

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA**

**Codi:** 44851  
**Nom:** Curs de formació complementària III  
**Cicle:** Màster Universitari Oficial  
**Crèdits ECTS:** 4  
**Curs acadèmic:** 2025-26

**TITULACIONS**

| Titulació   | Centre                             | Curs | Període            |
|---|------------------------------------|------|--------------------|
| 2235 - Màster Universitari Erasmus Mundus en Psicologia del Treball,Org. i RR:HH. | Facultat de Psicologia i Logopèdia | 1    | Segon quadrimestre |

**MATÈRIES**

| Titulació   | Matèria                           | Caràcter    |
|---|-----------------------------------|-------------|
| 2235 - Màster Universitari Erasmus Mundus en Psicologia del Treball,Org. i RR:HH. | Cursos de Formació Complementària | OBLIGATÒRIA |

**COORDINACIÓ**

GONZALEZ-GALLARZA GRANIZO MARTINA

**RESUM**

Dos cursos de formació complementària (II i III) (2 x 4 = 8 ECTS) ofereixen formació en economia i dret especialment orientats 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 aquest motiu s'imparteixen en el master com a matèries adaptades per a psicòlegs del treball, de les organitzacions i dels recursos humans: organització d'empreses, estratègia empresarial, dret laboral i marketing.

**CONEIXEMENTS PREVIS****RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ**

No s'ha especificat 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 / RESULTATS D' APRENTATGE

-

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 posseïsquen les habilitats d'aprenentatge que els permeten continuar estudiant d'una forma que haurà de ser en gran manera autòdridida o autònoma.

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 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 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 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.

## DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

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 (HORES)****ACTIVITATS PRESENCIALS**

| Activitat          | Hores        |
|--------------------|--------------|
| Teoria             | 40,00        |
| <b>Total hores</b> | <b>40,00</b> |

**ACTIVITATS NO PRESENCIALS**

| Activitat                                    | Hores        |
|--|--------------|
| Assistència a altres activitats              | 0,00         |
| Elaboració de treballs individuals o en grup | 15,00        |
| Estudi i treball autònom                     | 15,00        |
| Preparació de classes                        | 10,00        |
| Preparació d'activitats d'avaluació          | 10,00        |
| Resolució de casos pràctics                  | 10,00        |
| <b>Total hores</b>                           | <b>60,00</b> |

**METODOLOGIA DOCENT**

S'utilitzaran les següents tècniques docents:

- Classes magistrals
- Lectures
- Presentacions orals dels alumnes
- Exercicis guiats de caràcter individual i/ o grupal
- Anàlisi d'articles
- Tutories individuals i/o grupales

**AVALUACIÓ**

Els estudiants seran avaluats considerant els següents elements:

1. Qualitat de les presentacions orals (15%)
2. Anàlisi crítica d'articles i altres materials (20%)
3. Tasques per a integrar coneixements o analitzar un tema específic (45%)
4. Anàlisi crític de casos (20%)

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 haja realitzat en primera convocatòria o que haja realitzat de forma insuficient, motiu pel qual haja 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.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Calvo Porral, C. i Stanton, J.L. (2017) Principles of Marketing. Esic Editorial. Madrid
- Kotler, P., i Armstrong, G (2018). Principles of Marketing. Pearson/Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P. i Keller, K.L (2016) Marketing Management (15th Edition) Books Pearson India Education Services
- Perreault W., D., Cannon J., P., i McCarthy, J. E. (2008). Essentials of Marketing. A Marketing Planning Strategic Approach. Mc Graw Hill.