

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Psicología aplicada al marketing

Descripción:

La asignatura pretende ofrecer a los estudiantes los conocimientos básicos de Psicología y Psicología Social como marco de estudio desde el que aproximarse al ámbito del Marketing en sus diferentes modalidades. Además, los estudiantes deberán adquirir un conocimiento y lenguaje suficiente para poder analizar, en diferentes niveles, la complejidad de la conducta humana y aplicarlos a los diferentes campos profesionales y de investigación del Marketing. Para ello se abordarán diferentes procesos psicosociales básicos como el aprendizaje, el estudio de las necesidades y la motivación, las emociones, el funcionamiento de la memoria, la percepción, las actitudes y la persuasión, así como conocimientos útiles de la psicología del desarrollo humano, la psicología de los grupos y organizaciones y la psicología de la comunicación.

Carácter: Básica

Créditos ECTS: 6

Contextualización:

- Procesos psicosociales básicos
- Técnicas de investigación en psicología y psicología social.

Modalidad: Online

Temario:

- Introducción a la Psicología y a la Psicología Social
- La Psicología aplicada al Marketing
- Técnicas de Investigación Psicológica aplicadas al Marketing
- Psicología de aprendizaje y memoria
- Psicología de la motivación y emoción
- Psicología de la percepción y cognición social
- Actitudes, Persuasión y Tácticas de influencia
- Personalidad, Identidad y Psicología de los grupos

Competencias:

- CE7: Conocer y comprender los principios psicosociales del funcionamiento de los grupos y de las organizaciones.

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas	15	100%
Clases prácticas	20	100%
Trabajo autónomo	100	0%
Tutorías	13	100%

Pruebas	2	100%
---------	---	------

Metodologías docentes:

Lección magistral participativa	El estudiante interviene, complementando o dando <i>feedback</i> a la exposición del profesor.
Estudio de casos / Resolución de problemas	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.
Trabajo Cooperativo	El trabajo en grupo se convierte en la herramienta para trabajar en grupos de discusión, grupos focales, debates, coloquios o foros.
Seguimiento	El profesor realiza tareas de orientación y seguimiento al alumnado
Revisión bibliográfica	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación del Portafolio	40	60
Evaluación de la prueba	40	60

Normativa específica:

No se han establecido requisitos previos para esta asignatura.

Bibliografía:

Ponce, E. C. (2000). Manual de psicología aplicada a la empresa (Vol. 2). Ediciones Granica SA.