



GUÍA DOCENTE CURSO: 2018-19

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:	2018-19	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 totales de la asignatura:	150	
UTILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL:		Multimodal	

DATOS DEL PROFESORADO			
Nombre	Piedra Muñoz, Laura		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta 2		
Despacho	26		
Teléfono	+34 950 015503	E-mail (institucional)	lapiedra@ual.es
Recursos Web personales	http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=525353565651555788		
Nombre	Pablo Valenciano, Jaime de		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta 1		
Despacho	05		
Teléfono	+34 950 015169	E-mail (institucional)	jdepablo@ual.es
Recursos Web personales	http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=505553495652485488		
Nombre	Profesor/a pendiente de contratación o asignación		
Departamento			
Edificio	. Planta		
Despacho			
Teléfono		E-mail (institucional)	
Recursos Web personales	http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	27/09/2018
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	1/6



qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==

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 Transversales 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

Competencias Básicas

- 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/qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

27/09/2018

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==

PÁGINA

2/6



qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==

PLANIFICACIÓN

Temario

BLOQUE GENERAL

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

- 1.1. Importancia de la Economía y la Empresa en la enseñanza de Bachillerato.
- 1.2. Los contenidos curriculares de Economía y Empresa que se cursan en Bachillerato.
- 1.3. Desarrollos recientes y perspectivas actuales del conocimiento en Economía y Empresa.
- 1.4. Contextos y situaciones reales de aplicación de Economía y Empresa.

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

- 2.1. Definición.
- 2.2. Contexto legal.
- 2.3. Objetivos y finalidad.
- 2.4. Cualificaciones profesionales.

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.

Capítulo 4. Planificación didáctica.

- 4.1. Tipos de programaciones.
- 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.

BLOQUE ESPECÍFICO

Capítulo 5. Objetivos y contenidos de la asignatura de Economía.

- 5.1. La Economía y sus relaciones con otras ciencias.
- 5.2. Objetivos del módulo de Economía.
- 5.3. Contenidos del módulo de Economía.
- 5.4. Criterios de evaluación.
- 5.5. Búsqueda de información.

Capítulo 6. Globalización, deslocalización. Teorías del desarrollo económico

- 6.1. Teorías del desarrollo económico.
- 6.2. Norte- sur.
- 6.3. La globalización y el libre mercado.
- 6.4. Temas a debatir.

Capítulo 7. Desarrollo sostenible.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

27/09/2018

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==

PÁGINA

3/6



qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==

7.1. Concepto.

7.2. Estudios de casos.

7.3. Temas a debatir.

Capítulo 8. Emprendimiento.

8.1. Fomentar el espíritu emprendedor.

8.2. Estudios de casos.

8.3. Cómo se fomenta el espíritu emprendedor entre los alumnos.

Capítulo 9. Procesos de integración económica.

9.1. Economía cerrada/abierta.

9.2. Tipos de integración.

9.3. Estudios de casos.

Capítulo 10. Economía informal.

10.1. Definición.

10.2. Efectos de la Economía informal para la Economía.

10.3. Estudios de casos.

Metodología y Actividades Formativas

Clases magistrales participativas. Resolución de actividades académicamente dirigidas. Estudio de casos. Realización de ejercicios. Proyecciones audiovisuales. Debate y puesta en común. Búsqueda, consulta y tratamiento de información. Utilización de webs del MEC y de la Consejería de Educación de Andalucía. Exposición de grupos de trabajo. Debate y puesta en común. Trabajo en equipo y exposición de grupos de trabajo.

Actividades de Innovación Docente

Actividades de innovación docente recogidas dentro de los grupos denominados "Diseño y mejora de materiales docentes para la Economía y las Matemáticas" y "Diseño de asignaturas multimodales en el ámbito económico y social".

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	27/09/2018
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	4/6
			
qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==			

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

Crterios e Instrumentos de Evaluación

La evaluación se basará en:

- Asistencia y participación en clase, así como debates y demás actividades:25%.
- Exposición de trabajos: 75%.

Será optativo la realización de un examen.

Se tendrá en cuenta:

- Capacidad de crítica.
 - Capacidad para aprender a trabajar de forma autónoma.
 - Capacidad de resolver problemas.
 - Compromiso social y ciudadanía global. La economía es una ciencia social y por tanto afecta a la ciudadanía.
 - Compromiso ético. En los tiempos actuales es fundamental tener un compromiso ético.
 - Comunicación oral y escrita en la propia lengua: Expresarse oralmente con claridad, soltura y seguridad ante pares y docentes. Presentar y defender oralmente un trabajo propio ante una audiencia formada por sus propios pares y profesorado.
 - Conocimiento básicos de la profesión. El alumno/a debe de conocer la profesión del docente.
 - Habilidad en el uso de las TICs: Utilizar eficazmente las TICs como medio de comunicación interpersonal y para la creación de actividades para la docencia.
 - Trabajo en equipo: Actuar recíprocamente con generosidad, eficacia y profesionalidad, así como negociar y resolver los posibles conflictos que surjan.
 - Capacidad de emitir juicios: Analizar y comunicar adecuadamente los argumentos y/o evidencias que sustentan la opinión personal acerca de metodologías, uso de recursos y diseño de actividades propias o de sus pares.
 - Capacidad de comunicar y aptitud social: Analizar y ser conscientes de los valores del entorno social con respecto a temas educativos, evaluarlos y reconstruirlos afectiva y racionalmente para crear progresivamente la propia identidad como profesor de secundaria. Explicar, argumentando la toma de posiciones con respecto a la identidad profesional que se pretende lograr.
- Competencias específicas: Realización adecuada de las actividades propuestas en cada bloque por cada profesor o profesora. Defensa oral de uno de los trabajos realizados. Participación en clase.

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/qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	27/09/2018
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	5/6
			
qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==			

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada

Básica

- MANKIW / TAYLOR. ECONOMÍA. EDICIONES PARANINFO S.A.. 2017.
- Lipsey, R. G. y Harbury, C.. Principios de Economía. Vicens Vives. 1996.
- Mochón, F.. Economía: teoría y política. Mc Graw Hill. 2009.
- Wonnacott, P. y Wonnacott, R. Economía. Mc Graw Hill. 2008.
- KOTLER, P., ARMSTRONG, G., CRUZ., I. Y CÁMARA, D.. Marketing. Prentice Hall. 2005.
- KOTLER, P., LANE, K., CÁMARA, D., Y MOLLÁ A. DIRECCIÓN DE MARKETING. PRENTICE-HALL. 2006.
- SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, J. M.. La Distribución Comercial: Opciones Estratégicas. ESIC. 2001.
- SANTESMASES, M.. Marketing. Conceptos y Estrategias.. PIRAMIDE. 2004.

Complementaria

Otra Bibliografía

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/qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	27/09/2018
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	6/6



qt8WFT3CqyTYBQOL0WF5Pw==