



Guía Didáctica - MASTER

ASIGNATURA: Diseño de programas de prevención e intervención social y comunitaria y marketing social

Título: **Máster Universitario en Psicología de la Intervención Social y Comunitaria**

Materia: **Metodología de los programas de prevención e intervención social y comunitaria**

Créditos: **9 ECTS**

Código: **Ejemplo: 33GEPR**

Índice

1. Organización general.....	3
1.1. Datos de la asignatura.....	3
1.2. Introducción a la asignatura.....	3
1.3. Competencias y resultados de aprendizaje	4
2. Contenidos/temario	5
4. Metodologías Docentes	7
5. Evaluación	8
Sistema de evaluación.....	8
Sistema de calificación	9
4. Bibliografía	10

1. Organización general

1.1. Datos de la asignatura

MATERIA	Metodología de los programas de prevención e intervención social y comunitaria
ASIGNATURA	Diseño de programas de prevención e intervención social y comunitaria y marketing social 9 ECTS
Carácter	Obligatorio
Curso	Primero
Cuatrimestre	Primero
Idioma en que se imparte	Castellano
Requisitos previos	No existen
Dedicación al estudio recomendada por ECTS	25 horas

1.2. Introducción a la asignatura

Esta asignatura pretende ofrecer los elementos para que el alumnado sea capaz de evaluar y detectar necesidades en la población con el objetivo de lograr diseñar programas y proyectos de prevención e intervención y conocer las diferentes estrategias y técnicas de marketing social. Además, se trabajará con el alumnado diferentes herramientas y el desarrollo de habilidades comunicativas para la promoción y venta del programa o proyecto en diferentes sectores privados y/o públicos.

Asimismo, se desarrollarán competencias para el diseño de campañas de información preventivas y de promoción de la salud pública.

1.3. Competencias y resultados de aprendizaje

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB6. *Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.*

CB7. *Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.*

CB8. *Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.*

CB9. *Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.*

CB10. *Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.*

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

C.E.1.- Diseñar programas y proyectos de intervención psicológica social y comunitaria de acuerdo con la demanda, sus necesidades y el contexto de aplicación.

C.E.2.- Diseñar campañas, estrategias de marketing e iniciativas de comunicación en los medios en el contexto de programas de intervención psicosocial y comunitaria.

C.E.3.- Evaluar los resultados e impacto en el bienestar psicosocial y comunitario de un programa de intervención implementado en el ejercicio del psicólogo de intervención social.

C.E.4.- Aplicar estrategias de análisis cualitativo y cuantitativo de la información obtenida en programas de prevención e intervención social y comunitaria.

C.E.5- Diseñar instrumentos para la evaluación y detección de necesidades en el contexto de la psicología de la intervención social y comunitaria.

2. Contenidos/temario

Tema 1. Justificación de un proyecto o programa de prevención e intervención social y comunitaria.

Tema 2. Planificación y evaluación de necesidades en un proyecto o programa de prevención e intervención social y comunitaria.

Tema 3. Diseño del programa y proyecto de prevención e intervención social y comunitaria.

Tema 4. Implementación y evaluación de programas o proyectos de prevención e intervención social y comunitaria.

Tema 5. Seguimiento del proyecto o programa de prevención e intervención social y comunitaria.

Tema 6. Búsqueda de financiación y técnicas de marketing social.

Tema 7. Estrategias de comunicación de organizaciones sociales y comunitarias.

3. Actividades Formativas

Sistema de Evaluación	Ponderación	Sistema de Evaluación
Clases expositivas	30,5	100%
Sesiones con expertos en el aula	4	100%
Observación y evaluación de recursos didácticos audiovisuales	10	0%
Estudio y seguimiento de material interactivo	10	0%
Clases prácticas: estudio de casos, simulación, resolución de problemas y/o diseño de proyectos	30	100%
Prácticas observacionales de intervención	0	30%
Actividades de seguimiento de la asignatura	20	0%
Tutorías	10	30%
Lectura, análisis y estudio del manual de la asignatura	30	0%
Lectura, análisis y estudio de material complementario	25	0%
Desarrollo de actividades del portafolio	25	0%
Trabajo cooperativo	29,5	0%
Prueba objetiva final	1	100%

4. Metodologías Docentes

Lección Magistral

Lección Magistral participativa

Estudio de casos

Resolución de problemas

Simulación

Seguimiento

Revisión bibliográfica

Debate crítico

Observación

Trabajo cooperativo

Monitorización de actividades del alumnado

Cuaderno reflexivo de la asignatura

5. Evaluación

Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la UNIVERSIDAD se sustenta en los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y está adaptado a la estructura de formación virtual propia de esta Universidad. De este modo, se dirige a la evaluación de competencias.

Es requisito indispensable aprobar el portafolio y la prueba final con un mínimo de 5 para ponderar las calificaciones.

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Portafolio*	30%	50 %
<p>Colección de tareas realizadas por el alumnado y establecidas por el profesorado. La mayoría de las tareas aquí recopiladas son el resultado del trabajo realizado dirigido por el profesorado en las actividades, tutorías colectivas, etc. Esto permite evaluar, además de las competencias conceptuales, otras de carácter más práctico, procedimental o actitudinal.</p>		
Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Prueba final*	40%	60 %
<p>La realización de una prueba cuyas características son definidas en cada caso por el correspondiente profesorado.</p>		

***Es requisito indispensable para superar la asignatura aprobar cada apartado (portafolio y prueba final).**

Atendiendo a la Normativa de Evaluación de la Universidad, se tendrá en cuenta que la utilización de **contenido de autoría ajena** al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. Los casos de plagio serán sancionados con suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. Asimismo, el uso de **medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación** implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

Sistema de calificación

Los criterios de evaluación se definirán de manera específica para cada una de las actividades en el transcurso de la asignatura. De todos modos, sirva como norma general las pautas que se indican a continuación.

Se establecerá una calificación en los siguientes cálculos y términos:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Etiqueta Oficial
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

El nivel de competencia en cada una de las actividades realizadas se medirá, en términos generales, en función de la adecuación en el planteamiento de los contenidos generales y contenidos específicos, así como en la corrección de la estructura formal y organización del discurso (semántica, sintaxis y léxico). Por último, se valorará la originalidad y creatividad de las intervenciones en las actividades que así lo requieran valorando también la fundamentación bibliográfica de éstas.

4. Bibliografía

Álvarez-Rojo, V., García-Jiménez, E., Gil-Flores, J., Martínez-Clares, P., Romero-Rodríguez, S., & Rodríguez-Santero, J. (Coords.) (2002). *Diseño y evaluación de programas*. Madrid: Ed. Eos.

Donovan, R., & Henley, N. (2010;2012;). *Principles and practice of social marketing: An international perspective*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511761751>

Rodríguez Ardura, I., Bigné Alcañiz, J. E., & Küster Boluda, I. (2007). Estrategias y técnicas de comunicación. Editorial UOC. Recuperado de: <https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/ereader/universidadviu/56384?page=1>.

Silva-Ayçaguer, L. C. (2000). *Diseño razonado de muestras y captación de datos para la investigación sanitaria*. Madrid: Díaz de Santos

Wood, M. (2012). Marketing social marketing. *Journal of Social Marketing*, 2(2), 94-102. <https://doi.org/10.1108/20426761211243937>