

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Administración y Dirección de Empresas		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas y Empresariales		
Asignatura:	Filosofía Aplicada		
Tipo:	Formación Básica	Créditos ECTS:	6
Curso:	1	Código:	7110
Periodo docente:	Primer semestre		
Materia:	Antropología		
Módulo:	Herramientas de Gestión Empresarial y Desarrollo Humano		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
José Luis Parada Rodríguez	j.parada@ufv.es

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura "Filosofía Aplicada" es la primera de una serie de asignaturas denominadas "humanísticas", que el alumno habrá de cursar durante su etapa universitaria. Parte del currículum académico de los alumnos de la Universidad Francisco de Vitoria, independientemente de la carrera que estudien, lo configuran este tipo de asignaturas que buscan profundizar en una serie de conocimientos que, al menos de manera indirecta, comparten todas las disciplinas. Así, hay cuestiones universitarias, antropológicas, históricas, sociales, éticas y teológicas que toda ciencia particular, y todo alumno individualmente, han de abordar.

Somos conscientes de que cualquier disciplina aborda cuestiones que ella sola no puede resolver completamente. Un estudiante de Empresas, por ejemplo, no estará bien formado si no es capaz de comprender

la realidad social en la cual ejercerá su profesión, o si es ajeno a la evolución histórica del pensamiento económico, o si no profundiza en el significado de la responsabilidad social empresarial. Todo su conocimiento técnico (tan necesario) se explica a partir del por qué y para qué tomar unas decisiones estratégicas u otras, diseñar un plan de empresa o elaborar una política de recursos humanos.

Pues bien, todas esas cuestiones, sin ser exclusivas de los programas de Humanidades (obviamente), serán abordadas con especial interés, y desde una perspectiva diferente a la de las asignaturas "propriadamente" empresariales y económicas, en cada una de las asignaturas humanísticas, siendo "Filosofía Aplicada" la primera de ellas. En esta asignatura se presentará la relación intrínseca que existe entre ADE y Humanidades, en tanto en cuanto los estudios de Empresas pertenecen al ámbito de las Ciencias Sociales. También se profundizará sobre el sentido de "ser universitario", conociendo qué es la institución universitaria y qué relación guarda con tres aspectos básicos: la síntesis o relación entre las ciencias, la formación integral del alumnado universitario y el servicio a la sociedad que debe procurar la Universidad como agente de cambio social.

## OBJETIVO

Formar alumnos que comprendan la empresa en relación con el entorno social del que forma parte y que adquieran una mirada global e interdisciplinar que les permita descubrir cómo detrás de todo modelo social, económico y empresarial laten cuestiones epistemológicas, éticas, antropológicas y de sentido.

Los fines específicos de la asignatura son:

- Reflexionar sobre el concepto de la empresa y su relación con otros actores sociales.
- Analizar qué virtudes, habilidades y competencias deberá adquirir el profesional de la empresa para desarrollar creativamente su trabajo.
- Comprender la relación del profesional de la empresa con su contexto cultural.

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

Siendo una materia de primer semestre de primer año, no son requeridos unos conocimientos previos. En todo caso, se considerará el bagaje formativo del alumnado indicando, si fuese necesario, algún material extra que acompañe los primeros pasos de la asignatura.

## CONTENIDOS

### MÓDULO I. INTRODUCCIÓN A LOS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS.

- Guía Docente: objetivos, competencias, metodología y evaluación. Calendario del curso.

SEMANA 6-10 SEPTIEMBRE.

A) ¿Qué significa ser universitario y por qué importa hacerse la pregunta? Contexto, empleo, formación y perfil del egresado.

SEMANA 13-17 SEPTIEMBRE.

B) ¿Qué significa filosofar sobre Empresa? Modelos político-económicos, RSC, legitimidad y hermenéutica de la empresa.

SEMANA 20-24 SEPTIEMBRE.

### MÓDULO II. UNIVERSIDAD Y TRABAJO INTELECTUAL.

A) Misión de la Universidad: Ortega, el Regeneracionismo y los paradigmas pedagógicos.

SEMANA 27 SEPTIEMBRE – 1 OCTUBRE.

EXAMEN "MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD" 4-5 OCTUBRE / EVALUACIÓN 7-8 OCTUBRE.

ENTREGA TAREA ORIGEN Y PILARES DE LA UNIVERSIDAD: DOMINGO 10 OCTUBRE.

B) Inicio, origen y pilares de la universidad: historia, esencia y los cuatro pilares.

SEMANA 11-15 OCTUBRE

### MÓDULO III. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: TENDENCIAS URBANAS Y DE CONSUMO. PROPUESTA DE VALOR DE LOS MERCADOS MUNICIPALES.

- Lanzamiento (previo cierre de grupos y selección de mercados).

SEMANA 18-22 OCTUBRE.

- Investigación.

SEMANA 25-29 OCTUBRE.

- Práctica.

SEMANAS 1-5 NOVIEMBRE / 8-12 NOVIEMBRE.

- Producto.

SEMANA 15 – 19 NOVIEMBRE

ENTREGA DOSSIER: 19 NOVIEMBRE 23:00 HORAS.

- Presentación.

SEMANA 22-26 NOVIEMBRE.

CONCLUSIONES Y CALIFICACIONES.

SEMANA 29 NOVIEMBRE-3 DICIEMBRE.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

NOTA: Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

Esta asignatura combinará:

a) En el aula (se apuesta por una metodología flipped learning en la que los alumnos trabajarán ciertos materiales con anterioridad a ser tratados en las lecciones presenciales -Primera Entrega- y por la metodología del Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) a través de workshops en el aula.

- Lecciones magistrales, las cuales servirán como vehículo de transmisión de conocimientos y motivo para la discusión de ideas con los alumnos.

- Debates, donde los alumnos puedan expresar y contrastar su opinión de manera sistemática y dialógica.

- Grupos de trabajo, en los que los alumnos se acostumbren a la reflexión conjunta, al trabajo sistemático y cooperativo, y a la redacción de conclusiones.

b) Trabajo autónomo del alumno (los alumnos realizarán tareas centradas en la distribución espacial de conceptos, además de la realización de tareas centradas en el aprendizaje basado en proyectos):

- Análisis y crítica de material académico, que busca desarrollar las competencias de pensamiento crítico y redacción.

- Realización de mapas visuales, con el objetivo de desarrollar competencias de síntesis y presentación espacial de ideas.

- Trabajo en equipo, para desarrollar las habilidades de trabajo cooperativo y diálogo.

- Participación en el Aula Virtual, como modo de generar contenidos y reconocer y valorar las ideas de otros.

c) Tutorías: Al inicio del curso se informará del horario de tutorías y su gestión. Se concertarán en todo caso por correo electrónico o por cita in situ antes de comenzar o finalizar la clase presencial.

## DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
Clases expositivas 15h Discusión y debate. 15h Trabajo en equipo guiado y acompañado 30h	Análisis y crítica de textos 30h Realización de mapas conceptuales 10h Trabajo en equipo 50h

## COMPETENCIAS

### Competencias básicas

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

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

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

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

### **Competencias generales**

Capacidad de Pensamiento analítico y sintético.

Incrementar la sensibilidad hacia temas sociales y medioambientales.

Capacidad de pensamiento crítico y reflexivo.

Desarrollar la comunicación oral y escrita en lengua nativa y extranjera.

Capacidad de aprendizaje autónomo.

### **Competencias específicas**

Analizar y sintetizar las ideas y contenidos principales de todo tipo de textos; descubrir las tesis contenidas en ellos y los temas que plantea, y juzgar críticamente sobre su forma y contenido.

Identificar la misión de la universidad.

Desarrollar hábitos de comunicación oral y escrita.

Identificar el propio proceso de maduración personal y las metas a alcanzar, organizando un plan de acción orientado a su consecución.

## **RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

Deduce la relación entre las acciones humanas y los modelos de pensamiento que las mueven.

Extrae conceptos y líneas argumentales de textos académicos.

Presenta de manera espacial conceptos.

Identifica modelos universitarios y pedagógicos.

Discrimina entre ideas y creencias sociales y personales.

## **SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

NOTA:

a) Todas las pruebas susceptibles de evaluación estarán supeditadas a lo establecidos en la Normativa de Evaluación de UFV. En especial se destaca que todos los alumnos del Grado estarán sometidos a la normativa de convivencia de la universidad, con especial atención a las infracciones por plagio y/o copia en examen que serán consideradas como grave de acuerdo con el artículo 7 de dicha normativa.

b) En caso de que las autoridades sanitarias establezcan un confinamiento, lo que obligue a pasar a una docencia en remoto, el sistema de evaluación se mantendrá en las mismas condiciones.

c) Para asegurar el aprendizaje significativo por parte del alumno, se respetarán escrupulosamente las fechas de entrega de las actividades propuestas, trabajos individuales y grupales.

#### NORMATIVA BÁSICA.

Debiera ser esto una obviedad, pero para que no queden dudas, se hace saber a los alumnos las normas mínimas que han de considerarse:

-Puntualidad: los alumnos no podrán pasar al aula una vez el profesor haya pasado lista. En tal caso, el alumno esperará al descanso y comunicará al profesor su llegada. Se considerará una falta no justificada por cada dos retrasos.

-Respeto: el alumno se compromete a estar en silencio durante la clase, cuestión clave para la comprensión de la materia. La pasividad, el trabajo realizado en el aula que no corresponda a esta materia concreta (ejemplo: pasar apuntes de otra asignatura) y la distracción habitual podrán ser motivo de expulsión del aula.

-Educación: en el aula no se come y no se puede beber nada más que agua. Los teléfonos móviles estarán apagados, y los ordenadores no podrán ser usados salvo permiso extraordinario del profesor.

-Limpieza: se exigirá a los alumnos que tengan el aula en unas condiciones mínimas de orden e higiene.

La falta regular de estas normas será motivo de expulsión del aula. A la segunda expulsión, el alumno perderá su derecho a asistir al aula y perderá el porcentaje de la nota final correspondiente. Las faltas se justificarán del modo oficial: el encargado de curso firmará el justificante del alumno y éste entregará fotocopias a los profesores. Los justificantes deberán entregarse en un plazo no mayor de dos semanas desde la falta, nunca en bloque ante la llegada de la prueba final.

En caso de que un alumno tenga un problema grave que le impida asistir regularmente al aula, deberá ponerlo en conocimiento de la Coordinación de la Carrera, y comunicarlo inmediatamente al profesor para que éste proponga una solución al alumno. Evidentemente, esto sólo será posible si el alumno lo comunica en un tiempo prudente, no ante la cercanía del examen final.

#### EVALUACIÓN.

**TAREAS Y PROYECTO FINAL:** esta asignatura pretende que los alumnos desarrollen diferentes habilidades, para lo cual se ha dispuesto el siguiente modelo de evaluación que consiste en: a) análisis crítico de materiales, síntesis de contenidos y disposición lógica y espacial de conceptos, que conecta con la metodología; b) trabajo previo de los alumnos sobre los contenidos a desarrollar en el aula, recuperando la esencia del seminario universitario, sirviendo como base para profundizar en la metodología flipped learning; c) el trabajo final se plantea como un proyecto basado en proyectos, donde prima el trabajo cooperativo guiado por el docente, y dirigido a desarrollar competencias de trabajo en equipo, habilidades de comunicación oral y escrita y capacidad de análisis, síntesis y disposición espacial de conceptos.

**ASISTENCIA Y PARTICIPACIÓN:** 20%.

-La participación del alumno tanto en el aula (debates y workshops) como en el aula virtual (foros) durante el trimestre pretende que el alumno analice situaciones, las juzgue, exprese las opiniones y adquiera la capacidad de escucha y reflexión conjunta con profesor y resto de alumnos. Esta es y debe ser la base de la Evaluación Continua.

Rúbrica: 2 puntos asociados a las lecciones magistrales, los debates y el Aula Virtual, donde se valora si el alumno aporta algo positivo, neutro o negativo al desarrollo de la asignatura (0 puntos por faltas por encima del 50% y/o el entorpecimiento del desarrollo normal de la asignatura / 0'5 puntos por faltas por encima del 75% y una actitud pasiva / 1 por asistencia regular y escasa participación / 1'5 puntos por asistencia regular y participación moderada / 2 puntos por asistencia regular y participación regular).

**PRIMERA TAREA:** 10%.

#### EXAMEN MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD.

-La lectura autónoma de la conferencia de Ortega y Gasset y posterior evaluación pública pretende que el alumno se familiarice con textos académicos, aprenda a aislar los conceptos más importantes y sepa enlazarlos para desentrañar el hilo argumental de textos.

Rúbrica: 0'5 puntos por tener 7 o más preguntas correctas de las 10 del test / 0'5 puntos por pregunta de desarrollo (0 puntos por ser incorrecto e incompleto, 0'25 puntos por ser correcto pero incompleto, 0'5 puntos por ser correcto y completo).

**TAREA ORIGEN, INICIO Y PILARES DE LA UNIVERSIDAD:** 20%

¿Qué se debe presentar? Dos mapas visuales sobre los contenidos del Segundo Bloque de los Apuntes y un video de 59 en el que el alumno, hablando a cámara, explique el hilo argumental de los dos mapas y realice un juicio crítico sobre lo que ha leído, respondiendo a la cuestión: "¿Cuál es la esencia de la Universidad?" Este formato pretende comprobar la capacidad de análisis, síntesis, creatividad y crítica del alumno, así como su fluidez verbal y su trabajo previo de organización de un guión.

- Primer mapa: primera parte del segundo bloque puntos a y b (origen e inicio de la universidad).

- Segundo mapa: segunda parte del segundo bloque, puntos a, b, c y d (pilares de la universidad).

- Vídeo: 59 segundos. Hilo argumental de los dos mapas (el nexo entre los dos mapas) y respuesta a la cuestión: ¿Cuál es la esencia de la Universidad? No es obligatorio editar el vídeo.

- Los mapas se entregarán en un solo documento en PDF (se puede hacer en Word, en Power Point o con un programa especial, pero una vez terminado debe guardarse en formato PDF) que consiste en tres páginas: las dos primeras páginas corresponden a los dos mapas (un mapa en cada página), y en la tercera página se pondrá una captura de pantalla del vídeo realizado en Studio (se graba en Studio, se carga al terminar la grabación, y se accede a "Mi Biblioteca", pudiendo -clicando en los res puntitos al colocarse sobre el vídeo- copiar el link del vídeo, que es el que se debe pegar).

- Rúbrica: la tarea posee un valor de 2 puntos. Se valorará cada mapa con un 0.75 y el vídeo 0'5. a) Mapa: 0'25 puntos por ser conciso y breve; 0'25 puntos por ser completo, sin que falte información esencial; 0'25 puntos por

ser lógico, ordenado y fácil de leer. b) Vídeo: 0'25 por indicar el hilo argumental de los dos mapas y a la pregunta planteada; 0'25 puntos por ser dinámico (lo que denota preparación) y ajustado al tiempo (sin que sobre ni falte tiempos en un máximo de 10 segundos). Los alumnos que no entreguen en tiempo y forma no podrán ser evaluados.

#### PROYECTO GRUPAL TRANSVERSAL: 10%

Se definirá su contenido cuando se presente el proyecto transversal entre asignaturas al inicio del cuatrimestre. Pendiente de definición por parte de la Dirección del Grado. En caso de no que no se concrete, el 10% se añadirá al apartado ASISTENCIA Y PARTICIPACIÓN.

#### PROYECTO FINAL: 40%.

#### TENDENCIAS URBANAS Y DE CONSUMO. PROPUESTA DE VALOR DE LOS MERCADOS MUNICIPALES.

##### A) FASE DE INVESTIGACIÓN.

A1. Resumen del plan estratégico municipal: líneas generales y aspectos críticos (1000-1500 palabras). Se trata de una Cuestión objetiva: qué dice el plan. Se pondrá al énfasis en los aspectos relacionados con la sostenibilidad.

Fuentes: (<https://www.madridemprende.es/images/public/source/Mercados/PlanEstrategico/plan-erstrategico-mercados-def-enero.pdf>),

A2. Análisis crítico del plan estratégico: visiones como consumidores y ciudadanos (500-1000 palabras). Se trata de una cuestión subjetiva: qué opina el grupo sobre la situación y necesidades de los mercados.

A3. Conociendo nuestro mercado: Power point (15-30 diapositivas) en el que, combinando fotografías y texto, expliquéis la historia del mercado (sus inicios, su desarrollo, su actualidad), las peculiaridades del barrio en el que se encuentra y los datos que consideréis clave para explicar cómo creéis que la realidad sociodemográfica puede afectar al mercado. Se exige que, junto a las fotografías que consigáis de Internet, también haya fotos realizadas por vosotros (es imprescindible que los miembros del equipo salgáis en algunas de ellas). En las diapositivas deben aparecer gráficas socio-demográficas y datos relevantes.

Fuentes: la fuente de referencia serán el Instituto Nacional de Estadística (<https://www.ine.es/>) y el portal del Ayuntamiento de Madrid (<https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/El-Ayuntamiento/Estadistica/Distritos-en-cifras/Distritos-en-cifras-Informacion-de-Barrios-/?vgnnextfmt=default&vgnextoid=0e9bcc2419cdd410VgnVCM2000000c205a0aRCRD&vgnnextchannel=27002d05cb71b310VgnVCM1000000b205a0aRCRD>). También puede ser de utilidad el programa de Telemadrid "Madrid, barrio a barrio" (<https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/El-Ayuntamiento/Estadistica/Distritos-en-cifras/Distritos-en-cifras-Informacion-de-Barrios-/?vgnnextfmt=default&vgnextoid=0e9bcc2419cdd410VgnVCM2000000c205a0aRCRD&vgnnextchannel=27002d05cb71b310VgnVCM1000000b205a0aRCRD>). En lo que ha de ver con mercados, pueden ser de utilidad la app Mercamad (<http://mercamad.com/>) y el portal de Madrid Emprende: <https://www.madridemprende.es/es/comercio-y-mercados/mercados-municipales>.

##### B) FASE PRÁCTICA

B1. Hablando con el mercado: En este apartado los alumnos habrán de realizar una serie de entrevistas que hagan a 5 profesionales del mercado y a 5 clientes. Deben realizarse al menos una entrevista a un cliente y una entrevista a un comerciante por cada miembro del grupo. Las entrevistas pretenden sacar la siguiente información:

a) Al cliente: ¿Por qué compra en el mercado? ¿Con cuánta frecuencia va al mercado? ¿Realiza compras en otro tipo de establecimientos? ¿Dónde y por qué? ¿Qué echa de menos en el mercado -tipo de establecimiento, servicios, actividades, espacios? ¿Qué cree que "sobra" en el mercado -tipo de establecimientos, actividades, espacios? ¿Cree que debería fomentarse la compra en los mercados? ¿Cómo hacerlo? ¿Le gustaría que el mercado tuviera una mayor preocupación por el medio ambiente? ¿Estaría dispuesto a que en los puestos se dejasen de usar plásticos -envoltorios, bolsas?

b) Al comerciante: ¿Es sacrificado tener un puesto en un mercado? ¿Cuáles son las ventajas y los inconvenientes de tener un negocio en un mercado? ¿Trabajaría en un centro comercial o supermercado si pudiera elegir? ¿Cree que debería fomentarse la compra en los mercados? ¿Cómo hacerlo? ¿Y cómo podría fomentarse que abran más negocios en el mercado? ¿Qué echa de menos en el mercado -tipo de establecimiento, servicios, actividades, espacios? ¿Qué cree que "sobra" en el mercado -tipo de establecimientos, actividades, espacios? ¿Cree que debería fomentarse la compra en los mercados? ¿Le gustaría que el mercado tuviera una mayor preocupación por el medio ambiente? ¿Estaría dispuesto a que en los puestos se dejasen de usar plásticos -envoltorios, bolsas? ¿Estaría interesado en que hubiera una política y un sistema de disminución de residuos orgánicos e inorgánicos en la red de mercados de Madrid?

Una vez realizadas las entrevistas, los alumnos tendrán que hacer un resumen de todas ellas, destacando las ideas clave compartidas por clientes y comerciantes.

B2 Viviendo el mercado: un vídeo (4-5 minutos) a modo de reportaje en el que se incluya alguna entrevista a comerciantes, clientes, tal vez al gerente, y se compruebe la participación de todos los miembros del equipo. La idea es que los alumnos compartan su mirada sobre el mercado: qué han visto, qué han aprendido, qué les ha sorprendido en positivo y en negativo...

##### C) FASE DE PRODUCTO.

C1. Dinamizando los mercados: los alumnos tendrán que hacer una propuesta personal y creativa sobre el siguiente tema: a) ¿Cómo mejorar el dinamismo de nuestro mercado? (habrá cuestiones de consumo, de mejora de instalaciones, de comunicación... es vuestro turno de empezar a ofrecer propuestas de valor). Se trata de una redacción de un máximo de 1000 palabras.

C2. Conclusiones: un documento de entre 1000 y 1500 palabras con las conclusiones del trabajo en relación con lo abordado en la asignatura. Se trata de responder a la pregunta: ¿Por qué un trabajo como este en una asignatura como esta? Se valorarán las referencias directas a los Apuntes y materiales trabajados en clase.

Ejemplos: ¿Qué tiene que ver este trabajo con los pilares de la universidad? ¿Qué tiene que ver este trabajo con cambios de paradigmas? ¿Qué tiene que ver este trabajo con los ODS? ¿Qué tiene que ver este trabajo con el mundo de la empresa?

- ENTREGA DEL DOSSIER.

Se entregará el dossier con las partes escritas según el orden indicado, además del Power Point y el vídeo, todo en una misma carpeta digital. Las partes que se presentan en formato digital (el Power Point y el vídeo) serán también presentados en el dossier de un modo sintético: su link correspondiente, una introducción de un solo párrafo y una imagen (la primera diapo en el caso del Power Point, y un pantallazo del vídeo). Todo se entregará en una única carpeta por parte del capitán del grupo.

Rúbrica: 1 punto por cuestiones formales (estilo, fotos, vídeos, edición: 0 insuficiente – 0'5 suficiente – 0'75 notable – 1 sobresaliente) / 3 puntos por cuestiones de fondo (0'5 cada apartado: 0 insuficiente – 0'25 suficiente – 0'5 sobresaliente).

#### D) FASE PRESENTACIÓN.

La última semana los alumnos presentarán en solamente 5 minutos, una selección de sus diapositivas (aquellas que expliquen algunos datos sobre el barrio, la tabla de entrevistas) y explicarán cuál es su propuesta para mejorar el dinamismo de los mercados. Los miembros del equipo pueden elegir a quien / quienes los representen (ese/esos vocal/es puede/n verse recompensado/s con algunas décimas -en caso de que la presentación sea correcta en forma y fondo- si necesita subir el escalafón de su calificación, hasta 0.5 puntos).

#### MÁS ACLARACIONES SOBRE EL DOSSIER FINAL,

##### PORTADA:

Título, nombres de los integrantes del equipo, grupo de ADE, asignatura, profesor.

##### ÍNDICE:

- Resumen del plan estratégico municipal.
- Análisis crítico del plan estratégico.
- Conociendo nuestro mercado.
- Hablando con nuestro mercado.
- Viviendo nuestro mercado.
- Fomentando el dinamismo en los mercados.
- Conclusiones.

##### DESARROLLO:

- Los puntos a) y b) se refieren a los mercados en general, no a vuestro mercado en particular:

a) Resumen del plan estratégico municipal: en este apartado debéis resumir las ideas clave del Plan Estratégico de mercados. Se trata de indicar situación de los mercados, oportunidades, amenazas, elementos clave a considerar y líneas estratégicas principales. Pongamos en juego vuestra capacidad de sintetizar y ordenar ideas. Si se quiere hacer un mapa o esquema, se puede.

b) Análisis crítico del plan estratégico: una vez habéis analizado el plan estratégico (sin introducir ninguna valoración personal), ahora sí que os pido vuestra opinión personal sobre los mercados: ¿vais habitualmente? ¿Hay tradición en vuestras familias? ¿Podrán los mercados adaptarse a los cambios o terminarán desapareciendo? Y las preguntas que tengáis a bien hacerlos. Preguntad a vuestras familias también sobre los mercados y comprobad qué juicios hacen sobre los mercados...

- Los puntos c) y e) corresponden al Power Point y al vídeo que, como sabéis, no se suben a la tarea, pero sí los links se incluyen en el dossier:

c) Conociendo nuestro mercado: combinación de texto e imágenes para conocer el mercado, el barrio y la conexión entre ambos.

d) Viviendo el mercado: aquí está la parte del vídeo, donde no os debéis olvidar de responder a las dos preguntas indicadas en la guía docente. Como seguramente tendréis mucho material de las entrevistas, os sugiero que las ordenéis en una carpeta y que compartáis el link también a continuación del del vídeo. Así, podéis introducir el vídeo (un párrafo) e incluir el link y, a continuación, podéis incluir un resumen de las entrevistas (un párrafo aclaratorio y una tabla de resumen de las ideas principales -os pongo más abajo un ejemplo-) y el link correspondiente.

¿Qué pasa si un miembro del equipo no puede ir al mercado por estar confinado? Tendréis que explicarlo y justificarlo en la misma página de presentación del vídeo y dar cuentas del trabajo que ese miembro ha realizado para compensar su ausencia (documentación, edición, transcripción de ideas generales de las entrevistas...).

- Los puntos e) y f) son un ejercicio de creatividad (proponer ideas) y de reflexión (sobre el aprendizaje obtenido):

e) Fomentando el dinamismo en los mercados: sed creativos y pensad en lo que como jóvenes os interesa... sin que el mercado deje de ser un mercado.

f) Conclusiones: cuidad de hacer referencia a los temas vistos en clase (repasad vuestros mapas, los apuntes y la guía docente entera).

##### FORMATO:

Cambria 11 puntos, 1.5 interlineado.

##### EVALUACIÓN:

Estas son las indicaciones mínimas y el no cumplimiento de este mínimo supondrá no alcanzar el aprobado (2 puntos). Todo lo que cada equipo quiera hacer a partir de ahí será bien valorado, siempre y cuando no sea a costa de no entregar el mínimo exigido. Pero por supuesto se valora la creatividad, las referencias, las citas, el cuidado de las formas, la redacción, las faltas de ortografía... Os recuerdo que el 2 sólo se alcanzará si se cumple con los mínimos requeridos y que las notas entre el 2 y el 4 tendrán que ver con la excelencia del trabajo presentado.

**NOTA:**

-Los porcentajes presentados afectan a los alumnos que asisten al aula.

-Los alumnos de primera convocatoria que no asistan al aula tendrán que realizar un examen final de relación entre los siguientes materiales: Apuntes de la Asignatura (Bloque Primero completo / Bloque Segundo, partes I y II / Anexo IV: Conferencia de Mauricio Wiesenthal); , la conferencia Misión de la Universidad de Ortega y Gasset. ESTE EXAMEN ES EL MISMO DE AQUELLOS ALUMNOS QUE NO ALCANCEN EL 5 EN LA EVALUACIÓN CONTINUA.

-Los alumnos que tengan dispensa académica, que no pueden por tanto asistir al aula, deberán comunicarlo al profesor por correo (j.parada@ufv.es) antes del mes de octubre para hacer un seguimiento adecuado fuera del aula física- Tendrán que realizar las mismas tareas que los alumnos que acuden en el aula, pero a partir de unas tutorías con el profesor.

-Los alumnos de segunda convocatoria deberán ponerse en contacto con el profesor al inicio de la asignatura para hacer un seguimiento adecuado fuera del aula física, con el mismo contenido de los alumnos con dispensa.

-Los alumnos de Erasmus serán considerados exactamente igual que cualquier otro alumno de la UFV.

## **BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS**

### **Básica**

APUNTES DE LA ASIGNATURA (A DISPOSICIÓN EN EL AULA VIRTUAL).

ORTEGA Y GASSET, J.; Misión de la Universidad, Alianza Editorial, Madrid, 1999 (A DISPOSICIÓN EN EL AULA VIRTUAL).

PLAN ESTRATÉGICO DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DE MADRID 2017-2021