

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

<b>Código</b>	44851
<b>Nombre</b>	Curso de formación complementaria III
<b>Ciclo</b>	Máster
<b>Créditos ECTS</b>	4.0
<b>Curso académico</b>	2023 - 2024

**Titulación(es)**

<b>Titulación</b>	<b>Centro</b>	<b>Curso</b>	<b>Periodo</b>
2235 - Máster Universitario Erasm.Mund. en Psicología del Trabajo, Organ. y RR.HH.	Facultad de Psicología y Logopedia	1	Primer cuatrimestre

**Materias**

<b>Titulación</b>	<b>Materia</b>	<b>Carácter</b>
2235 - Máster Universitario Erasm.Mund. en Psicología del Trabajo, Organ. y RR.HH.	12 - Cursos de Formación Complementaria	Obligatoria

**Coordinación**

<b>Nombre</b>	<b>Departamento</b>
GONZALEZ-GALLARZA GRANIZO, MARTINA	43 - Comercialización e Investigación de Mercados

**RESUMEN**

Dos cursos de formación complementaria (II y III) (2 x 4 = 8 ECTS) centran la atención en enfoques, desde la economía y el derecho, especialmente orientados para especialistas en psicología del trabajo, de las organizaciones y de los recursos humanos. Estos cursos se han adaptado especialmente para dar una formación a los estudiantes del Master en nociones que van a ser de especial utilidad en su futura práctica profesional. Esta formación no existe en estudios de grado y por eso se imparte en el master como materias adaptadas: organización de empresas para psicólogos del trabajo, de las organizaciones y de los recursos humanos; estrategia empresarial para psicólogos del trabajo, de las organizaciones y de los recursos humanos; derecho laboral para psicólogos del trabajo, de las organizaciones y de los recursos humanos.



## 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

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

## COMPETENCIAS (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)

### 2235 - Máster Universitario Erasm.Mund. en Psicología del Trabajo, Organ. y RR.HH.

- Que los/las estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los/las estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los/las estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los/las estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes sean capaces de actualizar y desarrollar sus competencias, conocimientos y habilidades de acuerdo con los cambios de la profesión y los estándares y requisitos de la profesión psicológica, y la normativa nacional y europea.
- Que los estudiantes sean capaces de establecer y mantener relaciones con otros profesionales y con organizaciones relevantes.
- Que los estudiantes sean capaces de establecer y mantener relaciones con clientes.
- Que los estudiantes sean capaces de diseñar y gestionar la práctica mediante la cual se prestan los servicios, bien como pequeña empresa o como parte de una empresa privada o pública de mayor tamaño. Incluye aspectos operativos de personal y financieros y requiere liderazgo de los empleados.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)**

Al finalizar el proceso de enseñanza-aprendizaje el estudiante deberá ser capaz de:

1. Entender otros enfoques disciplinarios (p.e., economía) que tienen conexión con la psicología del trabajo, las organizaciones y los recursos humanos.
2. Familiarizarse con un abordaje multidisciplinar al estudio y la práctica profesional en organizaciones y entornos laborales.
3. Establecer diálogos con otras disciplinas y profesionales que investigan y/o realizan su práctica profesional en los ámbitos del trabajo, las organizaciones, y los recursos humanos.

**DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS****1. Formación complementaria**

Dedicado a otras disciplinas relacionadas con la Psicología del Trabajo, las Organizaciones y los RRHH. Se tratan los siguientes temas: el rol del marketing; el proceso de elaboración de un plan de marketing; el mercado y el entorno del marketing; conducta del consumidor; segmentación del mercado; decisiones de marca y producto, de distribución, de establecimiento de precios de comunicación.

**VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	40,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	15,00	0
Estudio y trabajo autónomo	15,00	0
Lecturas de material complementario	10,00	0
Preparación de actividades de evaluación	10,00	0
Preparación de clases de teoría	10,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	

**METODOLOGÍA DOCENTE**

Se utilizarán las siguientes técnicas docentes

- Presentaciones orales del profesor



- Presentaciones orales de los alumnos
- Estudio y preparación de trabajo para la clase
- Análisis de artículos
- Ejercicios guiados de carácter individual y/ o grupal
- Tutorías individuales y/o grupales

## EVALUACIÓN

Los estudiantes serán evaluados considerando los siguientes elementos:

1. Calidad de las presentaciones orales
2. Análisis crítico de los trabajos realizados por el alumno
3. Tareas para integrar conocimientos o analizar un tema específico
4. Análisis de casos

Las instrucciones concretas de cada tarea y el criterio de puntuación serán expuestos en el material proporcionado por cada profesor.

No hay diferencia entre la primera y la segunda convocatoria. En segunda convocatoria el alumno tendrá la posibilidad de volver a hacer aquellas actividades que no había realizado en primera convocatoria o que había realizado de forma insuficiente, debido a las que había suspendido en primera convocatoria. Todas las actividades son, por tanto, recuperables. Dadas las características de la materia y el énfasis en el desarrollo de competencias, no se contempla la realización de un examen, por considerar que la adquisición de tales competencias no puede ser evaluada correctamente mediante el mismo.

## REFERENCIAS

### Básicas

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

### Complementarias

- 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.

