



GUÍA DOCENTE

PSICOLOGÍA DE LOS RECURSOS HUMANOS Y DEL CONSUMO

Curso:

4º

Semestre:

1º

COMPETENCIAS

Generales

CG1 Capacidad de análisis y síntesis en el estudio del consumidor

CG2 Capacidad para determinar y resolver los problemas asociados a la psicología del consumidor

CG5: Conocer y comprender los principios psicosociales del funcionamiento de los grupos y de las organizaciones.

CG9: Identificar las características relevantes del comportamiento de los individuos.

CG12: Definir los objetivos, elaborar el plan y las técnicas de intervención en función de las necesidades y demandas de los destinatarios.

CG15: Conocer y ajustarse a las obligaciones deontológicas de la Psicología.

Transversales

CT1 Comunicación. Expresarse adecuadamente al exponer un tema y hacerlo de forma clara y escuchar activamente cuando los demás hablan.

CT4 Planificación/Organización. Definir prioridades, establecer los planes de acción necesarios para alcanzar los objetivos fijados ajustándose a los medios y al tiempo disponible.

CT8 Trabajo en equipo. Colaborar de forma activa y asumir responsabilidades para contribuir a la consecución de los objetivos marcados.

Específicas

Analizar las situaciones o problemas complejos identificando los aspectos más relevantes y sus causas, de acuerdo con la información disponible para elegir las soluciones aplicables al ámbito del consumo y de los recursos humanos.

ACTIVIDADES DOCENTES

Clases teóricas

Las clases teóricas o magistrales tienen como objetivo la transmisión al alumnado de conocimientos básicos sobre los contenidos disciplinares de la asignatura, para la comprensión de los distintos conceptos, procesos, técnicas e instrumentos.

Clases prácticas

Las clases prácticas tienen como objetivo que los alumnos apliquen los conceptos, procesos e instrumentos aprendidos a situaciones concretas de en el mundo de las organizaciones con el fin de que adquieran y desarrollen las competencias objeto de la asignatura. Para ello, se realizarán estudios de casos, análisis de vídeos, exposiciones, trabajos en equipo, simulaciones, etc.

BREVE DESCRIPTOR

PSICOLOGÍA DE LOS RECURSOS HUMANOS

La Psicología de los Recursos Humanos es el área de la Psicología del Trabajo y de las Organizaciones más orientada a la intervención, y cuyo objetivo es optimizar el rendimiento, la satisfacción, el bienestar y la seguridad de las personas en las organizaciones. Por ello, sin olvidar las bases teóricas y conceptuales, nos inclinamos por dar un enfoque eminentemente aplicado y centrado, sobre todo, en el área de la gestión de las personas en las organizaciones.

La intervención práctica desde una perspectiva psicológica en el área de recursos humanos, requiere el conocimiento de los puestos de trabajo (a través de técnicas concretas: análisis y la valoración de puestos de trabajo y la elaboración de perfiles de exigencias) y las características de las personas (a través de la evaluación de capacidades; o la evaluación de comportamientos, con el modelo de competencias), ya que el conocimiento de puestos y personas en el entorno laboral, permiten sentar las bases de las políticas de gestión de personas que se abordan en las organizaciones.

PSICOLOGÍA DEL CONSUMO

El objetivo es adquirir los conocimientos y destrezas básicos para que el psicólogo conozca y pueda intervenir sobre el campo del consumo y el marketing.

REQUISITOS

Ninguno.

OBJETIVOS

Psicología de los Recursos Humanos

1. Adquirir una visión global de la organización y aplicar las distintas áreas de de la gestión de personas en la estrategia de las organizacones.
2. Conocer los procesos y saber aplicar las técnicas y herramientas más habituales dentro de la actividad profesional del psicólogo del trabajo en la gestión de personas.
3. Saber elaborar las herramientas necesarias para realizar una gestión integral por Competencias de los empleados: Perfiles profesionales, análisis, descripción y valoración de puestos, diccionario competencial.
4. Conocer el tipo de evaluaciones en Recursos Humanos y cómo y cuándo evaluar por competencias: evaluación del desempeño, evaluación del potencial
5. Conocer los distintos métodos de desarrollo de competencias blandas (*soft skills*) de acuerdo con la necesidad estratégica de la organización.
6. Comprender la importancia del clima laboral y la satisfacción en entornos organizativos y su relación con el bienestar y productividad empresarial.

Psicología del Consumo

1. Analizar las relaciones de la psicología con el ámbito comercial.
2. Observar, analizar y explicar el comportamiento del consumidor.

3. Adquirir los conocimientos necesarios para conocer, comprender y aplicar los métodos y técnicas de evaluación del comportamiento del consumidor.
4. Conocer las diferentes intervenciones de la psicología en el consumo y el marketing.

CONTENIDO

PSICOLOGÍA DE LOS RECURSOS HUMANOS

Tema 1. La Psicología del Trabajo: marco conceptual e histórico.

- 1.1. Definición de Psicología del Trabajo.
- 1.2. Ámbito de la Psicología del Trabajo.
- 1.3. Áreas de actuación en Psicología del Trabajo.
- 1.4. Un paseo por la historia de la Psicología del Trabajo.

Tema 2. El análisis de puestos de trabajo.

- 2.1. Concepto, objetivo, aplicaciones y criterios del análisis de puestos de trabajo.
- 2.2. El proceso de análisis de puestos de trabajo.
- 2.3. Procedimientos de análisis de puestos de trabajo.

Tema 3. Las competencias y la elaboración de perfiles de exigencia.

- 3.1. Concepto y componentes de las competencias.
- 3.2. Aportaciones del enfoque de competencias a la gestión de personas.
- 3.3. Los perfiles de exigencias: el proceso de elaboración de los perfiles de exigencias basados en competencias.

Tema 4. La evaluación del desempeño y el desarrollo de competencias

- 4.1. Concepto, objetivos y aplicaciones en la gestión de personas
- 4.2. Proceso de diseño e implantación de un programa de evaluación del rendimiento y el desempeño
- 4.3. Técnicas de evaluación del rendimiento y del desempeño
- 4.4. El ciclo de la evaluación del rendimiento y el desempeño
- 4.5. Desarrollo de competencias, consecuencia de la evaluación del desempeño

PSICOLOGÍA DEL CONSUMO

Tema 1. La psicología en el ámbito del consumo.

Tema 2. La investigación en psicología comercial y del consumo.

Tema 3, El comportamiento del consumidor.

Tema 4. Aplicaciones de la psicología del consumo: intervención sobre las conductas de consumo.

EVALUACIÓN

Para la evaluación de la asignatura se utilizará un sistema de evaluación continua. Por ello, se tendrán en cuenta las distintas actividades académicas-formativas desarrolladas en el proceso de enseñanza-aprendizaje dirigidas por la profesora.

La calificación final de cada una de las actividades formativas en la nota final del alumno será la siguiente:

- Actividades prácticas. Participación y resolución de casos prácticos desarrollados en el aula, así como realización y presentación de trabajos individuales y/o en grupo. Su peso en la nota final será hasta un 50% de la calificación final.
- Pruebas de evaluación de conocimientos teóricos y/o prácticos. Se podrán realizar en forma de prueba objetiva, preguntas abiertas y/o sobre temas concretos y los contenidos de la asignatura. Su peso en la nota final será hasta un 50% de la calificación final.

BIBLIOGRAFÍA

- Alles, M. A. (2009). *Diccionario de competencias* (Vol. 1). Buenos Aires: Granica.
- Alonso Rivas, J., & Grande Esteban, I. (2017). *Comportamiento del consumidor*. ESIC.
- Alonso dos Santos, M. (2017). *Investigación de mercados. Manual Universitario*. Díaz de Santos.
- Cervera, T. y Cid, C. (Coords.) (2023). *La evaluación del desempeño a examen*. Kolima Books.
- Gil-Monte, P. R. y Prado-Gasco, V. J. (Coords) (2021). *Manual de Psicología del Trabajo*. Pirámide.
- Hay Group y SAP (2006). *Factbook Recursos Humanos* (5ª ed.). Aranzadi y Thomson.
- Kotler, P.; Keller, K.L. (2006). *Dirección de marketing*. Pearson.
- Martínez-Moreno, E. y Hermosilla, D. (2020). *Psicología de los recursos humanos: planificación, selección y promoción*. Universidad del País Vasco.
- Martínez Rodríguez, P. (2024). *Marketing psicológico: Diseña el buyer personal de tu marca*. ESIC.
- Martínez Rodríguez, P. (2021). *Neuro Insights: la neurociencia, el consumidor y las marcas*. ESIC.
- Pereda, S., Berrocal, F. y Alonso, M. A. (2012). *Bases de psicología del trabajo para gestión de recursos humanos*. Síntesis.
- Pereda, S., Berrocal, F. y Alonso, M. A. (2011). *Técnicas de gestión de recursos humanos por competencias* (3ª ed.) Centro de Estudios Ramón Areces.
- Pereda, S. y Berrocal, F. (2011). *Dirección y gestión de recursos humanos por competencias*. Centro de Estudios Ramón Areces.
- Prien, E. P., Goodstein, L. D., Goodstein, J. y Gamble, L. G. (2009). *A practical guide to job analysis*. Pfeiffer.
- Rodríguez, S. (2021). *Consumidor consciente (Un recorrido por su toma de decisiones)*. ESIC.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior (Buying, Having, and Being)* (13ª edición). Pearson Education.
- Yagüez, E. y Merino, M. J. (2021). *De la emoción a la compra (por qué y cómo compramos)*. ESIC.

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE