



Grado en Psicología 25934 - Recursos humanos

Guía docente para el curso 2012 - 2013

Curso: 4, Semestre: 1, Créditos: 6.0

Información básica

Profesores

- José María Sánchez Gómez jmsanche@unizar.es

Recomendaciones para cursar esta asignatura

Actividades y fechas clave de la asignatura

Los horarios y fechas clave de la asignatura puede consultarse en la página web de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas (<http://fcsh.unizar.es/>).

Inicio

Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

Introducción

Breve presentación de la asignatura

Breve descripción de sus contenidos: Factores que condicionan los estilos de consumo. Estrategias psicosociales de venta: la persuasión. El marketing. La investigación psicológica en el diseño de campañas publicitarias. Análisis del discurso publicitario. Marketing social y contrapublicidad

Contexto y competencias

Sentido, contexto, relevancia y objetivos generales de la asignatura

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

- 1:**
(5) Conocer y comprender los factores culturales y los principios psicosociales que intervienen en el comportamiento de los individuos, de los grupos y de las organizaciones.
- 2:**
(9) Conocer los distintos campos de aplicación de la Psicología y tener los conocimientos necesarios para incidir y promover la calidad de vida en los individuos, grupos, comunidades y organizaciones en los distintos contextos: educativo, clínico y salud, trabajo y organizaciones y comunitario. Respetar y promocionar los Derechos Humanos, así como su aplicación a las personas con necesidades educativas especiales, lo que implica el conocimiento y ejercicio de los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación, accesibilidad universal y diseño para todos.
- 3:**
(16) Saber describir y medir los procesos de interacción, la dinámica de los grupos y la estructura grupal e intergrupal
- 3:**
(17) Ser capaz de identificar diferencias, problemas y necesidades grupales e intergrupales grupales e intergrupales.
- 4:**
(18) Saber describir y medir los procesos de interacción, la dinámica y la estructura organizacional e interorganizacional
- 4:**
(19) Saber identificar problemas y necesidades organizacionales e interorganizacionales.
- 5:**
(20) Saber analizar el contexto donde se desarrollan las conductas individuales, los procesos grupales y organizacionales
- 6:**
(21) Saber seleccionar y administrar los instrumentos, productos y servicios y ser capaz de identificar a las personas y grupos interesados.
- 7:**
(22) Identificar las características relevantes del comportamiento de los individuos y grupos, sus problemas y necesidades, así como planificar y ejecutar las intervenciones adecuadas.
- 8:**
(23) Promover e incidir en la salud, la calidad de vida y bienestar de los individuos, grupos, comunidades

Importancia de los resultados de aprendizaje que se obtienen en la asignatura:

Evaluación

Actividades de evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

1:

- Valoración de pruebas escritas
- Valoración de los trabajos individuales y grupales
- Valoración del desarrollo, participación y calidad de las actividades para el desarrollo de las competencias.

2:

El sistema de evaluación de la asignatura se acomodará al propio de los ECTS. El volumen de trabajo del estudiante se divide en las siguientes tareas, cada una de ellas con un número de horas que determinará, en su día, el profesorado responsable: Asistencia a clases teóricas, asistencia a seminarios, asistencia a tutorías, asistencia a conferencias u otras actividades relacionadas, preparación de exámenes teóricos, preparación de las clases teóricas, preparación de los seminarios, preparación de los ensayos, trabajo en biblioteca, etc.

Este volumen de trabajo será evaluado según los siguientes porcentajes:

- Examen escrito: 25%
- Redacción de un ensayo: 30%
- Preparación y participación en el seminario: 20%
- Elaboración de fichas bibliográficas: 20%
- Resumen crítico de una conferencia, comunicación a un congreso, comentario de una película de cine, de artículos de prensa, etc., relacionados con la asignatura en cuestión: 5%

Se evaluará también la adquisición de algunas destrezas como la capacidad para seleccionar bibliografía, la capacidad para discernir entre problemas, tesis, soluciones, etc., la capacidad para analizar los argumentos y ponerlos en relación con las tesis que se desean confirmar, la capacidad para captar y evaluar diferencias entre autores, la capacidad para realizar distintas interpretaciones de textos, etc. Asimismo se evaluarán algunas habilidades sociales como la capacidad para trabajar en equipo, la habilidad para el diálogo y el debate y la expresión oral.

En cualquier caso el profesorado, en su libertad de cátedra, podrá adecuar estos criterios o establecer otros que considere oportunos de cara a la adecuada evaluación siempre manteniendo el planteamiento evaluativo expuesto.

2:

Para conocer la tasa de éxito y de rendimiento de anteriores académicos se pueden consultar los siguientes enlaces:

- Información de resultados Curso académico 2008/09

http://titulaciones.unizar.es/psicologia/infor_resultados.html

- Información de resultados Curso académico 2009/10

http://titulaciones.unizar.es/psicologia/infor_resultados10.html

- Información de resultados Curso académico 2010/11

http://titulaciones.unizar.es/psicologia/infor_resultados11.html

3:

Para más información consultar el Reglamento de Normas de Evaluación del Aprendizaje de la Universidad de Zaragoza:

http://www.unizar.es/sg/doc/6.1.Evaluaciondefinitivodia24_001.pdf.

Actividades y recursos

Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

Actividades de aprendizaje programadas (Se incluye programa)

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

1:
Breve descripción de sus contenidos: Factores que condicionan los estilos de consumo. Estrategias psicosociales de venta: la persuasión. El marketing. La investigación psicológica en el diseño de campañas publicitarias. Análisis del discurso publicitario. Marketing social y contrapublicidad

2:
ACTIVIDADES FORMATIVAS

Nombre de la actividad: Teoría

Créditos: 4

Metodología de enseñanza:

-Lección magistral

-Búsqueda bibliográfica

-Lecturas

-Evaluación

Competencias adquiridas:

(5) Conocer y comprender los factores culturales y los principios psicosociales

que intervienen en el comportamiento de los individuos, de los grupos y de las organizaciones.

(9) Conocer los distintos campos de aplicación de la Psicología y tener los conocimientos necesarios para incidir y promover la calidad de vida en los individuos, grupos, comunidades y organizaciones en los distintos contextos: educativo, clínico y salud, trabajo y organizaciones y comunitario.

Respetar y promocionar los Derechos Humanos, así como su aplicación a las personas con necesidades educativas especiales, lo que implica el conocimiento y ejercicio de los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación, accesibilidad universal y diseño para todos.

2:
Nombre de la actividad: Práctica

Créditos: 2

Metodología de enseñanza:

-Trabajos individuales

-Trabajos grupales

-Análisis de situaciones concretas.

- Análisis de aplicación en las organizaciones
- Actividades para desarrollar las competencias
- Evaluación

Competencias adquiridas:

(16)Saber describir y medir los procesos de interacción, la dinámica de los grupos y la estructura grupal e intergrupal

(17)Ser capaz de identificar diferencias, problemas y necesidades grupales e intergrupales grupales e intergrupales.

(18)Saber describir y medir los procesos de interacción, la dinámica y la estructura organizacional e interorganizacional

(19)Saber identificar problemas y necesidades organizacionales e interorganizacionales.

(20)Saber analizar el contexto donde se desarrollan las conductas individuales, los procesos grupales y organizacionales

(21)Saber seleccionar y administrar los instrumentos, productos y servicios y ser capaz de identificar a las personas y grupos interesados.

(22)Identificar las características relevantes del comportamiento de los individuos y grupos, sus problemas y necesidades, así como planificar y ejecutar las intervenciones adecuadas.

(23)Promover e incidir en la salud, la calidad de vida y bienestar de los individuos, grupos, comunidades y organizaciones.

Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

Referencias bibliográficas de la bibliografía recomendada

- El sociograma : estudio de las relaciones informales en las organizaciones / Armando Rodríguez Pérez, Dolores Morera Bello [coordinadores] . Madrid : Pirámide, 2001
- Nuevos casos en dirección y gestión de recursos humanos : 25 casos de recursos humanos acompañados de las soluciones propuestas por sus autores / Luis Puchol [et al.] ; dibujos de Carlos Ongallo . Madrid : Díaz de Santos, D.L. 2005
- Puchol, Luis. Dirección y gestión de recursos humanos / Luis Puchol . 7ª ed. act. Madrid : Díaz de Santos, D.L. 2007