



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT  
**PRÀCTIQUES EXTERNES**

Coordinació: DEL ARCO BRAVO, ISABEL

Any acadèmic 2023-24

## Informació general de l'assignatura

<b>Denominació</b>	PRÀCTIQUES EXTERNES			
<b>Codi</b>	14464			
<b>Semestre d'impartició</b>	2N Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
<b>Caràcter</b>	<b>Grau/Màster</b>	<b>Curs</b>	<b>Caràcter</b>	<b>Modalitat</b>
	Màster Universitari en Psicopedagogia	1	OBLIGATÒRIA	Presencial
<b>Nombre de crèdits assignatura (ECTS)</b>	14			
<b>Tipus d'activitat, crèdits i grups</b>	<b>Tipus d'activitat</b>	PAES		
	<b>Nombre de crèdits</b>	14		
	<b>Nombre de grups</b>	1		
<b>Coordinació</b>	DEL ARCO BRAVO, ISABEL			
<b>Departament/s</b>	CIÈNCIES DE L'EDUCACIÓ			
<b>Informació important sobre tractament de dades</b>	Consulteu <a href="#">aquest enllaç</a> per a més informació.			
<b>Idioma/es d'impartició</b>	Català			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
DEL ARCO BRAVO, ISABEL	isabel.delarco@udl.cat	0	
DO PATROCINIO CAVALCANTE, SILVIA LARISSE	silvia.cavalcante@udl.cat	,2	
FERNÁNDEZ JOVÉ, ARES	ares.fernandez@udl.cat	,2	
GARCES MARTIN, RAQUEL	raquel.garces@udl.cat	,4	
GARCIA DE ARCO, JANET	janet.garcia@udl.cat	,2	
LLEVOT CALVET, NURIA	nuria.llevot@udl.cat	,4	
SUBARROCA BULLICH, SANDRA	sandra.subarroca@udl.cat	1,6	

## Objectius acadèmics de l'assignatura

- Conèixer les relacions existents entre la psicologia i el comportament del consumidor i el màrqueting
- Analitzar des del punt de vista de la psicologia social, la comunicació en els missatges publicitaris

## Competències

### Competencias básicas:

CB2 Aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

### Competencias Generales:

CG1 Desarrollar la capacidad de adaptación a nuevas situaciones y resolver problemas de una manera efectiva.

CG7 Actuar con creatividad, cultura de investigación y de comunicación profesional.

## Competències Específiques:

CE1 Identificar y analizar las características y las necesidades de las personas, grupos y organizaciones, así como de los contextos relevantes para el servicio que se solicita.

CE2 Planificar la evaluación de los programas y/o intervenciones psicológicas, seleccionando los indicadores y técnicas adecuados.

CE4 Analizar e interpretar los resultados de la evaluación psicológica.

CE6 Responder y actuar de forma adecuada y profesional, teniendo en cuenta las actitudes y valores de la profesión, así como su código ético y deontológico, en todos y cada uno de los procesos de intervención.

CE8 Elaborar informes técnicos, orales y escritos, sobre los resultados del proceso de evaluación, de la investigación o de los servicios demandados, respetando el compromiso ético que exige la difusión de conocimiento psicológico.

## Competències Transversales:

CT2 Adquirir un dominio significativo de una lengua extranjera, especialmente del inglés.

## Continguts fonamentals de l'assignatura

La psicologia la societat del consum, la publicitat i el màrqueting.

- Introducció històrica i cultural sobre el consum i la publicitat.
- Aproximació històrica a l'anàlisi psicològica de la publicitat i el màrqueting.
- Els reptes i oportunitats actuals de la societat del consum. El paper de la psicologia.

La psicologia del consum.

- Conceptes bàsics.
- Teories sobre el comportament de consum: teoria racional-econòmica, teoria crítica, teories psicoanalítiques, models cognitiu-conductuals, teories d'aprenentatge social, tendències actuals.
- Els processos psicològics del consum.

La psicologia i la publicitat.

- El procés creatiu publicitari.
- Motivacions de consum: Pensaments, emocions, símbols, marca, preu.

Els consumidors: la presa de decisions.

- Introducció: què es decideix, quin tipus de decisions existeixen, i en què consisteix el procés de decisió?
- Processos previs a l'adopció del producte.
- El procés d'adopció del producte.
- Processos posteriors a l'adopció del producte.

Comportament del mercat i del consumidor.

- Màrqueting social
- Comerç electrònic
- Neuomàrqueting
- Màrqueting Personal

## Eixos metodològics de l'assignatura

4. Aprendizaje basat en problemes (ABP)

6. Seminarios

10. Coloquios / Debats dirigits

11. Portafolios

## Pla de desenvolupament de l'assignatura

Classes teòriques presencials: 26h.

Classes pràctiques presencials: 25h.

Assistència a tutories individuals / grupals: 1h

Lectura i anàlisi de textos: 15h.

Elaboració de treballs / informes individuals / grupals: 60h

Exposicions orals individuals / grupals: 8h

Estudi i preparació de les classes i proves d'avaluació: 15h

Total: 150h

## Sistema d'avaluació

Proves escrites / exàmens: 20% - 60%

Proves pràctiques / aplicades: 20% - 60%

Treballs realitzats per l'estudiant relacionats amb les activitats d'aprenentatge: 20% - 60%

Altres activitats (assistència i participació a classe / fòrums, debats virtuals, etc.): 10% - 30%