



## GUÍA DOCENTE CURSO: 2016-17

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:	2016-17	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:		Multimodal		

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>		
Nombre	Profesor/a pendiente de contratación o asignación		
Departamento			
Edificio			
Despacho			
Teléfono		E-mail (institucional)	
Recursos Web personales	<a href="#">Web de Profesor/a pendiente de contratación o asignación</a>		
Nombre	Ruiz Real, José Luis		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Central 1		
Despacho	21		
Teléfono	+34 950 015742	E-mail (institucional)	jrr672@ual.es
Recursos Web personales	<a href="#">Web de Ruiz Real, José Luis</a>		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/IfKYdI904QT3O9akN60fkA==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

20/09/2016

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

IfKYdI904QT3O9akN60fkA==

PÁGINA

1/9



IfKYdI904QT3O9akN60fkA==

## 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/IfKYdI904QT3O9akN60fkA==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>20/09/2016</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>2/9</b>
			
IfKYdI904QT3O9akN60fkA==			

## 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/IfKYdI904QT3O9akN60fkA==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

20/09/2016

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

IfKYdI904QT3O9akN60fkA==

PÁGINA

3/9



IfKYdI904QT3O9akN60fkA==

**BLOQUES TEMÁTICOS Y MODALIDADES ORGANIZATIVAS**

<b>Bloque</b>	<b>BLOQUE GENERAL</b>
---------------	-----------------------

**Contenido/Tema**

	<p><b>Capítulo 1 La Economía y la Empresa en la Enseñanza de Bachillerato</b></p> <p>1. Importancia de la Economía y la Empresa en la enseñanza de Bachillerato</p> <p>2. Los contenidos curriculares de Economía y Empresa que se cursan en Bachillerato</p> <p>3. Desarrollos recientes y perspectivas actuales del conocimiento en Economía y Empresa</p> <p>4. Contextos y situaciones reales de aplicación de Economía y Empresa</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	Búsqueda, consulta y tratamiento de información		2,0

**Descripción del trabajo autónomo del alumno**

El alumno/a deberá de conocer los contenidos curriculares de economía y empresa que se cursan en Bachillerato y los contenidos curriculares de economía, comercio y marketing que se cursan en los ciclos formativos de grado medio y superior. Para ello deberá de analizar la legislación y realizar una síntesis de la misma.

**Contenido/Tema**

	<p><b>Capítulo 2 La Economía y la Empresa en la formación profesional</b></p> <p>2.1 Definición</p> <p>2,2, Contexto legal</p> <p>2,3, Objetivos y fiabilidad</p> <p>2.4 Cualificaciones profesionales</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		1,0

**Descripción del trabajo autónomo del alumno**

El alumno/a deberá de conocer los contenidos curriculares de economía y empresa que se cursan en Formación Profesional y los contenidos curriculares de economía, comercio y marketing que se cursan en los ciclos formativos de grado medio y superior. Para ello deberá de analizar la legislación y realizar una síntesis de la misma.

**Contenido/Tema**

	<p><b>Capítulo 3. Objetivos y contenidos de la familia profesional de comercio y marketing. Búsqueda de información.</b></p> <p>3.1. Elementos característicos de los sectores</p> <p>3.2. Familia profesional</p> <p>3.3. Organización de módulos para alcanzar las capacidades requeridas</p> <p>3.4. Ciclo superior de comercio internacional</p> <p>3.5. Enseñanzas en ciclos formativos</p> <p>3.6. 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		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		2,0

**Descripción del trabajo autónomo del alumno**

El alumno/a analizará las referencias para el catálogo nacional de cualificaciones profesionales. Por medio de estudios de casos se desarrollará alguno de los título de ciclo superior.

**Contenido/Tema**

	<p><b>Capítulo 4. Planificación didáctica</b></p> <p>4.1. Tipos de programaciones</p>
--	---

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/IfKYdI904QT3O9akN60fkA==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almería</b>	<b>Fecha</b>	<b>20/09/2016</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>4/9</b>
			
IfKYdI904QT3O9akN60fkA==			

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		3,0
	Debate y puesta en común		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Estudio de casos		2,0

#### Descripción del trabajo autónomo del alumno

El alumno/a deberá de realizar una unidad didáctica en función de lo explicado en clase y con la documentación que tendrá en la plataforma.

#### Bloque BLOQUE ESPECÍFICO

#### Contenido/Tema

##### Capítulo 5- Objetivos y contenidos de la asignatura de economía. Búsqueda de información.

- 5.1. La economía y sus relaciones con otras ciencias
- 5.2. Objetivos del modulo de economía
- 5-3. Contenidos del modulo de economía
- 5.4. Criterios de evaluación0
- 5.5. 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	Búsqueda, consulta y tratamiento de información		2,0

#### Descripción del trabajo autónomo del alumno

El alumno/a deberá de buscar información sobre la relación de la economía con otras disciplinas. Del mismo modo deberá de analizar como se puede motivar al alumnado en esta disciplina. Se deberán de leer el informe sobre la enseñanza de la economía 2013, titulado "Enseñanza de la Economía, un pilar fundamental del sistema educativo no universitario", publicado por el Consejo General de Economistas. De este informe se realizará una síntesis y unas conclusiones a la misma.

#### Contenido/Tema

##### 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

#### 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

Las desigualdades norte/sur son patentes y se han ampliado con el concepto de globalización. El alumno/a, en función de la documentación que haya buscado por medio de los medios disponibles, deberá de argumentar las ventajas/desventajas de la globalización en los tiempos actuales.

#### Contenido/Tema

##### Capítulo 7 Desarrollo sostenible

- 7.1. Concepto
- 7.2 Estudios de casos
- 7.3. Temas a debatir

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/IfKYdI904QT3O9akN60fkA==>

Firmado Por	Universidad De Almería	Fecha	20/09/2016
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	5/9
			
IfKYdI904QT3O9akN60fkA==			

<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>			
El alumno/a debe de implicarse en el significado de la sostenibilidad. No puede ir independientes el desarrollo y la sostenibilidad. Por eso es fundamental el desarrollo económico sostenible. El alumno/a por medio de estudios de casos analizarán los dos conceptos y verán casos que han sido éxito y otro que han fracasado.			
<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>			
La necesidad de potenciar la actividad emprendedora y el papel central que juegan los emprendedores en el desarrollo económico-empresarial y en la dinamización y la modernización de la sociedad es también reconocida en todos los ámbitos institucionales. Además su importancia ha hecho que se incluya como uno de los objetivos a conseguir en los documentos programáticos de los grandes proyectos de nuestro país. En unos momentos como los actuales cabe insistir en la necesidad de potenciar la actividad específica de la emprendimiento y el fomento del espíritu emprendedor, especialmente entre los jóvenes. El desarrollo de capacidades emprendedoras juega en el contexto actual y futuro un papel central en el desarrollo y en la modernización de economías como la española, algo reconocido por todas las instancias de nuestra sociedad como fuente de creación de empleo y riqueza. Ello se ve reflejado en discursos políticos, programas de gobierno, políticas de actuación y acuerdos sociales, que lo consideran fundamental para el impulso del crecimiento económico. No obstante, esta necesidad ampliamente reconocida no se ve respondida en el sistema educativo con las herramientas adecuadas, a través de asignaturas del ramo económico- empresarial, y contrasta con la poca o nula consideración que las enseñanzas en materia de emprendeduría tienen hasta el momento en los currículos educativos de la ESO y del Bachillerato. El alumno/a deberá de realizar una trabajo sobre como motivar el proceso de emprendimiento por medio de estudios de casos.			
<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>			
España se mueve dentro de un proceso de integración europea. Por tanto el alumno/a debe de conocer como se ha llegado a este proceso y cuales son los principales obstáculos y retos. Para ello se deberá de realizar un búsqueda de videos que expliquen este proceso y sean fáciles de entender por parte del alumno/a.			
<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>			
La economía informal es un síntoma de ineficiencia. Hay que explicar a los alumnos/as de la importancia de realizar actividades formales y como ello repercute en el bienestar de la sociedad. Para entender la cuestión el alumno/a deberá de analizar las diferencia entre economías desarrolladas y en vías de desarrollo en función de la economía informal.			

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/IfKYdI904QT3O9akN60fkA==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

20/09/2016

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

IfKYdI904QT3O9akN60fkA==

PÁGINA

6/9



IfKYdI904QT3O9akN60fkA==

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/IfKYdI904QT3O9akN60fkA==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>20/09/2016</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>7/9</b>
			
IfKYdI904QT3O9akN60fkA==			

## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

### Criterios de Evaluación

- Capacidad de crítica y autocrítica. En todos los trabajos realizados habrá un epígrafe de discusión.
- Capacidad para aprender a trabajar de forma autónoma. Por medio de los trabajos individuales el alumno/a deberá de buscar información y posteriormente desarrollar un documento de trabajo.
- Capacidad de resolver problemas. Por medio de una hipótesis el alumno/a deberá de resolver el problema planteado.
- 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

### 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).
- Pruebas finales de opción múltiple.
- Memoria.
- Otros: La evaluación se basará en: - Participación, debates, 25% Realización de tareas: 40% - Exposición de trabajos 35%. En función de los resultados obtenidos de los apartados anteriores se realizará un examen.

### 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/IfKYdI904QT3O9akN60fkA==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

20/09/2016

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

IfKYdI904QT3O9akN60fkA==

PÁGINA

8/9



IfKYdI904QT3O9akN60fkA==



## 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/IfKYdI904QT3O9akN60fkA==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>20/09/2016</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>9/9</b>



IfKYdI904QT3O9akN60fkA==