

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Pensamiento Económico y Social
Titulación	Grado en Marketing
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales
Curso	Primero
ECTS	6
Carácter	Básica
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial
Semestre	S2
Curso académico	2025-26
Docente coordinador	Sergio Carnero de Acosta

2. PRESENTACIÓN

La asignatura tiene por objeto la adquisición de una visión general de los principales paradigmas socioeconómicos en los que se apoya nuestra cultura occidental, así como el conocimiento de los antecedentes y la evolución histórica del pensamiento económico y social.

Los **objetivos de la asignatura** se resumen en los siguientes puntos:

En primer lugar, se pretende que el alumnado adquiera una visión objetiva acerca de la evolución histórica del desarrollo económico de las sociedades occidentales y de sus transformaciones sociales, desde la antigüedad hasta el siglo XXI, haciendo especial hincapié en los procesos de industrialización, la producción y el consumo de masas, la internacionalización del trabajo y la economía mundializada.

En segundo lugar, se abordarán aspectos relativos a la evolución del pensamiento social, de tal forma que se adquieran los conocimientos y habilidades necesarios para analizar objetivamente las diferentes corrientes sociológicas de las sociedades modernas occidentales.

Por último, se comprenderán los principios de la sociología industrial y postindustrial, así como de la globalización económica, cultural, informativa y política.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB1: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

- CB2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- CB3: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias transversales:

- CT2: Gestión del cambio: Capacidad de tener procesos que se emplean para garantizar que se apliquen cambios significativos en la forma ordenada, controlada y sistemática para lograr el cambio organizacional.
- CT8: Compromiso y respeto a los valores éticos: Capacidad del estudiante para sentir, juzgar, argumentar y actuar conforme a valores morales de modo coherente, persistente y autónomo.
- CT12: Sensibilidad hacia temas de Responsabilidad Social: Mantener una actitud de responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente.

Competencias específicas:

- CE11: Valorar y aplicar principios de responsabilidad social en la empresa, atendiendo particularmente a la gestión medioambiental, orientado al cumplimiento de la legalidad vigente y como fuente de oportunidades, para el refuerzo de la imagen y la marca.
- CE13: Analizar, integrar y evaluar la información procedente del entorno jurídico y socio-económico, necesario para la toma de decisiones en la empresa y en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.

Resultados de aprendizaje:

- RA1: Comprensión de conceptos relacionados con la evolución económico-social de las sociedades modernas.
- RA2: Realización de trabajos de campo que demuestren la comprensión de los conceptos mencionados.
- RA3: Conductas y actitudes éticas de los estudiantes en los análisis del entorno socio-económico.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CB5	RA1: Comprensión de conceptos relacionados con la evolución económico-social de las sociedades modernas.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT2, CT12, CE13	RA2: Realización de trabajos de campo que demuestren la comprensión de los conceptos mencionados.
CB3, CT8, CT12, CE11, CE13	RA3: Conductas y actitudes éticas de los estudiantes en los análisis del entorno socio-económico.

4. CONTENIDOS

- Introducción al pensamiento social: orígenes, evolución.
- Transformaciones sociales: de la pre-industrialización a la industrialización
- La industrialización: la aparición de la empresa.
- La producción en masa y el consumo de masas.
- Economía mundializada.
- La internacionalización del trabajo.
- La Globalización Económica

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Método del caso.
- Aprendizaje Cooperativo.
- Aprendizaje basado en problemas (ABP).
- Aprendizaje basado en proyectos.
- Clase magistral
- Entornos de simulación

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Trabajo guiado (tutorías, seguimiento de aprendizaje) (modalidad presencial)	12,5 h
Lecciones magistrales	55 h
Lecciones magistrales asíncronas	7,5 h
Trabajo autónomo del alumno (modalidad presencial)	37,5 h
Trabajo grupal del alumno	25 h
Otras actividades (visitas externas, conferencias, etc.)	12,5 h
TOTAL	150 h

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Trabajos e informes (modalidad presencial)	20%
Presentaciones/Exposiciones orales (modalidad presencial)	20%
Ejercicios prácticos (modalidad presencial)	10%
Pruebas de conocimientos (modalidad presencial)	50%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Si se realiza al menos una prueba de evaluación, el estudiante ya no podrá constar como no presentado en dicha convocatoria, sino que se evaluará con la calificación correspondiente.

Para los estudiantes que cursen enseñanzas presenciales, se establece la obligatoriedad de justificar, al menos, el 50% la asistencia a las clases, como parte necesaria del proceso de evaluación y para dar cumplimiento al derecho del estudiante a recibir asesoramiento, asistencia y seguimiento académico por parte del profesor. La asistencia del alumno a la sesión mediante Hyflex no será computada como asistencia a dicha sesión. La falta de acreditación por los medios propuestos por la universidad del 50% de asistencia, facultará al profesor a calificar la asignatura como suspensa en la convocatoria ordinaria.

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura. Los criterios para el cálculo de la media ponderada se especificarán en la guía de aprendizaje completa en el campus virtual. Para poder hallar la media, es imprescindible superar con al menos un 5 cada una de las categorías del sistema de evaluación.

En el caso de que no se cumplan los criterios anteriores, y la media ponderada de las calificaciones de todas las actividades sea mayor que 4 se consignará la calificación de 4.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Si se realiza al menos una prueba de evaluación, el estudiante ya no podrá constar como no presentado en dicha convocatoria, sino que se evaluará con la calificación correspondiente.

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario obtener una calificación mayor o igual que 5,0 en el apartado de pruebas de conocimientos, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades. Los criterios para el cálculo de la media ponderada se especificarán en la guía de aprendizaje completa en el campus virtual.

En el caso de que no se cumplan los criterios anteriores, y la media ponderada de las calificaciones de todas las actividades sea mayor que 4 se consignará la calificación de 4.

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria se deberá realizar o presentar todas las actividades no realizadas o no superadas en convocatoria ordinaria, a no ser que el profesor solicite un trabajo específico adicional sobre la materia.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Prueba de conocimientos Temas 1-2	Semana del 2 de marzo
Prueba de conocimientos Temas 3-4	Semana 20 abril
Prueba de conocimientos Temas 5-6	Semana del 25 de mayo
Entrega trabajo cooperativo globalización	Semana del 25 de mayo
Exposiciones orales trabajo globalización	Semana del 1 de junio

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- Cameron, R. E., Neal, L., and Coll Rodríguez, M. (2016). *Historia Económica Mundial*. Madrid: Alianza Editorial.

A continuación, se indica otra bibliografía recomendada:

- Casado Alonso, H., Fatjó Gómez, P., Núñez Romero-Balmas, G. and García Ruiz, J. (2001). *Historia de la empresa mundial y de España*. Madrid: Síntesis.
- Cipolla, C. and Beltrán, J. (1994). *Historia Económica de la Población Mundial*. Barcelona: Crítica.
- Frick, W. (2022). What the Next Era of Globalization Will Look Like. *Harvard Business Review*.

- Schumpeter, J. (1994). *Diez grandes economistas*. Madrid: Alianza.
- Schumpeter, J. and Schumpeter, E. (2004). *Historia del análisis económico*. [Madrid]: Fundación.

En el campus virtual se facilitarán, por parte del profesor, otros recursos además de los señalados en este apartado, tales como enlaces Web adicionales, vídeos, artículos, etcétera.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.