



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE
**PSICOLOGÍA SOCIAL DEL
CONSUMO, DEL MARKETING Y
DE LA PUBLICIDAD**

Coordinación: FATSINI PRATS, MONICA

Año académico 2021-22

Información general de la asignatura

Denominación	PSICOLOGÍA SOCIAL DEL CONSUMO, DEL MARKETING Y DE LA PUBLICIDAD			
Código	102951			
Semestre de impartición	2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Grado en Psicología	3	OPTATIVA	Presencial
Número de créditos de la asignatura (ECTS)	6			
Tipo de actividad, créditos y grupos	Tipo de actividad	PRAULA	TEORIA	
	Número de créditos	1.8	4.2	
	Número de grupos	1	1	
Coordinación	FATSINI PRATS, MONICA			
Departamento/s	PSICOLOGIA			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\nprofesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
FATSINI PRATS, MONICA	monica.fatsini@udl.cat	6	

Competencias

Competencias básicas:

CB4 Poder transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias Generales:

CG8 Identificar y evaluar las propias competencias, habilidades y conocimientos según los estándares de la profesión.

Competencias Específicas:

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.

CE5 Diseñar y aplicar una estrategia/plan de intervención psicológica, en función de los contextos o servicio demandados.

CE9 Usar las distintas fuentes documentales en psicología, mostrar un dominio de las estrategias necesarias para acceder a la información y valorar la necesidad de actualización documental.

CE10 Gestionar, analizar e interpretar datos en los marcos de los conocimientos disciplinarios propios de los diferentes ámbitos de la psicología.

Competencias Transversales:

CT3 Adquirir capacitación en el uso de las nuevas tecnologías y de las tecnologías de la información y la comunicación.