

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	40550
Nom	Complementos per a la formació disciplinària de les especialitats d'empresa, comerç i turisme
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2020 - 2021

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2024 - M.U. en Professor/a d'Educació Secundària 09-V.1	Facultat de Magisteri	1	Anual

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2024 - M.U. en Professor/a d'Educació Secundària 09-V.1	58 - Complementos per a la formació disciplinària de les especialitats d'empresa, comerç i turisme	Optativa

Coordinació

Nom	Departament
VIVAS LOPEZ, SALVADOR	105 - Direcció d'Empreses 'Juan José Renau Piqueras'

RESUM

Com disciplina acadèmica la matèria s'incardina en el mòdul de didàctica específica del currículum del Màster Universitari en Professor/a de Educació Secundària, juntament amb les matèries Complementos per a la Formació Disciplinària, Practicum de les especialitats d'Empresa, Comerç i Turisme i Innovació Docent i Iniciació a la Investigació Educativa.

Aquesta matèria constitueix un focus formatiu d'especial rellevància per al perfil professional del professorat perquè proporciona a l'estudiant formació imprescindible per a la seva intervenció en el procés educatiu en les etapes que li concerneixen. Més en concret, proporciona una visió eminentment teòrico-conceptual de la didàctica en els mòduls professionals de les famílies professionals d'Empresa, Comerç i Turisme:

Aspectes conceptuals generals/nuclears a l'àmbit de l'especialitat.



Desenvolupament de procediments i actituds i la seua concreció en la programació i implementació en l'aula.

Les diferents metodologies que amb caràcter general es poden aplicar.

Els recursos educatius necessaris.

Al costat de les altres matèries que configuren el mòdul genèric i el mòdul específic, pretén proporcionar al futur professor la formació necessària perquè aquest sigui capaç d'analitzar críticament la realitat educativa que s'ha d'exercir la seua tasca, de resoldre problemes en un entorn complex i canviant i d'intervenir en el context educatiu que li competeix, com professional reflexiu i eficaç.

CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

No es requereixen coneixements previs específics.

COMPETÈNCIES

2024 - M.U. en Professor/a d'Educació Secundària 09-V.1

- Saber aplicar els coneixements adquirits i ser capaços de resoldre problemes en entorns nous, o poc coneguts, dins contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.
- Saber comunicar les conclusions i els coneixements i les raons últimes que les sustenten a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
- Ser capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.
- Conèixer contextos i situacions en què s'utilitzen o s'apliquen els diversos continguts curriculars.
- Conèixer el valor formatiu i cultural de les matèries corresponents de l'especialitat i els continguts que es cursen en les ensenyaments respectius.
- Conèixer la història i els desenvolupaments recents de les matèries i les seues perspectives per poder-ne transmetre una visió dinàmica.



RESULTATS DE L'APRENTATGE

Conèixer l'atribució docent del professorat d'Educació Secundària en les especialitats d'Empresa, Comerç i Turisme, així com les diferents vies d'accés a la professió.

Conèixer el perfil de l'alumnat que accedeix a estudis de formació professional d'Administració, Comerç o Turisme.

Conèixer els aspectes curriculars de caràcter teòrico-conceptual dels mòduls professionals de les famílies Professionals d'Administració, Comerç i Turisme.

Adquirir destresa en el disseny de procediments per a realitzar tasques o resoldre problemes específics en els mòduls professionals de les famílies d'Administració, Comerç i Turisme.

Distingir alternatives metodològiques per a promoure l'aprenentatge dels continguts dels diferents mòduls professionals de les famílies d'Administració, Comerç i Turisme.

Conèixer els recursos didàctics més adequats al procés d'ensenyament-aprenentatge en les especialitats d'Empresa, Comerç i Turisme, identificant els més adequats per a una unitat didàctica concreta.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. EMPRESA I ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES

- 1.1. L'empresa com a objecte d'anàlisi científic: Economia i Direcció de l'empresa.
- 1.2. La funció social de l'empresa. Funció vs. objectius.
- 1.3. Empresa i empresari: evolució de la funció directiva.
- 1.4. El tractament del fenomen empresarial a la FP espanyola.

2. TÒPICS EN DIRECCIÓ ESTRATÈGICA

- 2.1. Estratègia i Direcció Estratègica.
- 2.2. L'empresa i el seu entorn: anàlisi externa i anàlisi interna.
- 2.3. Àmbit d'activitat: la cartera de negocis de l'empresa.
- 2.4. Nivells en l'estratègia de l'empresa.
- 2.5. Empresa, Indústria, Sector, Grup Estratègic.

3. LES ÀREES FUNCIONALS DE L'EMPRESA

- 3.1. Organització interna de l'empresa: modalitats de departamentalització.
- 3.2. Empreses mononegoci vs. empreses multinegoci. Direcció i modalitats de creixement. La diversificació.
- 3.3. Les funcions empresarials essencials: Producció, Comercialització i Finances.



4. FUNCIONS EMPRESARIALS INTANGIBLES (I): DIRECCIÓ DE RECURSOS HUMANS

- 4.1. Estructura formal vs. estructura informal.
- 4.2. L'estructura humana de l'empresa.
- 4.3. La funció de Recursos Humans.
- 4.4. Polítiques de Direcció de Recursos Humans.

5. FUNCIONS EMPRESARIALS INTANGIBLES (II): I + D + I. LA GESTIÓ DEL CONEIXEMENT

- 5.1. Innovació i Desenvolupament: productivitat vs. competitivitat.
- 5.2. Aprenentatge i desenvolupament d'idees a l'empresa.
- 5.3. La Gestió del Coneixement.

6. COMERÇ, MÀRQUETING I ELS SEUS CAMPS D'ACTUACIÓ

- 6.1. Definició de Comerç i Màrqueting.
- 6.2. Necessitat d'orientar-se al mercat.
- 6.3. Necessitat d'un enfocament relacional.
- 6.4. Els camps d'actuació.

7. TÒPICS EN PLANIFICACIÓ ESTRATÈGICA DEL COMERÇ I MÀRQUETING

- 7.1. Planificació estratègica vs. operativa.
- 7.2. Mercat i entorn.
- 7.3. Comportament del consumidor.
- 7.4. Investigació i sistemes d'informació.
- 7.5. Estratègies de Màrqueting.
- 7.6. El Pla comercial i de Màrqueting.

8. TÒPICS EN ESTRATÈGIES I POLÍTIQUES DE PRODUCTE I PREU

- 8.1. Productes i la seua gestió.
- 8.2. Serveis i la seua gestió.
- 8.3. Gestió de marques.
- 8.4. Mètodes i estratègies de fixació de preus.

9. TÒPICS EN ESTRATÈGIES I POLÍTIQUE DE DISTRIBUCIÓ

- 9.1. La funció de distribució.
- 9.2. El canal de distribució.
- 9.3. Merchandising.
- 9.4. Estratègies de distribució.
- 9.5. La filosofia ECR.

**10. TÒPICS EN ESTRATÈGIES I POLÍTIQUES DE COMUNICACIÓ**

- 10.1. La comunicació integrada.
- 10.2. Publicitat.
- 10.3. Màrqueting directe.
- 10.4. Promoció de vendes.
- 10.5. Relacions públiques.
- 10.6. Gestió estratègica de vendes.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Pràctiques en aula	19,00	100
Classes de teoria	19,00	100
Tutories reglades	4,00	100
Treball en grup	4,00	100
Altres activitats	2,00	100
Elaboració de treballs en grup	25,00	0
Estudi i treball autònom	50,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	17,00	0
Preparació de classes de teoria	5,00	0
Resolució de casos pràctics	5,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

En funció de les competències, dels objectius d'aprenentatge i dels continguts de la matèria s'utilitzaran diversos mètodes: metodologia expositiva, treball cooperatiu, discussió en grup, comentari de text, activitats pràctiques i d'aplicació individuals i grupals, etc. S'utilitzarà una metodologia participativa i dinàmica amb la finalitat de promoure la implicació i la participació de les alumnes i els alumnes en les classes, incloent explicacions del professorat per a clarificar els pressupostos teòrics. S'usarà el debat quan escaigui i es desenvoluparan treballs pràctics, exposicions i projectes de diversa índole relacionats amb la professió docent i amb la temàtica de l'assignatura.

AVALUACIÓ



La normativa del màster determina el seu **caràcter presencial**, per la qual cosa **és obligatòria l'assistència a les classes i altres activitats lectives que es programen en aquesta matèria. En la qualificació final de les dues convocatòries anuals de la matèria es valorarà especialment aquest aspecte.**

L'avaluació de l'adquisició de les competències per part de l'alumnat (en cadascuna de les unitats didàctiques) es realitzarà combinant diferents tipus d'informació, vinculada a les diferents activitats que els alumnes desenvoluparan en el mòdul. Els criteris i procediments d'avaluació seran:

- a) Assistència, participació i implicació activa en classe: 20%
- b) Activitats i treballs individuals: 40%
- c) Activitats i treballs individuals: 40 %

REFERÈNCIES

Bàsiques

- 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.

Complementàries

- 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.

ADDENDA COVID-19

Aquesta addenda només s'activarà si la situació sanitària ho requereix i previ acord del Consell de Govern

1.- Continguts



Es mantenen els continguts recollits en la guia docent (GD) original de la matèria.

2.- Volum de treball i planificació temporal de la docència

Degut a la modalitat híbrida de docència aprovada per la CCA del màster, incrementem el temps de dedicació dels estudiants al desenvolupament d'activitats no presencials respecte a la GD original. Les 24 hores de classes presencials que s'hi redueixen s'afegixen al volum del treball no presencial.

Activitat	Addenda guia docent	
	Hores	% Presencials
Activitats pràctiques en aula	12	100
Classes de teoria	12	100
Elaboració de treballs en grup	37	0
Estudi i treball autònom	50	0
Preparació d'activitats d'avaluació	29	0
Preparació de classes de teoria	5	0
Resolució de casos pràctics	5	0
Total	150	-

3.- Metodologia docent



Respectant els principis bàsics destacats en la guia docent original, el model de docència híbrid planteja que cada setmana assisteixen presencialment la meitat dels alumnes del grup a les classes. Mentre l'altra meitat treballarà autònomament desenvolupant activitats i/o tasques i/o lectures preparades pel professorat. La setmana següent s'invertirà la dinàmica presència vs. online entre ell@s. Les tasques, activitats i/o lectures desenvolupades de manera autònoma no presencial durant una setmana es posaran en comú en la següent classe presencial.

Durant les setmanes de treball autònom no presencial la manera prioritària de contactar amb el professor és la tutoria virtual (via comptes d'email de la UV).

4.- Avaluació

Es mantenen els requeriments i evidències d'avaluació considerades en la GD original, així com el pes relatiu de les mateixes en la qualificació final de la matèria. En la segona convocatòria les activitats d'aprenentatge d'aula i de treball autònom continuen considerant-se no recuperables.

5.- Bibliografia

Es manté la bibliografia considerada en la GD original.