

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Marketing		
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:	7614
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
Carlos Cotelo Oñate	carlos.cotelo@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 currículo 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 y Marketing, 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 determinado o elaborar una política de recursos humanos frente a otra.

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.

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 currículo 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 y Marketing, 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 determinado o elaborar una política de recursos humanos frente a otra.

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. 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 del marketing y de la empresa para desarrollar creativamente su trabajo.

Comprender la relación del profesional de la empresa y del marketing 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

CONTENIDOS

TEMA 1. ¿QUÉ HACEMOS AQUÍ?

Definición de la asignatura. Dinámicas. Ejercicios y comentarios.

TEMA 2. LO BUENO, LO BELLO Y LO VERDADERO

Una aproximación a diferenciar la subjetividad con lo objetivo. La perspectiva de Ortega y Gasset

TEMA 3. EL PENSAMIENTO CRÍTICO

Sobre la creatividad en el análisis de problemas. La posverdad y las fake news.

TEMA 4. LA MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD

Una definición de la razón de ser de la Universidad. Su historia. Cómo es y cómo debería ser.

TEMA 5. LA REALIDAD Y MI RELACIÓN CON ELLA

Una aproximación a las ideas del filósofo López Quintás.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Esta asignatura combinará:

a) 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.
- Comentarios de texto, fundamentales. En los que se precia el valor de la redacción explicativa con argumentos, distinguiendo la idea principal y aportando conclusiones.

b) Trabajo autónomo del alumno:

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

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

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
Comentarios de texto. 35h Debates. 15h Resolución de ejercicios. 6h	Análisis y crítica de textos. 35h Realización de mapas conceptuales o presentaciones interactivas. 12h Trabajo en equipo. 20h Participación en Aula Virtual. 23h

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

Tener la sensibilidad hacia temas sociales y medioambientales.

Capacidad para el cumplimiento de objetivos y resolución de problemas, sabiendo adaptarse y tomar decisiones en todo tipo de situaciones de gestión empresarial.

Entender el marketing y la empresa como un servicio a las personas que la forman y la sociedad en general.

Capacidad de Pensamiento analítico, sintético, aplicado a la toma de decisiones empresariales.

Competencias específicas

Fundamentar las razones de la ética en todos sus aspectos, incluido el económico, empresarial y de marketing en las características esenciales del ser humano.

Describir y ejercitar el contenido y proceder de las herramientas del trabajo universitario: comentario de texto, análisis, síntesis y elaboración de un trabajo de investigación, desarrollando de esta manera hábitos de pensamiento riguroso.

Conocer la esencia del ser humano, enraizando en ella su dignidad y analizando la evolución histórica de estas ideas en la teoría y en la praxis.

Incrementar la sensibilidad sobre los problemas medioambientales y sociales, desarrollando actitudes de respeto y diálogo frente a otras culturas y religiones en la búsqueda de la verdad, con especial atención a los valores ecológicos, de igualdad, paz y democracia.

Detectar la vinculación entre el mundo actual y los acontecimientos históricos y reconocer la necesidad de localizar el marco histórico de cualquier acontecimiento para poder comprenderlo.

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

Explica el significado histórico y actual de la Universidad como agente social.

Identifica modelos universitarios y pedagógicos.

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

Juzga la veracidad o falsedad de los argumentos.

Construye juicios a partir de conceptos convenientemente contruidos.

Extrae conceptos y líneas argumentales de textos académicos.

Diferencia entre argumentaciones inductivas y deductivas.

Presenta de manera espacial conceptos.

Expresa sus ideas de manera fluida.

Discrimina entre ideas y creencias sociales y personales.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Consideración previa: Todas las pruebas susceptibles de evaluación estarán supeditadas a lo establecidos en la Normativa de Evaluación de los Grados en Administración y Dirección de Empresas. 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 al artículo 7 de dicha normativa.

Se establecen los siguientes criterios de evaluación:

Alumnos que asisten con normalidad a clase:

Sistema de Evaluación Continua, tanto en Convocatoria Ordinaria como en la Extraordinaria.

- Realización de Exámenes, Parcial y Final, 50%.
- Elaboración de trabajos y actividades concretas solicitadas por el profesor: 30%
- Asistencia puntual, comportamiento y participación activa (no pasiva) en clase: 20%.
- El uso repetido del teléfono móvil o la realización de otras tareas diferentes a la dinámica de la sesión será motivo de la supresión de este 20%.

Para aprobar la asignatura es necesario que la nota obtenida en el Examen Final sea igual o superior a 5.

Alumnos con dispensa académica que no puedan acudir a clase de forma justificada y alumnos UFV en estancia de intercambio, tanto en Convocatoria Ordinaria como en la Extraordinaria.

- Mismo sistema, pero el 20% de Asistencia y Participación en clase se añadirá al examen final.
- En el caso de alumnos en estancia de intercambio, será su responsabilidad informarse sobre el procedimiento

de evaluación.

Alumnos en posteriores convocatorias.

- Su evaluación se realizará siguiendo los mismo parámetros que los alumnos con dispensa académica.

Los exámenes se realizarán de manera presencial siempre y cuando la situación sanitaria lo permita, pudiendo ser modificados con el objetivo de cumplir las indicaciones dadas por las autoridades sanitarias.

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

Se requiere una asistencia mínima del 80% de las clases para poder acogerse a Evaluación Continua.

Todas las pruebas susceptibles de evaluación estarán supeditadas a lo establecidos en la Normativa de Evaluación de UFV.

En el caso de que las recomendaciones de las autoridades sanitarias obliguen a un sistema de docencia en remoto, el procedimiento de evaluación y peso de los distintos factores se mantendrá.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

ORTEGA Y GASSET, J.; Misión de la Universidad, Alianza Editorial, Madrid, 1999.

IDEARIO DEL GRADO DE ADE DE LA UFV (A DISPOSICIÓN EN EL AULA VIRTUAL).

Complementaria

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