



## GUÍA DOCENTE CURSO: 2014-15

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA				
Asignatura:	Complementos para la Formación en Economía, Empresa y Comercio			
Código de asignatura:	70352147	Plan:	Máster en Profesorado de Educación Secundaria	
Año académico:	2014-15	Ciclo formativo:	Máster Universitario Oficial	
Curso de la Titulación:	1	Tipo:	Complemento Formación	
Duración:	Segundo Cuatrimestre			
DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA SEGÚN NORMATIVA				
	Créditos:	6	Horas Presenciales del estudiante:	45
			Horas No Presenciales del estudiante:	105
			Total Horas:	150
UTILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL:		Apoyo a la docencia		

DATOS DEL PROFESORADO			
Nombre	Pablo Valenciano, Jaime de		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B) 1		
Despacho	05		
Teléfono	+34 950 015169	E-mail (institucional)	jdepablo@ual.es
Recursos Web personales	<a href="#">Web de Pablo Valenciano, Jaime de</a>		
Nombre	Giménez Torres, María Luisa		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B) 2		
Despacho	24		
Teléfono	+34 950 015190	E-mail (institucional)	mlgimene@ual.es
Recursos Web personales	<a href="#">Web de Giménez Torres, María Luisa</a>		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	1/8



ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==

## ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Actividades previstas para el aprendizaje y distribución horaria del trabajo del estudiante por actividad (estimación en horas)

I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE (Presenciales / Online)	• Gran Grupo	0,0	
	• Grupo Docente	30,0	
	• Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	15,0	
	<i>Total Horas Presenciales/On line ...</i>		45,0
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo Autónomo)	• ( Trabajo en grupo, Trabajo individual )	105	
	<i>Total Horas No Presenciales ...</i>		105
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE			150,0

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>23/07/2015</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>2/8</b>
			
ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==			

## ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

### Justificación de los contenidos

La asignatura tiene como objetivo introducir al alumnado en los temas relacionados con la economía, la empresa y el comercio que forman parte de los currículos de ESO y Bachillerato (educación secundaria postobligatoria) modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales.

En cuanto a la Formación Profesional esta asignatura familiariza al alumnado con la enseñanza de la empresa, el

comercio y el marketing en los diferentes módulos de la familia de Comercio y Marketing y relaciona los desarrollos recientes de la disciplina con contextos reales de aplicación de los mismos.

### Materia con la que se relaciona en el Plan de Estudios

Ninguna

### Conocimientos necesarios para abordar la Asignatura

La asignatura requiere conocimientos previos (nivel de introducción) sobre ECONOMÍA, organización de la empresa y marketing-

### Requisitos previos recogidos en la memoria de la Titulación

No existen requisitos diferentes a los existentes para el acceso y admisión en el máster

## COMPETENCIAS

### Competencias Generales

#### Competencias Genéricas de la Universidad de Almería

- Competencia social y ciudadanía global
- Conocimientos básicos de la profesión
- Capacidad para resolver problemas
- Comunicación oral y escrita en la propia lengua
- Habilidad en el uso de las TIC
- Capacidad de crítica y autocrítica
- Trabajo en equipo
- Compromiso ético
- Capacidad para aprender a trabajar de forma autónoma

#### Otras Competencias Genéricas

- Comprender y poseer conocimientos
- Capacidad de emitir juicios
- Capacidad de comunicar y aptitud social

### Competencias Específicas desarrolladas

- CE29. Conocer el valor formativo y cultural de las materias correspondientes a la especialización y los contenidos de economía, empresa y comercio y marketing que se cursan en las respectivas enseñanzas.
- CE30. Conocer la historia y los desarrollos recientes de las materias de economía, empresa y comercio y marketing y sus perspectivas para poder transmitir una visión dinámica de las mismas.

CE31. Conocer contextos y situaciones de economía, empresa y comercio y marketing en que se usan o aplican los diversos contenidos curriculares.

- CE32. Conocer la evolución del mundo laboral, la interacción entre sociedad, trabajo y calidad de vida, así como la necesidad de adquirir la formación adecuada para la adaptación a los cambios y transformaciones que pueda requerir la profesión.

## OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

El alumnado ha de ser capaz de:

- Localizar la información necesaria en el material disponible.
- Buscar soluciones a cuestiones planteadas de forma individual.
- Relacionar los contenidos teóricos con la solución de problemas.
- Comprender el valor formativo y cultural de las materias de economía y empresa.
- Comprender el valor formativo y cultural del marketing en la enseñanza de los módulos de la familia de Comercio y Marketing.
- Conocer los contenidos curriculares de economía y empresa que se cursan en la ESO y Bachillerato.
- Conocer los contenidos curriculares de comercio y marketing que se cursan en los ciclos formativos de grado medio y superior.
- Conocer los desarrollos recientes del conocimiento en economía, comercio y marketing y las perspectivas actuales para poder transmitir una visión dinámica de tales conocimientos.
- Hacer referencia a contextos y situaciones reales en las que se usan o aplican los diversos contenidos curriculares de comercio y marketing y los de economía y empresa.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==

PÁGINA

3/8



ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==

**BLOQUES TEMÁTICOS Y MODALIDADES ORGANIZATIVAS****Bloque** BLOQUE GENERAL**Contenido/Tema**

**Capítulo 1 La Economía y la Empresa en la Enseñanza de Bachillerato**

1. Importancia de la Economía y la Empresa en la enseñanza de Bachillerato
2. Los contenidos curriculares de Economía y Empresa que se cursan en Bachillerato
3. Desarrollos recientes y perspectivas actuales del conocimiento en Economía y Empresa
4. Contextos y situaciones reales de aplicación de Economía y Empresa

**Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo**

Modalidad Organizativa	Procedimientos y Actividades Formativas	Observaciones	Horas Pres./On line
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Búsqueda, consulta y tratamiento de información		2,0

**Descripción del trabajo autónomo del alumno**

Búsqueda de información en bases de datos

**Contenido/Tema**

**Capítulo 2 La Economía y la Empresa en la formación profesional**

- 2.1 Definición
- 2,2, Contexto legal
- 2,3, Objetivos y fiabilidad
- 2.4 Cualificaciones profesionales

**Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo**

Modalidad Organizativa	Procedimientos y Actividades Formativas	Observaciones	Horas Pres./On line
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Búsqueda, consulta y tratamiento de información		1,0

**Descripción del trabajo autónomo del alumno**

Búsqueda de información en bases de datos

**Contenido/Tema**

**Capítulo 3. Objetivos y contenidos de la familia profesional de comercio y marketing. Búsqueda de información.**

- 3.1. Elementos característicos de los sectores
- 3.2. Familia profesional
- 3.3. Organización de módulos para alcanzar las capacidades requeridas
- 3.4. Ciclo superior de comercio internacional
- 3.5. Enseñanzas en ciclos formativos
- 3.6. Búsqueda de información

**Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo**

Modalidad Organizativa	Procedimientos y Actividades Formativas	Observaciones	Horas Pres./On line
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		2,0

**Descripción del trabajo autónomo del alumno**


Búsqueda de información en bases de datos

**Contenido/Tema**

**Capítulo 4. Planificación didáctica**

- 4.1. Tipos de programaciones

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almería</b>	<b>Fecha</b>	<b>23/07/2015</b>
<b>ID. FIRMA</b>	blade39adm.ual.es	<b>PÁGINA</b>	<b>4/8</b>
			
ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==			

4.2 Elementos de una programación
4.3. Propuesta de programación
4.4 Metodología didáctica
4.5. Criterios de evaluación
4.6. Materiales y recursos didácticos

**Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo**

Modalidad Organizativa	Procedimientos y Actividades Formativas	Observaciones	Horas Pres./On line
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Estudio de casos		2,0

**Descripción del trabajo autónomo del alumno**

Búsqueda de información en bases de datos

**Bloque BLOQUE ESPECÍFICO**

**Contenido/Tema**

<p><b>Capítulo 5- Objetivos y contenidos de la asignatura de economía. Búsqueda de información.</b></p> <p>5.1. La economía y sus relaciones con otras ciencias</p> <p>5.2. Objetivos del modulo de economía</p> <p>5-3. Contenidos del modulo de economía</p> <p>5.4. Criterios de evaluación0</p> <p>5.5. Búsqueda de información</p>
---

**Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo**

Modalidad Organizativa	Procedimientos y Actividades Formativas	Observaciones	Horas Pres./On line
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Búsqueda, consulta y tratamiento de información		2,0

**Descripción del trabajo autónomo del alumno**

Búsqueda de información en bases de datos

**Contenido/Tema**

<p><b>Capítulo 6. Globalización, deslocalización.. Teorías del desarrollo económico</b></p> <p>6.1. Teorías del desarrollo económico</p> <p>6.2. Norte- sur</p> <p>6.3 La globalización y el libre mercado</p> <p>6.4 Temas a debatir</p>
---

**Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo**

Modalidad Organizativa	Procedimientos y Actividades Formativas	Observaciones	Horas Pres./On line
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		2,0

**Descripción del trabajo autónomo del alumno**

Búsqueda de información en bases de datos

**Contenido/Tema**

<p><b>Capítulo 7 Desarrollo sostenible</b></p> <p>7.1. Concepto</p> <p>7.2 Estudios de casos</p> <p>7.3. Temas a debatir</p>
--

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>23/07/2015</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>5/8</b>
			
ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==			

<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		1,0
	Proyecciones audiovisuales		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		1,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
Búsqueda de información en bases de datos			
<b>Contenido/Tema</b>			
	<b>Capítulo 8. Emprendimiento</b> 8.1. Fomentar el espíritu emprendedor 8.2 Estudios de casos 8.3 Como se fomenta el espíritu emprendedor entre los alumnos		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		2,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
Búsqueda de información en bases de datos			
<b>Contenido/Tema</b>			
	<b>Capítulo 9. Procesos de integración económica</b> 9.1. Economía cerrada/abierta 9.2 Tipos de integración 9.3 Estudios de casos		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		1,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
Búsqueda de información en bases de datos			
<b>Contenido/Tema</b>			
	<b>Capítulo 10. Economía informal</b> 10.1 Definición 10.2 Efectos de la economía informal para la economía 10.3 Estudios de casos		
<b>Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo</b>			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		1,0
<b>Descripción del trabajo autónomo del alumno</b>			
Búsqueda de información en bases de datos			

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>23/07/2015</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>6/8</b>
			
ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==			

## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

### Criterios de Evaluación

La evaluación se basará en la comprobación del desarrollo efectivo de las competencias:

- Dominio de conocimientos.
- Capacidad de búsqueda de información, análisis y síntesis de la misma.
- Capacidad de adoptar una perspectiva crítica sobre los temas y casos debatidos.
- Capacidad de relacionar los contenidos teóricos con la práctica en el contexto la economía, la empresa y el marketing.

#### Actividades presenciales:

Asistencia a clases teórico-prácticas: 35%

Actividades prácticas (participación, debates, casos,...):25%

Actividades de tutoría (orientación y seguimiento del trabajo en equipo,...): 10%

#### Actividades no presenciales:

Actividades de trabajo autónomo del/la alumno/a,

individuales o en equipo (preparación de lecturas,

resolución de casos y problemas, trabajos en equipo,...): 20%

Actividades de evaluación (exámenes y autoevaluaciones en Aula Virtual,...): 10%

La calificación de cada estudiante se obtendrá a partir de la ponderación de las actividades dirigidas y el seguimiento del trabajo realizado:

- Listado de asistencia a clase y tutorías
- Observación directa del proceso de aprendizaje del estudiante durante las clases teórico-prácticas.
- Pruebas, casos resueltos en clase: valoración final de los informes entregados al final de cada módulo.
- Valoración de la resolución de casos y respuestas a las cuestiones planteadas en relación con las lecturas propuestas por el profesorado.
- Entrevista personal al final de cada módulo.

### Porcentajes de Evaluación de las Actividades a realizar por los alumnos

	Actividad	(Nº horas)	Porcentaje
I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE (Presenciales / Online)	• Gran Grupo	( 0 )	0 %
	• Grupo Docente	( 30 )	20 %
	• Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	( 15 )	10 %
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo autónomo)	• ( Trabajo en grupo, Trabajo individual )	(105)	70 %

### Instrumentos de Evaluación

- Informe de progreso
- Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.
- Pruebas finales (escritas u orales).
- Memoria.

### Mecanismos de seguimiento

- Asistencia a tutorías
- Asistencia y participación en seminarios
- Alta y acceso al aula virtual
- Participación en herramientas de comunicación (foros de debate, correos)
- Entrega de actividades en clase
- Entrega de actividades en tutorías
- Entrega de actividades en aula virtual

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==

PÁGINA

7/8



ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==

## BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía recomendada

#### Básica

- DIRECCIÓN DE MARKETING (KOTLER, P., LANE, K., CÁMARA, D., Y MOLLÁ A) - Bibliografía básica
- Economía (Wonnacott, P. y Wonnacott, R) - Bibliografía básica
- Economía:teoría y política (Mochón, F.) - Bibliografía básica
- La Distribución Comercial: Opciones Estratégicas (SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, J. M.) - Bibliografía básica
- marketing (KOTLER, P., ARMSTRONG, G., CRUZ., I. Y CÁMARA, D. ()) - Bibliografía básica
- Marketing. Conceptos y Estrategias. (SANTESMASES, M.) - Bibliografía básica
- Principios de Economía (Lipsey, R. G. y Harbury, C. ,) - Bibliografía básica

#### Complementaria

### Bibliografía existente en el Sistema de Información de la Biblioteca de la UAL

Puede ver la bibliografía existente en la actualidad en el Sistema de Gestión de Biblioteca consultando en la siguiente dirección:

<http://almirez.ual.es/search/e?SEARCH=COMPLEMENTOS PARA LA FORMACION EN ECONOMIA, EMPRESA Y COMERCIO>

### DIRECCIONES WEB

- <http://www.eumed.net/>  
*Enciclopedia de las Ciencias Sociales*

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>23/07/2015</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>8/8</b>



ofG9BbMuRBDrURFZJ4CLsA==