psicòlegs del treball, de les organitzacions i dels recursos humans; dret laboral per a psicòlegs del treball, de les organitzacions i dels recursos humans.



## CONEXEMENTS 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

No s'han especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

### 2235 - M.U. Erasm.Mund.en Psicol.Treball,Organ. i RR:HH.

- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.
- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.
- Que els estudiants sàpiguen comunicar les conclusions (i els coneixements i les raons últimes que les sustenten) a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
- Que els estudiants posseïsquen les habilitats d'aprenentatge que els permeten continuar estudiant d'una forma que haurà de ser en gran manera autodirigida o autònoma.
- Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
- Que els estudiants siguin capaços d'actualitzar i desenvolupar les seves competències, coneixements i habilitats d'acord amb els canvis de la professió i els estàndards i requisits de la professió psicològica, i la normativa nacional i europea.  
?
- Que els estudiants siguin capaços d'establir i mantenir relacions amb altres professionals i amb organitzacions rellevants.  
?
- Que els estudiants siguin capaços d'establir i mantenir relacions amb clients.  
?
- Que els estudiants siguin capaços de dissenyar i gestionar la pràctica mitjançant la qual es presten els serveis, bé com a petita empresa o com a part d'una empresa privada o pública més gran. Inclou aspectes operatius de personal i financers i requereix lideratge dels empleats.  
?



En finalitzar el procés d'ensenyament-aprenentatge l'estudiant haurà de ser capaç de: 1. Entendre altres enfocaments disciplinaris (p.i., economia) que tenen connexió amb la psicologia del treball, les organitzacions i els recursos humans. 2. Familiaritzar-se amb un abordatge multidisciplinari a l'estudi i la pràctica professional en organitzacions i entorns laborals. 3. Establir diàlegs amb altres disciplines i professionals que investiguen i/o realitzen la seua pràctica professional en els àmbits del treball, les organitzacions, i els recursos humans.

## DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

### 1. Formació complementària

Dedicat a altres disciplines relacionades amb la Psicologia del Treball, les Organitzacions i els RRHH. Es tracten els següents temes: el rol del màrqueting; el procés d'elaboració d'un pla de màrqueting; el mercat i l'entorn del màrqueting; conducta del consumidor; segmentació del mercat; decisions de marca i producte, de distribució, d'establiment de preus de comunicació.

## VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	40,00	100
Elaboració de treballs en grup	15,00	0
Estudi i treball autònom	15,00	0
Lectures de material complementari	10,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	10,00	0
Preparació de classes de teoria	10,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	

## METODOLOGIA DOCENT

S'utilitzaran les següents tècniques docents

- Presentacions orals del professor
- Presentacions orals dels alumnes
- Estudie i preparació de treball per a la classe
- Anàlisi d'articles • Exercicis guiats de caràcter individual i/ o grupal



- Tutories individuals i/o grupales

## AVALUACIÓ

Els estudiants seran avaluats considerant els següents elements:

1. Qualitat de les presentacions orals
2. Anàlisi crítica dels treballs realitzats per l'alumne
3. Tasques per a integrar coneixements o analitzar un tema específic
4. Anàlisi de casos Les instruccions concretes de cada tasca i el criteri de puntuació seran exposats en el material proporcionat per cada professor.

No hi ha diferència entre la primera i la segona convocatòria. En segona convocatòria l'alumne tindrà la possibilitat de tornar a fer aquelles activitats que no havia realitzat en primera convocatòria o que havia realitzat de forma insuficient, a causa de les quals havia suspès en primera convocatòria. Totes les activitats són, per tant, recuperables. Donades les característiques de la matèria i l'èmfasi en el desenvolupament de competències, no es contempla la realització d'un examen, per considerar que l'adquisició de tals competències no pot ser avaluada correctament mitjançant el mateix.

## REFERÈNCIES

### Bàsiques

- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). Principles of Marketing. Pearson/Prentice Hall, New Jersey.

### Complementàries

- Kotler, P. y Keller, K.L (2016) Marketing Management (15th Edition) Books Pearson India Education Services
- Calvo Porral, C. and Stanton, J.L. (2017) Principles of Marketing. Esic Editorial. Madrid
- Perreault William, D., Cannon Joseph, P., & McCarthy, J. E. (2008). Essentials of Marketing. A Marketing Planning Strategic Approach. Mc Graw Hill.