

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

Codi	44851
Nom	Curs de formació complementària III
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	4.0
Curs acadèmic	2022 - 2023

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2235 - M.U. Erasmus Mundus Psicologia del Treb.Organiz.RR.HH.17-V.1	Facultat de Psicologia i Logopèdia	1	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2235 - M.U. Erasmus Mundus Psicologia del Treb.Organiz.RR.HH.17-V.1	12 - Cursos de Formació Complementària	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
GONZALEZ-GALLARZA GRANIZO, MARTINA	43 - Comercialització i Investigació de Mercats
PEIRO SILLA, JOSE MARIA	306 - Psicologia Social

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.



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

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

COMPETÈNCIES

2235 - M.U. Erasmus Mundus Psicologia del Treb.Organiz.RR.HH.17-V.1

- 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.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

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
TOTAL	100,00	

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, Ph. and Armstrong, G. (2012). Principles of Marketing. (14th edition). Global Pearson Education Limited. London

Complementàries

- Kotler, P.; and Keller, L. K. (2006): Marketing Management (12th edition).
- Kotler, P., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M. and Hansen, T. (2009). Marketing Management. Pearson Prentice Hall, Essex
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2009). A Framework for Marketing Management (4th edition). Prentice Hall International Edition, New Jersey.
- Dibb, S., Simkin, L., Pride, W.M. and Ferrell, O.C. (2001). Marketing: Concepts and Strategies (4th European edition). Houghton Mifflin. Boston.
- McDonald, M. (1999). Marketing Plans: How to Prepare Them, How to Use Them. Butterworth Heinemann. Oxford