

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	PSICOLOGÍA DEL CONSUMO, PUBLICIDAD Y MARKETING		
Identificador:	30949		
Titulación:	GRADUADO EN PSICOLOGÍA. PLAN 2020		
Módulo:	MENCIÓN EN PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONES		
Tipo:	OPTATIVA		
Curso:	3	Periodo lectivo:	
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	0	Trabajo Autónomo:	0
Idioma Principal:		Idioma Secundario:	
Profesor:		Correo electrónico:	

PRESENTACIÓN:

Se presenta conceptos sobre el comportamiento de los consumidores y las técnicas de comunicación y marketing usadas para orientar las decisiones de los consumidores.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Planificar proyectos con metas, plazos, acciones y recursos para alcanzar los resultados deseados.
	G02	Comunicar en la lengua materna, de forma oral y escrita, usando el registro adecuado a cada contexto y destinatario.
	G06	Reconocer la influencia que las emociones de las personas con las que se interactúa en el ámbito laboral tienen en el comportamiento y en el desempeño profesional.
	G13	Manejar eficaz y responsablemente una amplia gama de tecnologías digitales tanto de uso especializado como general para el desempeño de los roles y el cumplimiento de las funciones propias de la Psicología.
Competencias Específicas de la titulación	E06	Recopilar las necesidades, demandas, diferencias y recursos de los destinatarios en los diferentes ámbitos de aplicación.
	E07	Evaluar las características relevantes del comportamiento de los individuos, grupos y organizaciones mediante los métodos, técnicas e instrumentos adecuados.
	E12	Liderar la gestión de equipos mediante la anticipación y resolución de los conflictos, reconociendo los aspectos positivos de la diversidad, nutriendo el talento individual, reforzando consensos y estableciendo metas compartidas.
	E19	Identificar las limitaciones del análisis del comportamiento humano aceptando e integrando aportaciones, técnicas y saberes de otras disciplinas.
	E31	Colaborar con otros profesionales de las organizaciones en las funciones propias del psicólogo.
Resultados de Aprendizaje	R01	Presenta los fundamentos psicológicos de la conducta del consumidor.
	R02	Resume las teorías, modelos y metodologías que estudian el fenómeno del consumo.
	R03	Identifica los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores y sus implicaciones para el marketing.
	R04	Describe las herramientas metodológicas de análisis e investigación en el ámbito de la psicología del consumidor.
	R05	Reflexiona sobre las implicaciones éticas en el plano social y empresarial de las diferentes estrategias de marketing.
	R06	Integra las aportaciones propias de la Psicología al conocimiento de otras disciplinas a la hora de explicar el comportamiento de los consumidores y desarrollar estrategias de marketing.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Contenidos de la materia:

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía recomendada:

Bibliografía básica:

Páginas web recomendadas:

* Guía Docente sujeta a modificaciones