

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	40550
Nombre	Complementos para la formación disciplinar de las especialidades de empresa, comercio y turismo
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2018 - 2019

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2024 - M.U. en Profesor/a de Educación Secundaria 09-V.1	Servicio de Estudiantes-Master	1	Anual

Materias

Titulación	Materia	Carácter
2024 - M.U. en Profesor/a de Educación Secundaria 09-V.1	58 - Complementos para la formación disciplinar de las especialidades de empresa, comercio y turismo	Optativa

Coordinación

Nombre	Departamento
VIVAS LOPEZ, SALVADOR	105 - Dirección de Empresas 'Juan José Renau Piqueras'

RESUMEN

Como disciplina académica, la materia se incardina en el módulo de didáctica específica del currículo del Máster Universitario en Profesor/a de Educación Secundaria, junto con las materias *Complementos para la Formación Disciplinar*, *Practicum de las especialidades de Empresa, Comercio y Turismo* e *Innovación Docente e Iniciación a la Investigación Educativa*.

Esta materia constituye un foco formativo de especial relevancia para el perfil profesional del profesorado porque proporciona al estudiante formación imprescindible para su intervención en el proceso educativo en las etapas que le conciernen. Más en concreto, proporciona una visión eminentemente práctica de la didáctica en los módulos profesionales de las familias profesionales de Empresa, Comercio y Turismo:



- Aspectos didácticos generales
- Desarrollo de procedimientos y actitudes y su concreción en la programación e implementación en el aula.
- Las diferentes metodologías que con carácter general se pueden aplicar.
- Los recursos educativos necesarios.
- Diferentes métodos de evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Estrategia para elaborar la programación didáctica de un módulo profesional y de sus unidades didácticas.

Junto a las otras materias que configuran el módulo genérico y el módulo específico, pretende proporcionar al futuro profesor la formación necesaria para que éste sea capaz de analizar críticamente la realidad educativa en que se ha de ejercer su labor, de resolver problemas en un entorno complejo y cambiante y de intervenir en el contexto educativo que le compete, como profesional reflexivo y eficaz.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

No se requieren conocimientos previos específicos.

COMPETENCIAS

2024 - M.U. en Profesor/a de Educación Secundaria 09-V.1

- Saber aplicar los conocimientos adquiridos y ser capaces de resolver problemas en entornos nuevos, o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Saber 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.
- Ser 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.
- Conocer y analizar las características históricas de la profesión docente, su situación actual, perspectivas e interrelación con la realidad social de cada época.
- Conocer contextos y situaciones en que se usan o aplican los diversos contenidos curriculares.
- Conocer el valor formativo y cultural de las materias correspondientes de la especialidad y los contenidos que se cursan en las respectivas enseñanzas
- Conocer la historia y los desarrollos recientes de las materias y sus perspectivas para poder transmitir una visión dinámica de las mismas



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer la atribución docente del profesorado de Educación Secundaria en las especialidades de Empresa, Comercio y Turismo, así como las diferentes vías de acceso a la profesión.
- Conocer el perfil del alumnado que accede a estudios de formación profesional de Administración, Comercio o Turismo.
- Conocer los aspectos curriculares de los módulos profesionales de las familias Profesionales de Administración, Comercio y Turismo.
- Adquirir destreza en el diseño de procedimientos para realizar tareas o resolver problemas específicos en los módulos profesionales de las familias de Administración, Comercio y Turismo.
- Distinguir alternativas metodológicas para promover el aprendizaje de los contenidos de los diferentes módulos profesionales de las familias de Administración, Comercio y Turismo.
- Conocer los recursos didácticos más adecuados al proceso de enseñanza-aprendizaje en las especialidades de Empresa, Comercio y Turismo, identificando los más adecuados para una unidad didáctica concreta.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. FORMACIÓN PROFESIONAL EN ESPAÑA. EMPRESA Y ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS.

- 1.1. Aproximación histórica: ¿qué es la Formación Profesional? La Formación Profesional moderna.
- 1.2. La empresa como objeto de estudio científico: economía y dirección de la empresa.
- 1.3. La función social de la empresa.
- 1.4. Empresa y empresario: evolución de la función directiva.
- 1.5. El tratamiento de la empresa en el sistema de FP español.

2. TÓPICOS EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

- 2.1. Estrategia y Dirección estratégica.
- 2.2. La empresa y su entorno: análisis externo y análisis interno.
- 2.3. Ámbito de actividad: la cartera de negocios de la empresa.
- 2.4. Niveles de estrategia de la empresa.
- 2.5. Empresa, Industria, Sector, Grupo estratégico.

3. LAS ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA.

- 3.1. Organización interna de la empresa: modalidades de departamentalización.
- 3.2. Empresas mononegocio vs. empresas multinegocio: la diversificación.
- 3.3. Las funciones empresariales esenciales:
 - 3.3.1. Producción.
 - 3.3.2. Comercialización.
 - 3.3.3. Finanzas.

4. FUNCIONES EMPRESARIALES INTANGIBLES (I): DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS.



- 4.1. Estructura formal vs. estructura informal.
- 4.2. La estructura humana de la empresa.
- 4.3. La función de Recursos Humanos.
- 4.4 Políticas de Dirección de Recursos Humanos.

5. FUNCIONES EMPRESARIALES INTANGIBLES (II): I + D + i. LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO.

- 5.1. Innovación y Desarrollo: productividad vs. competitividad.
- 5.2. Aprendizaje y desarrollo de ideas en la empresa.
- 5.3. La gestión del conocimiento.

6. COMERCIO, MARKETING Y SUS CAMPOS DE ACTUACIÓN.

- 6.1. Definición de Comercio y Marketing.
- 6.2. Necesidad de orientarse al mercado.
- 6.3. Necesidad de un enfoque relacional.
- 6.4. Los campos de actuación del Marketing.

7. TÓPICOS EN PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL COMERCIO Y MARKETING.

- 7.1. Planificación estratégica vs. operativa.
- 7.2. Mercado y entorno.
- 7.3. Comportamiento del consumidor.
- 7.4. Investigación y sistemas de información.
- 7.5. Estrategias de Marketing.
- 7.6. El plan comercial y de Marketing.

8. TÓPICOS EN ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE PRODUCTO Y PRECIO.

- 8.1. Productos y su gestión.
- 8.2. Servicios y su gestión.
- 8.3. Gestión de marcas.
- 8.4. Métodos y estrategias de fijación de precios.

9. TÓPICOS EN ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE DISTRIBUCIÓN.

- 9.1 La función de distribución.
- 9.2. El canal de distribución.
- 9.3. Merchandising.
- 9.4. Estrategias de distribución.
- 9.5. La filosofía ECR.

10. TÓPICOS EN ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN.



- 10.1. La comunicación integrada.
- 10.2. Publicidad.
- 10.3. Marketing directo.
- 10.4. Promoción de ventas.
- 10.5. Relaciones públicas.
- 10.6. Gestión estratégica de ventas.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Prácticas en aula	19,00	100
Clases de teoría	19,00	100
Tutorías regladas	4,00	100
Trabajos en grupo	4,00	100
Otras actividades	2,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	25,00	0
Estudio y trabajo autónomo	50,00	0
Preparación de actividades de evaluación	17,00	0
Preparación de clases de teoría	5,00	0
Resolución de casos prácticos	5,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

En función de las competencias, de los objetivos de aprendizaje y de los contenidos de la materia se utilizarán diversos métodos: metodología expositiva, trabajo cooperativo, discusión en grupo, comentario de texto, actividades prácticas y de aplicación individuales y grupales, etc. Se utilizará una metodología participativa y dinámica con la finalidad de promover la implicación y la participación de las alumnas y los alumnos en las clases, incluyendo explicaciones del profesorado para clarificar los presupuestos teóricos. Se usará el debate cuando proceda y se desarrollarán trabajos prácticos, exposiciones y proyectos de diversa índole relacionados con la profesión docente y con la temática de la asignatura.

EVALUACIÓN

La normativa del máster determina su carácter **presencial**, por lo cual **es obligatoria la asistencia a las clases y otras actividades lectivas que se programen en esta materia. En la calificación final de las dos convocatorias anuales de la materia se valorará especialmente este aspecto.**

La evaluación de la adquisición de las competencias por parte del alumnado (en cada una de las unidades didácticas) se realizará combinando diferentes tipos de información, vinculada a las distintas actividades que los alumnos desarrollarán en el módulo. Los criterios y procedimientos de evaluación serán:



- a) Asistencia, participación e implicación activa en clase: 20%
- b) Actividades y trabajos: 50%
- c) Prueba de control: 30 %

REFERENCIAS

Básicas

- Johnson, G., Scholes, K. y Whittington, (2010): Fundamentos de Estrategia. Perarson Educación, Madrid.
- Santesmases, M., Merino, M.J., Sánchez, J. y Pintado, T. (2010): Fundamentos de Marketing. Ediciones Pirámide, Madrid.

Complementarias

- Catálogo de libros de la Editorial Paraninfo de las familias de Administración de Empresas, Comercio y Marketing y Hostelería y Turismo.
- Catálogo de libros de la editorial McGraw-Hill de las familias de Administración de Empresas, Comercio y Marketing y Hostelería y Turismo.
- Catálogo de libros de la Editorial Editex de las familias de Administración de Empresas, Comercio y Marketing y Hostelería y Turismo.

ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno