



1. Identificación

1.1. De la Asignatura

Curso Académico	2022/2023
Titulación	MÁSTER UNIVERSITARIO EN FORMACIÓN DEL PROFESORADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA Y BACHILLERATO, FORMACIÓN PROFESIONAL, ENSEÑANZAS DE IDIOMAS Y E
Nombre de la Asignatura	COMPLEMENTOS PARA LA FORMACIÓN DISCIPLINAR EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE F.P. DE COMERCIO Y MARKETING
Código	4340
Curso	PRIMERO
Carácter	OPTATIVA
N.º Grupos	1
Créditos ECTS	4
Estimación del volumen de trabajo del alumno	100
Organización Temporal/Temporalidad	Cuatrimestre
Idiomas en que se imparte	ESPAÑOL
Tipo de Enseñanza	Presencial

1.2. Del profesorado: Equipo Docente

Coordinación de la asignatura	Área/Departamento	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS/ COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
JUAN LUIS NAVARRO LOZANO	Categoría	ASOCIADO A TIEMPO PARCIAL
Grupo de Docencia: P	Correo Electrónico / Página web / Tutoría electrónica	juanlnav@um.es Tutoría Electrónica: SÍ



Coordinación de los grupos:P	Teléfono, Horario y Lugar de atención al alumnado	Duración	Día	Horario	Lugar
		Anual	Martes	17:30- 18:00	868889102, Facultad de Economía y Empresa
		Anual	Jueves	19:00- 20:00	868889102, Facultad de Economía y Empresa

2. Presentación

COMPLEMENTOS PARA LA FORMACIÓN DISCIPLINAR EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE FP DE COMERCIO Y MARKETING es una asignatura optativa que se imparte en el primer cuatrimestre del curso académico.

Esta asignatura tiene como objetivo principal iniciar al alumnado de este máster en las materias propias de los distintos ciclos de la familia profesional de Comercio y Marketing y profundizar en las tendencias disciplinares de marketing actuales.

3. Condiciones de acceso a la asignatura

3.1 Incompatibilidades

No consta

3.2 Recomendaciones

No existen requisitos previos de acceso.

4. Competencias

4.1 Competencias Básicas

No disponible



4.2 Competencias de la titulación

- CG1. Utilizar el bagaje de conocimientos profesionales necesarios para abordar con alto nivel de compromiso las diferentes funciones que deberán acometer en su vida profesional.
- CG4. Desarrollar las capacidades personales y sociales necesarias para, en un futuro, desenvolverse en sus centros de trabajo como profesionales capaces de gestionar grupos de alumnos, reflexionar sobre su práctica como ejercicio básico profesional y trabajar en equipo, como miembro responsable de un colectivo.
- CE1. Conocer los contenidos curriculares de las materias relativas a la especialización docente correspondiente, así como el cuerpo de conocimientos didácticos en torno a los procesos de enseñanza y aprendizaje respectivos. Para la formación profesional se incluirá el conocimiento de las respectivas profesiones.
- CE3. Buscar, obtener, procesar y comunicar información (oral, impresa, audiovisual, digital o multimedia), transformarla en conocimiento y aplicarla en los procesos de enseñanza y aprendizaje en las materias propias de la especialización cursada.
- CE6. Diseñar y desarrollar espacios de aprendizaje con especial atención a la equidad, la educación emocional y en valores, la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, la formación ciudadana y el respeto de los derechos humanos que faciliten la vida en sociedad, la toma de decisiones y la construcción de un futuro sostenible.
- CE9. Diseñar y realizar actividades formales y no formales que contribuyan a hacer del centro un lugar de participación y cultura en el entorno donde esté ubicado.

4.3 Competencias transversales y de materia

- Competencia 1. Conocer y analizar las bases teóricas actuales de la actividad comercial y el marketing.
- Competencia 2. Identificar las nuevas tendencias comercial y de marketing en la sociedad actual.
- Competencia 3. Conocer el entorno del marketing: mercado, clientes y competencia.
- Competencia 4. Conocer el marketing estratégico y el marketing operativo.
- Competencia 5. Crear y analizar un Plan de Marketing.

5. Contenidos

Bloque 1: La disciplina del comercio y el marketing en la Formación Profesional

Bloque 2: La esencia del marketing

Bloque 3: Estrategia de Marketing y Marketing Operativo

Bloque 4: El Plan de Marketing

Bloque 5: Las nuevas tendencias del marketing

PRÁCTICAS

Práctica 1. La didáctica del comercio y el marketing en la Formación Profesional: Relacionada con los contenidos Bloque 1

Práctica 2. El cliente: Relacionada con los contenidos Bloque 2

Práctica 3. El mercado y la competencia: Relacionada con los contenidos Bloque 2



Práctica 4. Caso de estrategia de marketing y marketing operativo: Relacionada con los contenidos Bloque 3

Práctica 5. Las nuevas tendencias de marketing y su tratamiento didáctico: Relacionada con los contenidos Bloque 1 y Bloque 5

6. Metodología Docente

6.1. Actividades Formativas

ID	Denominación	Horas	Presencialidad
AF1	Exposición teórica / Clase magistral	30.0	47.0
AF2	Tutoría ECTS o trabajos dirigidos	4.0	6.0
AF3	Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo / Otros	30.0	47.0

6.2. Metodología Docente

ID	Denominación
1.1	Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección..., dirigida al gran grupo, con independencia de que su contenido sea teórico o práctico. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información.
1.2	Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos.



ID	Denominación
1.3	Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate.
3.1	Tutorías en grupo: sesiones programadas de orientación, revisión o apoyo a los alumnos por parte del profesor, realizadas en pequeños grupos, con independencia de que los contenidos sean teóricos o prácticos.

7. Horario de la asignatura

<https://www.um.es/web/estudios/masteres/profesorado/2022-23#horarios>

8. Sistema de Evaluación

No disponible

Fechas de exámenes

<https://www.um.es/web/estudios/masteres/profesorado/2022-23#exámenes>

9. Resultados del Aprendizaje

- Conocer y utilizar los conceptos básicos actuales del Comercio y Marketing.
- Comprender la aplicabilidad de los conocimientos básicos de conocer y utilizar los conceptos básicos actuales del Comercio y Marketing.
- Emitir opiniones y argumentos fundamentados acerca de la progresión histórica y la previsible evolución de los conocimientos científicos de conocer y utilizar los conceptos básicos actuales del Comercio y Marketing.
- Analizar la proyección social, tanto en los aspectos culturales, medioambientales y de sociales de los hechos económicos y empresariales.



- Comunicar de manera clara y concisa, manteniendo el rigor científico, los conceptos fundamentales clásicos y novedosos de las ciencias de referencia.
- Interpretar y valorar textos científicos y divulgativos, así como analizar contenidos que provienen de otras fuentes de información.
- Elaborar informes razonados sobre conceptos fundamentales clásicos y novedosos de las ciencias de referencia.

10. Bibliografía

Bibliografía Básica



Philip T. Kotler, Gary Armstrong (2018): Principios de marketing. Edición: 17ª ed. Editorial: Pearson Educación,.



Munuera, José Luis y Rodríguez, Ana Isabel (2012): Estrategias de Marketing: Un enfoque basado en el proceso de dirección. Editorial ESIC.



Orden de 3 de septiembre de 2015, de la Consejería de Educación y Universidades, por la que se regulan los Programas Formativos Profesionales en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. (BORM 12-9-2015)



Real Decreto 127/2014, de 28 de febrero, por el que se regulan aspectos específicos de la Formación Profesional Básica de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo, se aprueban catorce títulos profesionales básicos, se fijan sus currículos básicos y se modifica el Real Decreto 1850/2009, de 4 de diciembre, sobre expedición de títulos académicos y profesionales correspondientes a las enseñanzas establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. (BOE 5-3-2014)

Bibliografía Complementaria



Decreto n.º 12/2015, de 13 de febrero, por el que se establecen las condiciones de implantación de la Formación Profesional Básica y el currículo de trece ciclos formativos de estas enseñanzas y se establece la organización de los programas formativos profesionales en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.(BORM 17-2-2015)



Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.(BOE 27-11-2011)

-  Orden de 30 de noviembre, de la Consejería de Educación y Universidades por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. (BORM 22-12-2015)
-  Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Comercio Internacional y se fijan sus enseñanzas mínimas. (BOE 13-12-2011)
-  Orden de 20 de diciembre de 2013, de la Consejería de Educación, Universidades y Empleo por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al Título de Técnico Superior en Comercio Internacional en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. (BORM 20-2-2014)
-  Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas. (BOE 13-12-2011)
-  Orden de 20 de diciembre de 2013, de la Consejería de Educación, Universidades y Empleo por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. (BORM 20-2-2014)
-  Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas (BOE 13-12-2011)
-  Orden de 20 de diciembre de 2013, de la Consejería de Educación, Universidades y Empleo por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. (BORM 20-2-2014)
-  Real Decreto 1572/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Transporte y Logística y se fijan sus enseñanzas mínimas. (BOE 13-12-2011)
-  Orden de 13 de septiembre de 2013 de la Consejería de Educación, Universidades y Empleo por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Transporte y Logística en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. (BORM 14-3-2013)

11. Observaciones y recomendaciones