



Proyecto/Guía docente de la asignatura 2021-22

Asignatura	Urbanismo Comercial		
Materia	Entorno Legislativo		
Módulo	Derecho comercial		
Titulación	Grado en Comercio		
Plan	418	Código	41021
Periodo de impartición	Cuatrimestre 2º	Tipo/Carácter	Optativa
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	Tercero
Créditos ECTS	3		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Miguel Varela Rodríguez y Helena Villarejo Galende		
Datos de contacto	miguel.varela@uva.es helenav@eco.uva.es		
Departamento	<ul style="list-style-type: none">- Sociología y Trabajo Social- Derecho Público (Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales)		

1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura aporta, desde una perspectiva interdisciplinar que incluye a la Sociología y al Derecho, una comprensión de los condicionantes sociales, económicos y normativos que afectan al desarrollo de las actividades comerciales.

En el **Módulo 1** se abordan cuestiones teóricas que garantizan una correcta comprensión de la dinámica urbana, la tipología y morfología de las nuevas centralidades y los fenómenos de suburbanización. Los cambios culturales y socioeconómicos que afectan tanto al comportamiento del consumidor como a la materialización de nuevas formas y dinámicas de la actividad comercial.

El **Módulo 2** se centra en la ordenación de las actividades comerciales en el espacio. En él se examina la normativa que afecta a la localización de los establecimientos comerciales. Se detallan así los instrumentos de los que dispone el urbanismo comercial para solucionar los problemas socio-económicos, urbanísticos y medioambientales que plantea la ordenación espacial del comercio. De esta manera, se estudian los planes territoriales y urbanísticos y las licencias o autorizaciones administrativas.

Se analizan también algunas estrategias de revitalización urbana vinculadas al asociacionismo comercial como los “centros comerciales abiertos”, en las que una vez más se ponen de manifiesto las estrechas relaciones entre comercio y ciudad. Aunque el comercio, por sí mismo, no puede revitalizar la ciudad, juega un papel crucial en la recuperación urbana, por el efecto de arrastre que puede representar sobre otras actividades y por su importancia como elemento dinamizador de la vida ciudadana.

1.2 Relación con otras materias

Por su carácter interdisciplinar, esta asignatura entra en relación directa o indirecta con varias asignaturas del Grado. En primer lugar, cuenta con una importante relación con las asignaturas de perfil organizativo y de marketing, al desarrollar y establecer de manera normativa modelos de negociación y mecanismos de actuación directa.

También presenta relación con las asignaturas de ciencias sociales y de la conducta, representadas en el grado por la asignatura de Comportamiento del Consumidor, al compartir con ellas la vocación analítica y la focalización en los procesos interpersonales.

1.3 Prerrequisitos

Ninguno.

2. Competencias

2.1 Generales

G1. Demostrar poseer y comprender conocimientos en el área del Comercio a partir de la base de la educación secundaria general a un nivel que, apoyado en libros de texto avanzado, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia en el estudio de la actividad comercial.

G2. Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente a la actividad comercial de las empresas y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del departamento comercial de una empresa en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación tecnológica constante.



G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes, dentro del área comercial, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

G4. Poder transmitir en español y en otra lengua (inglés, francés o alemán), tanto de forma oral como escrita, información, ideas, conocimientos, problemas y soluciones del ámbito comercial, resultados de los análisis, propuestas de actuación o negocio, los fundamentos y razones últimas de los mismos, de forma clara, concisa y comprensible tanto a públicos especializados como no especializados.

G5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias que permitan al alumno continuar formándose en la actividad comercial y en otras facetas de la gestión empresarial con un alto grado de autonomía.

G6. Adquirir una visión global y multicultural, aplicando los conocimientos y habilidades necesarias para organizar, dirigir y gestionar el área comercial de una empresa en el actual contexto económico.

2.2 Específicas

E8. Conocer las condiciones de implantación y gestión de puntos de venta.

E21. Comprender el impacto del entorno jurídico en la empresa y en especial en el área comercial.

2.3 Transversales

T1. Adquirir la habilidad de aprendizaje y conocimiento de la bibliografía así como de las fuentes permanentes de información documental y estadística que le doten de la capacidad necesaria para continuar estudiando, investigando o aprendiendo de forma permanente y autónoma.

T2. Alcanzar las habilidades necesarias para una correcta utilización de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en el ámbito de estudio y contexto profesional, como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, aprendizaje, trabajo cooperativo y para la gestión de cualquier operación comercial.

T3. Aprender a comprender y respetar la diversidad social y la multiculturalidad como un componente enriquecedor personal y colectivo, con el fin de desarrollar la convivencia entre las personas sin incurrir en distinciones de sexo, edad, religión, etnia, condición social o política.

T4. Saber comportarse de manera íntegra y consecuente con los principios y valores personales y profesionales (compromiso ético) teniendo en cuenta los distintos instrumentos éticos puestos a su disposición. Esto implica conocer los instrumentos éticos que regulan sus actuaciones profesionales, actuar con integridad y rectitud ante cualquier situación, incluso en situaciones desfavorables para sus propios intereses, ser respetuosos con las normas y leyes sin necesidad de ser vigilados o controlados, así como saber reconocer, aceptar y responsabilizarse de los errores cometidos y de sus posibles consecuencias.

T5. Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, aceptando o refutando mediante razonamientos lógicos los argumentos de los demás y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.

T6. Ser creativo, con iniciativa y espíritu emprendedor, consiguiendo la habilidad de ofrecer soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales, así como tener una buena predisposición a actuar de forma proactiva, poniendo en acción las ideas en forma de actividades y proyectos con el fin de explotar las oportunidades al máximo, asumiendo los riesgos necesarios.

T7. Ser capaz tanto de reconocer situaciones nuevas (tanto en el entorno competitivo en el que va a desarrollar su labor profesional como en las metodologías de trabajo cambiantes), como de adaptarse a los cambios con versatilidad y flexibilidad.

T8. Saber desarrollar y mantener un trabajo de calidad de acuerdo a las normas y gestionar por procesos utilizando indicadores de calidad para su mejora continua, mediante la utilización de indicadores que evalúan el progreso y los resultados, mediante una planificación y realización correcta de las actividades, buscando la mejora de forma permanente en todo lo que se hace, y mediante la participación en los procesos de autoevaluación asumiendo responsabilidades tanto como evaluador como evaluado.

3. Objetivos

El objetivo de la asignatura es desarrollar competencias para que los alumnos se familiaricen con el ejercicio de la toma de decisiones y la gestión de las actividades comerciales. Para esta función, la asignatura capacita en el conocimiento de la dinámica urbana y de las normativas que condicionan la distribución de actividades comerciales.

Este objetivo global se estructura en los objetivos generales siguientes:

1. Capacitar al alumnado para tomar decisiones de localización que permitan el éxito de actividades comerciales.
2. Capacitar al alumnado para gestionar los procedimientos legalmente establecidos para poder desarrollar una actividad comercial en una ubicación concreta.
3. Capacitar al alumnado para localizar la distribución de actividades y para poder determinar nichos de mercado o posible distribución de actividades de promoción y publicidad.
4. Capacitar al alumnado para entender las actuales tendencias en materia de comportamiento del consumidor y de desarrollo de los formatos comerciales en relación con sus implicaciones con la planificación urbanística y territorial.
5. Capacitar al alumnado para planificar, gestionar y dinamizar un “centro comercial abierto”.
6. Capacitar al alumnado para evaluar críticamente las fortalezas y debilidades del modelo de urbanismo comercial vigente en nuestro país.

4. Contenidos y/o bloques temáticos

Los contenidos de los distintos bloques se adaptarán, en su caso, a la circunstancia excepcional de la Modalidad BIMODAL (videoconferencias y actividad presencial con distanciamiento interpersonal), pudiendo experimentar algunas reducciones que no disminuirán el logro de la adquisición de las competencias fundamentales.

Bloque 1: Estructura y dinámica de la sociedad contemporánea. Localización de actividades comerciales

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

El conocimiento de la estructura social de la ciudad y los procesos de cambio que la redefinen incesantemente es fundamental para concebir estrategias y proyectos de actividad comercial.

b. Objetivos de aprendizaje

Orientar a los alumnos en la comprensión de una variedad de aspectos sociológicos, antropológicos, políticos y económicos indisolubles en el funcionamiento de las empresas.

c. Contenidos

1. LA CIUDAD. Introducción. La escuela de Chicago: Enfoque ecológico y urbanismo como forma de vida. El urbanismo y el entorno creado. Ciudades y globalización. Procesos de gentrificación urbana.
2. EL COMERCIO EN LA CIUDAD. El centro urbano y su oferta comercial minorista. Los barrios periféricos. El espacio extraurbano: territorio de grandes superficies comerciales. El centro comercial como no lugar.



d. Métodos docentes

Lección magistral, seminarios prácticos, realización de trabajos individuales/grupales y exposición de los mismos.

BIMODAL:

- Multiconferencias a través de las plataformas facilitadas por la UVa: Webex, Teams, Campus virtual UVa (Collaborate) o similar.
- Casos y lecturas recomendadas y entrega de tareas y posibles cuestionarios a través de Campus virtual (Moodle).

e. Plan de trabajo

Modalidad PRESENCIALIDAD SEGURA: Clases magistrales, prácticas en el aula

Modalidad BIMODAL:

Clase magistral-activa en línea: se impartirán clases dedicadas a la exposición de contenidos, instituciones y conceptos claves de la asignatura.

En su caso, presentaciones con narraciones de voz con el contenido de cada una de las partes de este primer bloque de la asignatura.

Aprendizaje cooperativo: Se pueden proponer trabajos para realizar en grupo para profundizar en determinados temas de la asignatura propuestos por el profesor.

Tutorías: Con carácter prioritario, los alumnos podrán plantear todas sus dudas sobre el contenido de la asignatura y organizativas a través de los foros habilitados por el profesor en el campus virtual de la asignatura: el **Foro General de la Asignatura** (en el que los participantes pueden plantear cuantas cuestiones de carácter organizativo o de carácter general sobre la asignatura les surjan a lo largo del periodo lectivo) y el **Foro del Tema**. Este segundo foro estará dirigido a plantear dudas específicas sobre el contenido del curso. Estas dudas se irán formulando a medida que avance el curso y los alumnos profundicen en su estudio. Excepcionalmente, pueden plantearse consultas individuales y/o grupales a través de correo electrónico y mediante videoconferencia.

Aprendizaje autónomo: estudio del temario de la asignatura, lectura de textos obligatorios de cada tema, consulta de materiales colgados en la plataforma virtual de la universidad, preparación de las presentaciones que haya de realizar cada alumno, resolución de prácticas y tareas propuestas por el profesor a través del campus virtual.

f. Evaluación

Ver apartado 7 del proyecto docente.

g. Bibliografía básica

ALVÁREZ CANTALAPIEDRA, S. y VILLAREJO GALENDE, H. (2003): "La regulación de los grandes centros comerciales: una aproximación sociológica y jurídica", *Revista de Derecho*, Vol. XV, diciembre, p. 131-155. http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-09502003000200006&script=sci_arttext&tIng=es

AUGÉ, M. (2000). *Los no lugares. Espacios de anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Barcelona, Gedisa Editorial.

FRECHOSO REMIRO, JC. (2016): *Efectos económicos de los centros comerciales: El caso de Castilla y León*. Tesis Doctoral, Universidad de Valladolid. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/16530>

GIDDENS, A. (2001): *Sociología*, Madrid, Alianza Editorial.

GIDDENS, A. y SUTTON, P. W. (2014): *Conceptos esenciales de sociología*, Madrid, Alianza.

HARVEY, D. (2014): *Urbanismo y desigualdad social*, Madrid, Siglo XXI.

h. Bibliografía complementaria

DEBORD, G. (1999): *La sociedad del espectáculo*, Valencia, Pretextos.



ESCUADERO GÓMEZ, L.A (2008): *Los centros comerciales. Espacios posmodernos de ocio y consumo*, Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha.

JACOBS, J. (2011): *Muerte y vida de las grandes ciudades*, Madrid, Capitan Swing.

MARTÍ FONT, J. M. (2017): *La España de las ciudades. El estado frente a la sociedad urbana*, Barcelona, ED Libros.

OTERO ENRÍQUEZ, R. (2017): *Sociología e historia de la ciudad desconcentrada*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.

RITZER, G. (2000): *El encanto de un mundo desencantado*, Barcelona, Ariel.

SENNET, R. (2019): *Construir y habitar. Ética para la ciudad*, Barcelona, Anagrama.

SORANDO, D. y ARDURA, A. (2016): *First we take Manhattan. La destrucción creativa de las ciudades*, Madrid, Catarata

i. Recursos necesarios

Los libros de texto recomendados.

La información complementaria proporcionada por el profesor y en las actividades complementarias. Se facilitará a través del campus virtual.

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1,5 ECTS	Semanas 1ª a 7ª

Bloque 2: La ordenación espacial del comercio

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

El urbanismo comercial engloba un conjunto de técnicas de intervención de la Administración, con las que se pretende la ordenación espacial del comercio, la localización o la distribución territorial de los equipamientos comerciales. Se trata de integrar las estructuras comerciales y las estructuras urbanas, teniendo en cuenta las necesidades de los ciudadanos-consumidores.

b. Objetivos de aprendizaje

Comprender el papel que juega el comercio en los espacios urbanos y su capacidad para promover estrategias de desarrollo económico y de regeneración de áreas urbanas en crisis. Evaluar críticamente las fortalezas y debilidades del modelo de urbanismo comercial vigente en nuestro país. Conocer los procedimientos legalmente establecidos para poder desarrollar una actividad comercial en una ubicación concreta.

c. Contenidos

1. LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA. Formatos comerciales. Estrategias de localización. Relación entre nuevos formatos comerciales y expansión urbana. Factores determinantes en la evolución del sector. La regulación de los horarios comerciales.

2. URBANISMO COMERCIAL COMO CONTROL DE LA IMPLANTACIÓN DE LOS GRANDES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES (GEC). Fundamentos de la regulación pública de los GEC: consecuencias socioeconómicas, urbanísticas y medioambientales de su implantación. La tensión «comercio tradicional-grandes superficies» y la tensión «centro-periferia». Evolución histórico-normativa del control de la implantación de los GEC: de la intervención municipal al control autonómico. Régimen jurídico de la instalación de los establecimientos comerciales. Consecuencias de la Directiva de Servicios.



3. URBANISMO COMERCIAL COMO ESTRATEGIA DE REVITALIZACIÓN DE LOS CENTROS URBANOS. Planificación y desarrollo de los Centros Comerciales Abiertos (CCA). Asociacionismo y gestión unitaria. Papel del sector público. Experiencias comparadas en la gestión de centros comerciales urbanos: Los *Business Improvement Districts* (BID).

d. Métodos docentes

Lección magistral, seminarios prácticos, realización de trabajos individuales/grupales y exposiciones orales. BIMODAL:

- Multiconferencias a través de las plataformas facilitadas por la UVa: Webex, Teams, Campus virtual UVa (Collaborate) o similar.
- Casos y lecturas recomendadas y entrega de tareas y posibles cuestionarios a través de Campus virtual (Moodle).

e. Plan de trabajo

Modalidad PRESENCIALIDAD SEGURA: Clases magistrales, prácticas en el aula

Modalidad BIMODAL:

Clase magistral-activa en línea: se impartirán clases dedicadas a la exposición de contenidos, instituciones y conceptos claves de la asignatura.

Presentaciones con narraciones de voz con el contenido de cada una de las partes de este segundo bloque de la asignatura.

Aprendizaje cooperativo: Se pueden proponer trabajos para realizar en grupo para profundizar en determinados temas de la asignatura propuestos por el profesor.

Tutorías: Con carácter prioritario, los alumnos podrán plantear todas sus dudas sobre el contenido de la asignatura y organizativas a través de los foros habilitados por el profesor en el campus virtual de la asignatura: el **Foro General de la Asignatura** (en el que los participantes pueden plantear cuantas cuestiones de carácter organizativo o de carácter general sobre la asignatura les surjan a lo largo del periodo lectivo) y el **Foro del Tema**. Este segundo foro estará dirigido a plantear dudas específicas sobre el contenido del curso. Estas dudas se irán formulando a medida que avance el curso y los alumnos profundicen en su estudio. Excepcionalmente, pueden plantearse consultas individuales y/o grupales a través de correo electrónico y mediante videoconferencia.

Aprendizaje autónomo: estudio del temario de la asignatura, lectura de textos obligatorios de cada tema, consulta de materiales colgados en la plataforma virtual de la universidad, preparación de las presentaciones que haya de realizar cada alumno, resolución de prácticas y tareas propuestas por el profesor a través del campus virtual.

f. Evaluación

Ver apartado 7 del proyecto docente.

g. Bibliografía básica

APARICIO DE CASTRO, G.; TEJADA BARRENETXEA, S. y ZORRILLA CALVO, P. (2010): "Dinamización del comercio urbano en España", *Distribución y consumo*, mayo-junio, pp. 40-51.

ELIZAGÁRATE, V. (2006): "El comercio y la regeneración urbana de la ciudad: una estrategia integral de marketing de ciudades", *Distribución y Consumo*, núm. 40, enero-febrero, pp. 40-49.

LÓPEZ DE LUCIO, R. (2002): "La vitalidad del espacio público urbano en riesgo: Implicaciones urbanísticas de la creciente concentración en enclaves de la actividad comercial", *Distribución y Consumo*, 2002 nov-dic; año 12 (66), pp. 25-41.

MATEA ROSA, M. (2012): "Regulación de los horarios comerciales en España y comparación internacional", *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, núm. 3023, pp. 41-50.

MINECO (2014): *Normativa básica en materia de horarios comerciales en España*. Dirección General de Comercio Interior, Madrid. Disponible en:



<http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-interior/Ordenacion-del-Comercio/Documents/Aspectos%20basicos%20regulacion%20horarios%20comerciales.pdf>.

TARRAGÓ, M. (1992): "Urbanismo comercial. Respuestas de futuro para el binomio comercio/ciudad", *Distribución y Consumo*, núm. 2, pp. 10-31.

VILLAREJO GALENDE, H. (2008): "Sostenibilidad y revitalización urbana: nuevas propuestas para la regulación de la implantación de los grandes establecimientos comerciales", *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, XL (156), pp. 273-296. <https://recyt.fecyt.es/index.php/CyTET/article/view/75856>

VILLAREJO GALENDE, Helena y ESTEVE PARDO, María Luisa (2018): «New Forms of Urban Governance: Business Improvement Districts and the Challenges of Their Introduction in Spain», *Proceedings of the 6th Creative Cities Conference – Orlando (USA)*, University of Central Florida-Scientific Association ICONO14, pp. 1048-1064. https://www.ciudades-creativas.com/proceedings/6ccc/proceedings-6ccc_054.pdf

VV.AA. (2012): *Derecho de la regulación económica*. Vol. IX (Comercio interior), tomo I, dir. M. Rebollo Puig, editorial Iustel, Madrid.

h. Bibliografía complementaria

CASTRESANA, J. (1999): "Nuevas concepciones del urbanismo comercial", *Distribución y Consumo*, núm. 48.

COMISIÓN EUROPEA (2010): Informe «Hacia un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz en la perspectiva de 2020», COM (2010) 355 final. Bruselas, 5.7.2010.

DÍAZ DE RADA, V. y LARA GONZÁLEZ, R. (2015): "La liberalización de los horarios comerciales. Un análisis de la opinión de la sociedad española", *Inguruak: Revista vasca de sociología y ciencia política*, nº 59, págs. 116-141. Disponible en: <http://www.inguruak.eus/index.php/inguruak/article/view/13/10>

LÓPEZ PÉREZ, F. (2009): *El impacto de la Directiva de Servicios sobre el urbanismo comercial*, Atelier, Barcelona.

VILLAREJO GALENDE, H. (2012): "Licencias comerciales: Su persistencia tras la Directiva de Servicios", *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, núm. 868, pp. 91-112.

VILLAREJO GALENDE, H. (2014): "Colaboración público-privada para la revitalización de espacios urbanos: la introducción de los Business Improvement Districts en el ordenamiento jurídico español", *Revista de Gestión Pública: Centro de Estudios en Gestión y Política Pública*, Santiago de Chile. Volumen III, núm. 2, Julio-Diciembre, pp. 235-277. <https://cutt.ly/ye3o5mn>

i. Recursos necesarios

Los materiales bibliográficos recomendados, disponibles en el Campus Virtual.

La información complementaria proporcionada por el profesor y en las actividades complementarias.

Espacio físico:

- Aula convencional, aula de informática, biblioteca de la Facultad.
- BIMODAL: Plataforma campus virtual (Moodle). Para el seguimiento de esta asignatura, especialmente en modalidad bimodal, resulta imprescindible disponer de acceso al campus virtual, cuenta de correo electrónico oficial de la UVa, webcam y micrófono activados. Determinadas pruebas de evaluación podrán realizarse mediante videoconferencia (Blackboard Collaborate, Teams, Webex).

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
------------	--------------------------------



1,5 ECTS	Semanas 8ª a 14ª
----------	------------------

5. Métodos docentes y principios metodológicos

Lección magistral, seminarios prácticos, realización de trabajos individuales/grupales y exposición de los mismos. BIMODAL: Videoconferencias a través de las plataformas facilitadas por la UVa. Casos y lecturas recomendadas y entrega de tareas y posibles cuestionarios a través de Campus virtual (Moodle).

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

La Universidad de Valladolid ante la situación generada por la pandemia del Covid19 ha apostado por la presencialidad segura de nuestros estudiantes durante el curso 2020-21. Eso significa, entre otros aspectos, que la distancia entre los estudiantes en clase debe ser de 1.5 metros en todo caso. Para poder cumplir este requisito y que todos nuestros estudiantes puedan acudir a clase, teniendo en cuenta la disponibilidad de aulas y su tamaño en la Facultad de Comercio, ha sido necesario reducir de forma excepcional para este curso la presencialidad de esta asignatura al 30%, es decir, que el alumno por cada crédito ECTS recibirá 7,5 horas de clase en vez de 10, como ocurre en situaciones de normalidad. Esta disminución permitirá incrementar el número de grupos de prácticas de la asignatura de forma que ninguno supere los 25 alumnos. Se trata, pues, de una situación imprescindible para garantizar la presencialidad de todos nuestros estudiantes en estas sesiones prácticas que son muy importantes para la adquisición de competencias transversales, como pueden ser el trabajo en equipo o la capacidad de exponer en público, así como competencias específicas cuando se requiera el uso de laboratorios de informática o salidas al exterior para realizar trabajo de campo. Además, estas clases prácticas en grupos reducidos resultan fundamentales para llevar a cabo la evaluación continua de nuestros estudiantes, dado que permiten realizar un seguimiento individualizado de los progresos del alumno en la adquisición de las diversas competencias que se trabajan en esta asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	11,25	Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	17,5
Clases prácticas	11,25	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	17,5
		Realización de trabajos, informes, memorias...	17,5
Total presencial	22,5	Total no presencial	52,5

7. Sistema y características de la evaluación

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
<p>➤ CONVOCATORIA ORDINARIA: En la convocatoria ordinaria, hay dos sistemas de evaluación, entre los que <u>cada alumno deberá optar</u>:</p> <p>1) Evaluación continua: Consiste en la realización de dos tipos de actividades:</p> <ol style="list-style-type: none">1.1. Las prácticas o seminarios realizados presencialmente en el aula, a propuesta de los profesores.1.2. Los trabajos o cuestionarios realizados fuera del aula. Estos trabajos deberán ser remitidos a través del Campus Virtual (Moodle) antes de las fechas indicadas, siguiendo las normas de presentación que figuran en esta misma guía docente. No se admitirá ningún trabajo enviado con posterioridad. <p>Calificaciones: Para el cómputo de la nota final, se tendrán en cuenta los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none">• Cada Bloque o Módulo tiene un valor del 50% del total de la asignatura.• Para superar la asignatura, es necesario tener aprobados cada uno de los dos Bloques o Módulos.



- Para superar la asignatura los alumnos deberán presentar al menos el 80% de las actividades propuestas en ambos Módulos.

2) Examen:

Aquellos alumnos que no opten por el sistema de evaluación continua, deberán realizar en la convocatoria ordinaria un EXAMEN FINAL, de carácter escrito, que constará de dos preguntas de desarrollo que versarán sobre el contenido de cada uno de los dos Bloques o Módulos de la asignatura. En cada pregunta, se valorará sobre un máximo de 5 puntos la formación general y el nivel de conocimientos del alumno, la claridad y orden de las ideas, así como la exposición escrita.

➤ CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Aquellos alumnos que no superen la asignatura en la convocatoria ordinaria, podrán realizar en la convocatoria extraordinaria un EXAMEN FINAL, de carácter escrito, que constará de dos preguntas de desarrollo que versarán sobre el contenido de cada uno de los dos Bloques o Módulos de la asignatura. En cada pregunta, se valorará sobre un máximo de 5 puntos la formación general y el nivel de conocimientos del alumno, la claridad y orden de las ideas, así como la exposición escrita.

8. Consideraciones finales

Normas de presentación de los trabajos escritos:

1. Los trabajos habrán de ser **originales** y apoyados en la bibliografía que se facilita por los profesores. No se admitirán, de ninguna manera, trabajos copiados total o parcialmente de alguna o algunas fuentes, sean libros, artículos o webs. Copiar un trabajo es algo ilegal y carente de toda ética. Si se detecta un fraude de este tipo, la calificación será automáticamente de **cero** para el autor del trabajo. En el caso de trabajos en grupo, la calificación será de cero para todos los miembros del grupo.

Se recuerda a los alumnos las previsiones respecto al plagio que contiene el **Reglamento de Ordenación Académica de la Universidad de Valladolid (art. 44):**

1. *La presentación de un trabajo u obra hecho por otra persona como propio será catalogado como plagio y, por tanto, sancionado, en su caso, de acuerdo con el procedimiento disciplinario que corresponda, y sin perjuicio de la calificación de Suspenso 0,0.*

2. *También será considerado plagio toda actuación académica por parte del estudiante que quede enmarcada en alguno de los dos comportamientos siguientes:*

a) *Utilizar literalmente párrafos o frases ajenos sin citar al autor de los mismos de manera explícita.*

b) *Parafrasear a uno o más autores sin citarlos combinando sus aportaciones para presentarlas como propuesta original.*

2. **Formato del texto:** El texto se presentará con letra Arial tamaño 12 en interlineado 1,5 y justificado, en formato PDF. Con márgenes simétricos de 2,5 cm.

Las notas a pie de página con letra Arial tamaño 10 en interlineado sencillo y justificado. Se utilizarán para realizar explicaciones adicionales al texto.

3. Las **referencias bibliográficas** se realizarán siguiendo el sistema de citación HARVARD. **Se incluirán en el texto** con un paréntesis indicando el apellido del autor seguido del año de publicación y página en el caso de citas entrecomilladas. Ej.: (Sampedro, 1972: 32-33).

Citas dentro del texto no literales-textuales

- Las referencias no literales (es decir, citando las ideas del autor pero con las propias palabras) a artículos o libros figurarán en el texto entre paréntesis, indicando el apellido del autor y el año, separados por una coma (Martínez, 1998).
- En el caso de que en una misma referencia se incluyan varios libros o artículos, se citarán uno a continuación del otro por orden cronológico y separados por un punto y coma (Cirigliano, 1975; Sarramona, 1983; Marín, 1995).
- Si en la referencia se incluyen varios trabajos de un mismo autor, bastará poner el apellido y los años de los diferentes trabajos separados por comas, distinguiendo por letras (a, b, etc.) aquellos trabajos que haya publicado en el mismo año (Casas, 1985, 1986, 1987a, 1987b, 1995).
- Si el nombre del autor forma parte del texto, entre paréntesis sólo irá el año: Holmber (1985) afirmó que...

Citas textuales

- Las citas textuales irán entrecomilladas y, a continuación y entre paréntesis, se indicará el apellido del autor del texto, el año y la página o páginas de la/s que se ha extraído dicho texto. Ejemplo: "por educación a distancia entendemos (...) contacto ocasional con otros estudiantes" (Rowntree, 1986:16).
- Si el nombre del autor forma parte del texto, sería así: Como Keegan (1986: 102) señalaba "la educación contemporánea..."

Algunas variantes en la redacción de la clave autor-fecha	
Forma estándar para referirse a las ideas de otro autor/documento: apellido del autor y fecha del documento entre paréntesis:	Algunos autores han mostrado la resistencia de las universidades al cambio social en la historia (Sorensen 2003). Otros sin embargo matizan...
Si el nombre del autor forma parte de tu texto pon entre paréntesis sólo el año:	Por el contrario, Lexner (2005) sostiene que las instituciones de enseñanza superior se han transformado...
Si incluyes un fragmento de texto literal tienes que añadir la página o localización exacta:	"Las universidades han cambiado al ritmo de los tiempos" concluye Sánchez Gil (1999, p. 140) al final de su estudio.
Si el documento citado tiene dos o tres autores, forma la clave con sus apellidos e "y":	En los últimos años ha prevalecido la crítica del determinismo tecnológico (Lexner, Kichner y Johnson 2009).
Si el documento citado tiene más de tres autores, forma la clave con el primero y la abreviatura latina "et al." (et alii, y otros):	La tesis es en este caso que "La educación superior mantiene una relación crítica con su entorno que se expresa en tensiones múltiples" (González et al. 2006, p. 254).
Si citas más de un documento a la vez, puedes incluirlos todos en el mismo paréntesis:	En la primera década del siglo este tema ha suscitado mucho interés (Sorensen 2003; Lexner 2005; González et al. 2006).
Si citas más de un documento del mismo autor basta que repitas las fechas:	Semejante idea ha sido corroborada con contundencia desde la sociología de la educación (Tapia 1997; 2004; 2006).
Si citas documentos cuyos autores tienen apellidos iguales y que son de la misma fecha, distínguelos por la inicial del nombre:	Aunque se ha cuestionado la capacidad de cambio de la universidad (Smith, K. 1998), también hay quien ha subrayado su impetu renovador (Smith, B. 1998).
Si citas documentos de un mismo autor publicados el mismo año distínguelos con una letra añadida a la fecha:	Quien defiende con mayor solvencia el papel activo de la universidad como generadora de innovación es sin duda Lexner (2005a, 2005b).
Si citas documentos sin responsable personal la clave puede ser una entidad o el título:	<ul style="list-style-type: none">• (Banco de España 2010).• (Environment Encyclopedia and Directory 2010).

Fuente: MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, L.J. (2016): [Cómo buscar y usar información científica: Guía para estudiantes universitarios](#). Universidad de Cantabria, Santander.

4. Al final del trabajo se incluirá una relación con todas las **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS COMPLETAS**, siguiendo el **orden alfabético** por el apellido del primer autor (o editor), de acuerdo con el formato establecido en los siguientes ejemplos:

Libro:

APELLIDO, Inicial. (año): *Título del libro en cursiva*, editorial, lugar de publicación.

MORALES, A.C., MONZÓN, J. L. y CHAVES, R. (eds.) (2003): *Análisis económico de la empresa autogestionada*, CIRIEC-España editorial, Valencia.

SAMPEDRO, J. L. (1972): *Conciencia de subdesarrollo*, Salvat, Barcelona.

Varias obras del mismo autor:

BRUNER, J. (1961): *El proceso de la educación*. México: Uteha.

– (1985): *En busca de la mente*, Fondo de Cultura Económica, México.

– (1988): *Desarrollo cognitivo y educación*, Morata, Madrid.

Si el año de publicación es el mismo, se diferenciarán escribiendo una letra (a, b, etc.) después del año.

Capítulo de libro:

APELLIDO, Inicial. (año): "Título del capítulo entre comillas", *Título del libro en cursiva*, editorial, lugar de publicación, pág. inicial y final.

BORRAJO INIESTA, I. (1986): "Las libertades de establecimiento y de servicios en el Tratado de Roma", en García de Enterría, E., González Campos, J.D. y Muñoz Machado, S. (dir.), *Tratado de Derecho Comunitario Europeo. Estudio sistemático desde el Derecho español*, (vol. II), Civitas, Madrid, pp. 149-260.

TEROL ESTEBAN, A. (1997): "El nuevo modelo de financiación autonómica: una aproximación desde el punto de vista del empresario-contribuyente", en *XX Aniversario del Círculo de Empresarios, 20 temas para el futuro*, Círculo de Empresarios, Madrid, pp. 85-92.

Artículos de revistas:



APELLIDO, Inicial. (año): "Título del artículo entre comillas", *Título de la revista en cursiva*, n°/vol./mes, pág. inicial y final.
MONZÓN, J. L. (2006): "Economía Social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales del Tercer Sector", CIRIEC-España, *Revista de economía pública, social y cooperativa*, n° 56, pp. 9-24.
ALVAREZ, B.; BALLINA, F.J. y VÁZQUEZ, R. (2000): "La reacción del consumidor ante las promociones", *MK Marketing + Ventas*, n° 143, pp. 33-37.

Artículo periodístico:

AUTOR (si se conoce y no es un artículo de la redacción de periódico), "Título del artículo entre comillas", *Título del periódico en cursiva*, fecha de publicación, URL si se ha consultado en la web, [fecha de consulta entre corchetes].

KRUGMAN, P., "¿Se ha terminado el crecimiento?", *El País*, 30/12/2012 [en línea], en http://economia.elpais.com/economia/2012/12/28/actualidad/1356721288_187192.html [consulta: 03/01/2019].

SAGARDY, J.A., "Políticos y contables", *ABC*, 07/12/2012.

"Dimiten 320 jefes de ambulatorios de Madrid por la privatización", *El País*, 08/01/2013 [en línea], en http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/01/08/madrid/1357638616_094477.html [consulta: 09/01/2018].

"El Banco de España plantea endurecer los controles a la banca", *El Mundo*, 09/01/2013 [en línea], en <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/01/08/economia/1357679316.html> [consulta: 09/01/2018].

Contribuciones a Congresos:

APELLIDO, Inicial. (año): "Título de la comunicación/ponencia entre comillas", En: *Título del Congreso/Jornadas en cursiva*, Fecha de celebración, Organizador, Lugar de celebración.

MUÑOZ LÓPEZ, C. (2010): "¿De qué está hecho el universo?", de las partículas elementales a la materia oscura". En: *XIII Ciclo de conferencias sobre humanidades, ingeniería y arquitectura*, 13 de noviembre de 2010, Fundación General de la UPM, Madrid.

Fuentes electrónicas:

El patrón básico para una referencia electrónica es:

AUTOR, inicial(es) de su nombre (año). Título, dirección en Internet (URL), fecha de consulta.

BANCO DE ESPAÑA (2011): *Historia de un banco central* [en línea], en http://www.bde.es/webbde/es/secciones/informes/Folletos/Historia_de_un_B/ [consulta: 10/09/2019].

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA (2008): *La Directiva de servicios como oportunidad de reforma del sector* [en línea], en <http://www.meh.es/Documentacion/Publico/SGPEDC/Libro%20blanco%20para%20la%20reforma%20del%20sector%20servicios.pdf> [consulta: 12/09/2019].

Entradas de Blogs

No es frecuente utilizarlas en publicaciones académicas, no obstante, caso de hacerlo, debe seguirse el principio de citar las fuentes. Una regla podrá ser:

APELLIDOS, Inicial. (fecha): "Título de la entrada del blog", En Blog: *Título del blog*, fecha de la entrada, URL, fecha de consulta.

VILLAREJO GALENDE, H. (2008): "Centros comerciales abiertos". En: Blog *Helena Villarejo_Régimen jurídico del mercado*, 3 noviembre 2008, <http://rjmwillarejo.blogspot.com/search/label/business%20improvement%20districts%20%28BIDs%29> [consulta: 13/09/2019].

5. Los trabajos deberán ser **enviados a través de la plataforma del Campus Virtual (Moodle)** dentro del plazo estipulado por los profesores. **No se admitirá ningún trabajo fuera de plazo**, bajo ninguna circunstancia.

