FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	36364
Nombre	Psicología del consumidor y de los recursos humanos
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2020 - 2021

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1212 - Grado de Ciencias Gastronómicas	Facultad de Farmacia y Ciencias de la Alimentación	1	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1212 - Grado de Ciencias Gastronómicas	7 - Psicología	Formación Básica

Coordinación

Nombre	Departamento
PRADO GASCO, VICENTE JAVIER	306 - Psicología Social

RESUMEN

La materia Psicología del Consumo y de los Recursos humanos aborda dos aspectos de gran relevancia para las empresas relacionadas con la gastronomía y para los profesionales que trabajan en este ámbito.

Por una parte, la Psicología del Consumo analiza la toma de decisiones de los consumidores y los motivos que les llevan a decidirse por la compra y el consumo de unos u otros productos. Dichas decisiones están fundamentadas en diversos procesos psicológicos, emocionales y también psicosociales, y tienen que ver con causes relacionadas con sus necesidades y motivos, sus actitudes y valores, la interacción con otras persones, con aspectos culturales y sociales, así como con la influencia de la publicidad, el estatus o las tendencias de consumo.

Por otra parte, las empresas gastronómicas se basan en gran medida en la cualificación y preparación de las persones que las componen para ofrecer un Servicio de calidad a sus clientes. Por ello, es imprescindible conocer cuáles son los principales procesos de gestión de los recursos humanos para poder dirigir con eficacia al equipo humano que forma parte de las empresas gastronómicas. La motivación y dirección de las persones del grupo, los procesos de comunicación, participación y liderazgo, el diseño y asignación de tareas, puestos y roles laborales, la gestión del clima organizacional de los equipos y son aspectos fundamentales para la prestación de servicios gastronómicos que logren la satisfacción de los

usuarios y el desarrollo de las empresas que los proveen.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

COMPETENCIAS

1212 - Grado de Ciencias Gastronómicas

- Ser capaz de trabajar en equipo y de organizar y planificar actividades, teniendo en cuenta, siempre, una perspectiva de género.
- Resolver tareas o realizar trabajos en el tiempo asignado para ello manteniendo la calidad del resultado.
- Ser capaz de distribuir el tiempo adecuadamente para el desarrollo de tareas individuales o de grupo.
- Conocer las bases psicológicas y los factores biopsicosociales que inciden sobre el comportamiento de los consumidores en la toma de decisiones respecto al consumo de alimentos.
- Ser capaz de aplicar las normas de protocolo en gastronomía
- Planificar y gestionar los recursos humanos de las empresas gastronómicas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Adquirir conocimientos de los factores psicologicos en las relaciones con los clientes y con los empleados de la empresa

- Saber gestionar los recursos humanos

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Introducción a la Psicología: conceptos básicos

Objeto de estudio de la psicología.
La psicología en relación con la gastronomía.
Procesos psicosociales básicos: Sensación, percepción, atención, motivación y emoción.
Conceptos psicosociales básicos: Valores, actitudes, motivos, necesidades, expectativas, atribuciones, prejuicios.
Las emociones.

2. Psicología del consumidor

- La psicología del consumidor: Fundamentos.
- Modelos explicativos de la conducta del consumidor
- La complejidad de la conducta del consumidor
- Variables y dimensiones que influyen en la conducta del consumidor

3. Calidad de servicio y conducta del consumidor

- Calidad de servicio y satisfacción del consumidor
- Dimensiones de la calidad de servicio, antecedentes y resultados.
- Modelos teóricos sobre calidad de servicio
- Modelos teóricos sobre satisfacción del consumidor
- Relaciones entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios
- Clima de Servicio y percepciones de justicia en las organizaciones de servicios

4. Introducción a la Psicologia de los Recursos Humanos

- Dirección y gestión de Recursos Humanos: La función de recursos humanos en la empresa
- Aproximaciones y perspectivas en la dirección de Recursos Humanos
- Principales procesos y funciones de la dirección de Recursos Humanos
- Incorporación, asignación, desarrollo y salida del personal en la empresa

5. Motivación laboral, comunicación, trabajo en equipo y dirección de personas

- Motivación laboral: definición, dimensiones y orientaciones motivacionales.
- Satisfacción laboral: definición, dimensiones, antecedentes y consecuencias.
- La comunicación en las empresas: funciones, niveles y dimensiones. Redes de comunicación.
- Grupos de trabajo, trabajo en equipo y tareas grupales.
- Dirección de personas y liderazgo: funciones, teorías y estilos de liderazgo

6. Introducción a riesgos psicosociales en empresas gastronómicas

- Introducción a los riesgos psicosociales: definiciones y principales teorías
- Tareas, puestos de trabajo y roles laborales
- Ajuste individuo-entorno de trabajo
- Características intrínsecas de la tarea que influyen en el ajuste psicosocial
- El proceso de rol y sus disfunciones.
- Evaluación de factores y riesgos psicosociales en el trabajo: cuestionarios, entrevista y observación

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	45,00	100
Otras actividades	15,00	100
Preparación de actividades de evaluación	60,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	20,00	0
Resolución de casos prácticos	10,00	0
TOTAL	**150,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

-Clases teóricas: Exposición por parte del profesor con apoyo audiovisual de los conceptos, definiciones, modelos y teorías relevantes, explicación de los contenidos de la materia.

-Realización de casos prácticos, ejercicios y actividades, dinámicas de grupos, visionado de material audiovisual relacionado con los contenidos de la materia.

-Preparación de informes sobre supuestos y problemas prácticos, individuales o en grupo.

-Tutorías presenciales, individuales y en grupo, sobre diferentes aspectos teóricos y prácticos de la materia, incluyendo supervisión para la realización de informes y ejercicios, así como corrección y retroalimentación sobre las actividads realizadas en el aula.

-Realización de seminarios específicos de temas de la materia, con la presentación de los contenidos relevantes por parte de expertos, los profesores y los propios alumnos, incluyendo discusión sobre los contenidos desarrolados

-Visitas a centros, empresas y organismos de relevancia para los contenidos de la materia.

EVALUACIÓN

Primera convocatoria:

La evaluación tiene lugar a través de tres tipos de acciones. Las dos primeras enfatizan el proceso de aprendizaje, y la última, los resultados del mismo:

1) Prácticas grupales. Se realizan fuera de clase y en grupo, para poner en práctica algunas de las competencias que deben adquirirse a lo largo del curso. Este parte tendrá un peso del 20% en la evaluación global. Para estimular el aprendizaje continuo se proporcionará feedback grupal a los alumnos que lo demanden. Los alumnos serán conocedores de la calificación obtenida en las prácticas grupales antes de la realización del examen.

2) Actividades. Se trata de un conjunto de ejercicios que los alumnos realizarán normalmente en el propio horario de clase. Podrá ser individual o en grupo, y podrá implicar también la realización fuera del aula. Esta parte tendrá un peso del 10% en la evaluación global. Para estimular el aprendizaje continuo se proporcionará feedback grupal a los alumnos que lo demanden. Los alumnos serán conocedores de la calificación obtenida en las actividades antes de la realización del examen. Dichas actividades no serán recuperables.

3) Examen. Será un examen tipo test, que se realizará a la conclusión de la asignatura. Su peso en la evaluación global será de un 60%.

4) Realización de visitas a centros, empresas e instituciones relevantes, a partir de una memoria escrita sobre la actividad realizada, su contribución a la adquisición de competencias e impresiones personales acerca del aprovechamiento de la actividad para la formación del estudiante, con una ponderación del 10% sobre la calificación final de la materia. Dicha evaluación la realizarán los propios responsables de la visita.

Para poder promediar la nota, los estudiantes deben aprobar cada apartado por separado. En esta asignatura no será posible anticipar la convocatoria de evaluación.

Segunda convocatoria:

Las prácticas grupales, las visitas a centros y las actividades no son recuperables, dado que aluden a resultados de aprendizaje que no pueden evaluarse mediante examen en la segunda convocatoria. No obstante, la nota obtenida en dichas acciones en primera convocatoria se guarda para la segunda.

Examen. En segunda convocatoria se realizará un examen tipo test. Su peso en la evaluación global será de un 60%. A la nota del examen habrá que sumar la obtenida en primera convocatoria en las prácticas grupales, las visitas a centros y las actividades. Para poder promediar la nota, los estudiantes deben aprobar cada apartado por separado.

En todo caso, la evaluación de la asignatura quedará sometida a lo dispuesto en la Normativa de Calificaciones de la Universidad de Valencia (* ACGUV 12/2004) (http://www.uv.es/graus/normatives/reglament_qualificacions.pdf). Complementariamente, y de acuerdo con el artículo 13. d) del Estatuto del Estudiante Universitario (RD 1791/2010, de 30 de diciembre), es deber del estudiante abstenerse en la utilización o cooperación en procedimientos fraudulentos en las pruebas de evaluación, en los trabajos que se realizan o en documentos oficiales de la universidad. El profesorado comprobará con los medios de la Universitat de València si se ha producido plagio o copia total y parcial, lo que conllevará el suspenso automático de la materia sin perjuicio de otras medidas disciplinarias contempladas en la normativa vigente.

REFERENCIAS

Básicas

- Referència b1: Quintanila, 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 Psicologia 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.

Complementarias

- 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.

ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno