

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Marketing		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas y Empresariales		
Asignatura:	Antropología Fundamental		
Tipo:	Formación Básica	Créditos ECTS:	6
Curso:	2	Código:	7624
Periodo docente:	Tercer 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
Natalia Concepción Reig Aleixandre	natalia.reig@profesores.ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Pretende acompañar al alumno en el descubrimiento de su vocación, lo que supone conocer cuál es su misión en la universidad, el papel de la empresa en nuestro mundo contemporáneo, adquiriendo toda una serie de actitudes, habilidades y competencias para el desempeño de su trabajo y el liderazgo intelectual y creativo al que está llamado

En esta asignatura se revisan los presupuestos intelectuales y morales sobre los que se asienta la cultura contemporánea y se propone una explicación a la pregunta por el hombre y su sentido.

"Antropología Fundamental", es un tratado multidisciplinar que, a partir de las diversas antropologías aborda la cuestión sobre la estructura esencial del hombre. Para lograr una adecuada comunicación con el alumno, es esencial que se conozca a sí mismo y al otro: tanto como individuo dotado de un cuerpo y una capacidad intelectual, una voluntad por la que actúa y unos sentimientos y emociones que le conforman, como el reconocimiento de sí como ser social inmerso en una sociedad a la que se dirige para establecer una función relacional con el otro.

OBJETIVO

Se pretende que al finalizar la asignatura el alumno sea capaz de formular e interiorizar la pregunta acerca de la naturaleza (esencia) y propósito de la existencia humana y descubrir su alcance y sentido.

Los fines específicos de la asignatura son:

- Que el alumno se cuestione qué antropología subyace en la cultura postmoderna,
- para luego plantearse quién es el ser humano y
- cuál es su sentido existencial.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los correspondientes a 1º

CONTENIDOS

1. La persona humana y el marketing.
2. La cultura posmoderna en relación a la persona y al mercado.
3. La relación con el mundo infrahumano: objeto y ámbito.
4. Emociones y sentimientos.
5. El proceso de entendimiento.
6. Voluntad y libertad.
7. Relaciones basadas en el amor.
 - 7.1. Afecto.
 - 7.2. Amistad.
 - 7.3. Eros.
 - 7.4. Caridad.
8. Dimensiones de la persona humana.
 - 8.1. Corporeidad
 - 8.2. Historicidad.
 - 8.3 Interioridad.
 - 8.4. Intersubjetividad.
 - 8.5. Transcendencia.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES PRESENCIALES:

Clases expositivas. El profesor presentará cada uno de los temas: lo que se va a tratar, las lecturas y actividades obligatorias, la bibliografía complementaria y los ejercicios de evaluación y auto-evaluación; el alumno debe

planificar el aprendizaje de cada tema. El profesor expondrá los temas mediante lecciones magistrales; el alumno debe elaborar apuntes sintéticos sobre lo expuesto en relación con el contenido de la asignatura y con su propia formación.

Aprendizaje basado en problemas: se proporcionará a los alumnos casos a través de material audiovisual, textos y noticias en relación con los objetivos y el contenido de la asignatura, para que busquen su resolución.

Evaluación final: el alumno deberá demostrar la comprensión de lo aprendido a lo largo del semestre mediante ejercicios teóricos que muestren si ha alcanzado los objetivos y competencias planteados en la asignatura.

TRABAJO AUTÓNOMO:

Estudio teórico de los contenidos de la asignatura; puesta en relación de los contenidos de las clases teóricas, los libros de lectura obligatoria, los textos para comentar y el propio trabajo de investigación personal y en grupo.

Resolución de problemas y casos.

Realización de las prácticas sociales asignadas por el Departamento de Acción Social.

COVID 19:

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
Presencia en el aula: clases magistrales y exposición temas 40h Tutoría 2h Exposición de trabajos 16h Evaluación final 2h	Estudio y preparación del temario, lectura y trabajo personal de reflexión 40h Elaboración del trabajo de investigación 25h Prácticas sociales 25h

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

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

Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar.

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.

Ser capaz de aplicar los conocimientos a la práctica.

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.

Desarrollar criterios para la resolución de problemas y la toma de decisiones tanto en el ámbito profesional como en el ámbito personal.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Identifica la imagen del ser humano que nos ofrece la Postmodernidad

Transmite valores basados en la búsqueda de la verdad, el respeto a la dignidad humana y el bien común.

Se plantea y responde creativamente a las preguntas fundamentales sobre quién es el ser humano y cuál es su sentido existencial

Muestra interés por la búsqueda del sentido.

Muestra compromiso y responsabilidad sobre sus acciones.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Ponderación de la evaluación:

o Prueba objetiva de contenidos: 60%.

o Prácticas sociales: APTO

o Trabajo sobre un libro y exposición: 30%

o Técnica de observación: asistencia a tutoría, participación creativa en clase, entrega de comentarios de textos, ejercicios, presentaciones voluntarias: 10%

Aquellos alumnos que por motivos justificados y después de hablar con el profesor, no puedan asistir a clase, se evaluarán de la siguiente manera:

o Prueba objetiva de contenidos: 70%.

o Prácticas sociales: APTO

o Trabajo sobre un libro y sobre un Congreso: 15% + 15%

Los alumnos que no asistan a un mínimo de un 80% de clases, sin la justificación pertinente, se evaluarán:
o Prueba objetiva de contenidos: 70%.
o Prácticas sociales: APTO
o Trabajo sobre un libro y sobre un artículo: 15% + 15%

Para poder evaluar la asignatura, es imprescindible tener APTO en la evaluación de las prácticas, haber asistido al encuentro grupal de las prácticas realizado en clase y haber tenido al menos un encuentro con el mentor de las mismas asignado a comienzo de curso.

Los alumnos que se presenten en la CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA, según el calendario académico y publicado en la web, realizarán el examen con una ponderación del 70% y entregarán un trabajo de investigación que supondrá el 30% restante de la nota final.

Si se suspende la parte teórica o la parte práctica de la asignatura en la convocatoria extraordinaria, el alumno deberá realizar las dos partes en su integridad en el próximo curso.

Aquellos alumnos que quieran optar a MATRÍCULA DE HONOR tendrán que hablar con el profesor para fijar un plan de acción personalizado.

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.

Los exámenes se realizarán de manera presencial siempre que las Autoridades Sanitarias así lo permitan. En el caso de que las recomendaciones sanitarias nos obliguen a volver a un escenario donde la docencia haya que impartirla exclusivamente en remoto, las pruebas se realizarían en línea. Para asegurar el aprendizaje significativo por parte del alumno, se respetarán escrupulosamente las fechas de entrega de las actividades propuestas, trabajos individuales y grupales.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

LÓPEZ QUINTÁS, A. (2004): Descubrir la grandeza de la vida, Editorial Verbo Divino, Madrid.

LUCAS, R., Horizonte Vertical, B.A.C., Madrid, 2008

VALVERDE, C., Antropología filosófica, Edicep, Valencia, 2002

YEPES STORK, R.; ARANGUREN ECHEVARRIA, J. (2003): Fundamentos de Antropología: Un ideal de la excelencia humana, Ed. EUNSA, Navarra.

Complementaria

La facilitará el profesor en las clases