

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA****Código:** 36364**Nombre:** Psicología del consumidor y de los recursos humanos**Ciclo:** Grado**Créditos ECTS:** 6**Curso académico:** 2025-26**TITULACIONES**

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1212 - Grado en Ciencias Gastronómicas	Facultat de Farmàcia i Ciències de L'alimentació	1	Segundo cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1212 - Grado en Ciencias Gastronómicas	Psicología	FORMACIÓN BÁSICA

COORDINACIÓN

PRADO GASCO VICENTE JAVIER

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 causas relacionadas con sus necesidades y motivos, sus actitudes y valores, la interacción con otras personas, 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 personas 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 personas 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 / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

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.

Planificar y gestionar los recursos humanos de las empresas gastronómicas.

Resolver tareas o realizar trabajos en el tiempo asignado para ello manteniendo la calidad del resultado.

Ser capaz de aplicar las normas de protocolo en gastronomía

Ser capaz de distribuir el tiempo adecuadamente para el desarrollo de tareas individuales o de grupo.

Ser capaz de trabajar en equipo y de organizar y planificar actividades, teniendo en cuenta, siempre, una perspectiva de género.

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 Psicología 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 (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	45,00
Otras actividades	15,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES



Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	0,00
Estudio y trabajo autónomo	0,00
Preparación de clases	20,00
Preparación de actividades de evaluación	60,00
Resolución de casos prácticos	10,00
Total horas	90,00

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 actividades 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 desarrollados

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

EVALUACIÓN

La evaluación de la materia consta de dos partes:

-la evaluación de contenidos teóricos, que equivale al 60% de la evaluación de la materia, y se realizará a través de un examen de contenidos, que podrá incluir tanto preguntas objetivas o de tipo test como preguntas abiertas (cortas o de desarrollo).

-la evaluación de actividades prácticas, trabajos y visitas, que equivale al 40% de la asignatura. En este apartado se incluye un trabajo final de asignatura (20% de la evaluación), que consistirá en la aplicación práctica de diversos contenidos de la materia. El profesor/a determinará a comienzo de curso la tarea concreta a desarrollar en este trabajo, que se realizará fuera de clase y estará centrada en la adquisición de competencias. También se incluye la realización de ejercicios o actividades prácticas (10% de la evaluación). El profesor/a establecerá el número y contenido de estas actividades, así como si se realizarán individualmente o en grupo. Se desarrollarán en clase, aunque alguna de las tareas se podrá



realizar fuera de clase. Finalmente se incluyen en esta parte las visitas a centros, empresas o instituciones relevantes (10% de la evaluación), que la Comisión Académica del Título establezca cada año en la programación de actividades complementarias para el primer curso del Grado en Ciencias Gastronómicas. Los responsables de las visitas las evaluarán a partir de la memoria de cada visita elaborada por cada estudiante, que deberá incluir su descripción, las competencias adquiridas y la opinión personal sobre su aprovechamiento.

-Se podrá realizar un examen parcial de la materia. En caso de superarse el examen parcial, el estudiante no tendrá que evaluarse de dichos contenidos en el examen final, y la calificación final será la nota media de ambos (parcial y final). En caso de no superarse el examen parcial, el estudiante se examinará de todos los contenidos de la materia en el examen final, que supondrá la calificación final de la parte teórica.

-Para superar la materia, es necesario obtener un 5 sobre 10 tanto en la evaluación teórica (examen) como en la evaluación práctica (obtener un 5 sobre 10 en el promedio ponderado del trabajo final, las actividades de clase y las visitas).

- En la segunda convocatoria, las visitas y las actividades de clase no son recuperables (sólo se pueden realizar en el periodo lectivo establecido para ello). La calificación obtenida en la primera convocatoria en las visitas y actividades se mantendrá para la segunda convocatoria, así como la calificación del examen o del trabajo final de asignatura en caso de haberse aprobado.

En todo caso, la evaluación deberá cumplir la Normativa de Calificaciones de la Universidad de Valencia (ACGUV 12/2004) (http://www.uv.es/graus/normatives/reglament_qualificacions.pdf), Se aplica también el artículo 13 d) del Estatuto del Estudiante Universitario (RD 1791/2012, de 30 de diciembre), en lo que respecta a procedimientos fraudulentos en las pruebas de evaluación. En particular, en caso de plagio o copia parcial o total, supondrá el suspenso en la asignatura, así como otras medidas disciplinarias de acuerdo con la normativa vigente.

BIBLIOGRAFÍA

- Referència b1: Quintanilla, 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 Psicología 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.



- 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.