

Plan 467 GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Asignatura 45590 HISTORIA ECONÓMICA MUNDIAL

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Formación Básica

Créditos ECTS

6

Competencias que contribuye a desarrollar

Generales

- G1. Poseer y comprender conocimientos de economía general, economía de la empresa y dirección de marketing que, partiendo de la base de la Educación Secundaria General, alcancen el nivel propio de los libros de texto avanzados e incluyan también algunos elementos de vanguardia específicamente en el ámbito del marketing analítico y estratégico.
- G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar noticias, datos e informaciones relevantes a efectos de interpretar la evolución de los mercados de bienes y servicios y formular una estrategia de marketing, estando en disposición de emitir juicios que incluyan una reflexión desde un punto de vista social, científico o ético.
- G4. Poder transmitir informaciones, ideas, propuestas y soluciones a públicos especializados y no especializados, tanto oralmente como por escrito, en relación con el marketing estratégico, la transformación del entorno y las perspectivas de los mercados, haciéndolo de forma ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.
- G5. Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permiten emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía y aprovechamiento.

Específicas

- E1. Entender las bases teóricas, tanto de la economía general como de la economía y estrategia empresarial, la formación de los precios y la naturaleza de los hechos económicos, el proceso de dirección y las áreas funcionales de la empresa, a la vez que manejar los métodos cuantitativos esenciales y dominar los fundamentos sociales, históricos y jurídicos de la actividad económica y la dirección de marketing.
- E2. Conocer las grandes coordenadas del entorno socioeconómico, tecnológico, cultural e institucional español, europeo e internacional en un marco de globalización e integración, así como las principales políticas macroeconómicas y sectoriales aplicadas por las autoridades públicas, en paralelo con su trayectoria histórica e impacto sobre las relaciones comerciales y financieras mundiales, la evolución de la coyuntura, el comportamiento psico-social de la clientela, las decisiones de compra, el comercio exterior, la reorientación del marketing y la responsabilidad social de la empresa.
- E3. Comprender y manejar con soltura los fundamentos conceptuales y teóricos de los estudios de mercado y las estrategias de marketing, junto con sus posibles aplicaciones específicas en diversas áreas (marketing social, público,...), en Internet o escenarios relacionados y en la investigación de la opinión pública.
- E8. Adquirir la formación básica necesaria para recoger e interpretar informaciones, formular hipótesis, asesorar y resolver problemas en el ámbito del análisis de los mercados y el marketing estratégico, siguiendo el método científico y mediante la aplicación de los enfoques analíticos, instrumentos matemáticos, métodos estadísticos (univariantes o multivariantes) y técnicas de previsión correspondientes.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

- Distinguir las características de los sistemas económicos que se han sucedido a lo largo de la historia.
- Valorar el papel de las instituciones y de otras variables extraeconómicas en el funcionamiento de la economía real.
- Entender los factores y las etapas del desarrollo económico.
- Aplicar los conceptos básicos de la Historia Económica a los procesos de cambio económico a largo plazo.

Contenidos

Bloque 1: ECONOMÍAS PREINDUSTRIALES

En este bloque se analiza la evolución económica de la Humanidad desde las formas más primitivas de organización económica hasta el surgimiento de los primeros imperios coloniales y el desarrollo del capitalismo mercantil.

Bloque 2: REVOLUCIÓN INDUSTRIAL Y PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN

En este bloque se analiza la evolución de la economía mundial durante los siglos XVIII y XIX, desde los comienzos de la Revolución Industrial hasta la primera globalización.

Bloque 3: LA ECONOMÍA DEL SIGLO XX

En este bloque se analizan los grandes cambios que ha experimentado la economía internacional a lo largo del siglo XX, como consecuencia de las dos guerras mundiales, de las crisis y de las revoluciones que han dado lugar a la configuración del mundo actual.

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

- Lección magistral
- Estudio de casos
- Aprendizaje cooperativo

Criterios y sistemas de evaluación

Pruebas y trabajos
30%

Examen final escrito
70%

Es imprescindible alcanzar en esta prueba una calificación igual o superior a 5,00 sobre 10,00 para superar la asignatura.

El sistema de evaluación y calificación será el mismo tanto en la 1ª como en la 2ª convocatoria.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Textos, manuales de apoyo, lecturas complementarias, videos didácticos y acceso a internet.

Calendario y horario

BLOQUE TEMÁTICO

CARGA ECTS

PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO

ECONOMÍAS PREINDUSTRIALES

2

Semanas 1-4

REVOLUCIÓN INDUSTRIAL Y PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN

2

Semanas 5-10

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

Clases teóricas (T/M)

40

Estudio autónomo

65

Clases prácticas (A)

8

Elaboración de trabajos

15

Laboratorios (L)

Documentación

10

Prácticas externas, clínicas o de campo

Seminarios (S)

10

Tutorías grupales (TG)

Evaluación

2

Total presencial

60

Total no presencial

90

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

RICARDO HERNÁNDEZ GARCÍA:

rhgarcia@eco.uva.es

hiseco1718@gmail.com

Idioma en que se imparte

ESPAÑOL