

# **GUÍA DOCENTE**

## **HISTORIA ECONÓMICA Y DEL MARKETING**

**GRADO EN MARKETING**  
**(PRESENCIAL)**

**CURSO 2023/2024**

**HISTORIA ECONÓMICA Y DEL MARKETING**

<b>IA. Identificación de la Asignatura</b>	
Asignatura	HISTORIA ECONÓMICA Y DEL MARKETING
Tipo	BÁSICA
Período de impartición	Segundo curso, Primer semestre
Nº de créditos	6,0 ECTS
Idioma en el que se imparte	Castellano
Campus virtual	<a href="https://www.cedeu.es/grados-universitarios/grado-marketing-diploma-lcs">https://www.cedeu.es/grados-universitarios/grado-marketing-diploma-lcs</a>
Calendarios y horarios	<a href="https://www.cedeu.es/_docs/horarios/MARKETING/2-MKT-1er-semester.pdf">https://www.cedeu.es/_docs/horarios/MARKETING/2-MKT-1er-semester.pdf</a>

<b>IB. Profesorado</b>	
Personal docente	Geoffrey Ditta
Correo electrónico	<a href="mailto:g.ditta@cedeu.es">g.ditta@cedeu.es</a>
Categoría	Doctor
Tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a través de correo electrónico.
Tiempo estimado de respuesta en comunicaciones profesor-alumno	48 h (días lectivos) desde la recepción del correo electrónico/mensaje privado enviado a través del sistema de comunicaciones del campus virtual.

<b>II. Presentación (Objetivos de la asignatura)</b>
<p>La asignatura se inicia con una introducción general a la historia económica preindustrial para posteriormente centrarse en el análisis del crecimiento económico mundial durante los siglos XIX y XX. En este contexto se analizará la evolución de las ideas económicas y su influencia en cada período histórico concreto. La asignatura se completará con un breve recorrido en la historia del marketing. Para que el alumno pueda cursar la asignatura con normalidad, es aconsejable el manejo con cierta soltura de herramientas informáticas básicas, así como poseer conocimientos elementales de historia mundial, europea y española, geografía, economía y estadística descriptiva (frecuencias, porcentajes, medianas y desviación típica). Por último, será de relativa importancia tener hábito de lectura y disponer de algunas habilidades sociales para trabajar en grupo. El alumno tendrá la obligación de estar al corriente de cualquier notificación que el profesor comunique, bien en clase o a través del Campus Virtual.</p>

<b>III. Competencias Básicas y Generales</b>
<b>Competencias Generales</b>

**HISTORIA ECONÓMICA Y DEL MARKETING**

<p>CG01. Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.</p> <p>CG03. Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.</p> <p>CG06. Habilidad para analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas.</p> <p>CG07. Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.</p> <p>CG08. Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.</p> <p>CG09. Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo..</p>
<p><b>Competencias específicas</b></p>
<p>CE03. Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados.</p> <p>CE05. Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados.</p> <p>CE06. Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.</p> <p>CE09. Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.</p> <p>CE13. Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.</p>

<b>IV. Actividades Formativas</b>			
<b>Tipo</b>	<b>Contenido</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESEN.</b>
AF1.Preparación de contenidos teóricos	Búsqueda, selección, análisis y comentario de doctrina, jurisprudencia y legislación. Lecturas recomendadas y otros.	60	<p><b>Todas estas actividades podrán ser realizadas de forma presencial o en remoto, según la evolución de la situación sanitaria</b></p>
AF2.Trabajos individuales	Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	40	
AF3.Trabajos colectivos	Esta metodología docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	35	

**HISTORIA ECONÓMICA Y DEL MARKETING**

AF4. Debate y Crítica constructiva	El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclava esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	
AF5. Tutorías académicas	Los alumnos se reunirán periódicamente con el profesor para que éste pueda orientarles y guiarles en el proceso de adquisición de las competencias.	18	
AF6. Asistencia a seminarios	Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	7	
<b>Las clases y tutorías se realizarán inicialmente de forma presencial. En función de la evolución de la situación sanitaria, estas actividades podrían realizarse de forma remota a través del Aula Virtual.</b>			

<b>V. Metodologías docentes</b>	
<b>Tipo</b>	<b>Contenido</b>
MD1. Clases Teóricas	Mediante clases magistrales se expondrán y explicarán los conocimientos básicos que deben adquirirse en las asignaturas, suscitando el debate y guiando el estudio de los mismos.
MD2. Clases Prácticas	Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de cada materia.
MD3. Tutorías	Intercambio de ideas y resolución de dudas con el profesor correspondiente sobre los contenidos de cada asignatura y la realización de los trabajos prácticos. Pueden realizarse también a través de los recursos on line (p.ej. correo electrónico o chat)
<b>Todas estas actividades podrán ser realizadas de forma presencial o en remoto, según la evolución de la situación sanitaria.</b>	

<b>VI. Sistema de Evaluación, ponderación y descripción de las pruebas</b>
<b><i>Nota importante: No se podrá superar la asignatura en el caso de que la parte correspondiente a los trabajos de evaluación (Prueba 1) o la parte correspondiente a la realización de la prueba escrita (Prueba 3) no estén aprobadas con una calificación final igual o superior a 5 puntos en una escala de 0 a 10.</i></b>

## HISTORIA ECONÓMICA Y DEL MARKETING

Para poder acogerse a las condiciones de la Evaluación Ordinaria que figuran en el apartado VI.A el alumno debe haber superado la asistencia en la materia, **igual o superior a 85%**.

**En el caso de que la asistencia sea inferior al 85%, la calificación final ordinaria de la asignatura se calculará solo teniendo en cuenta el porcentaje del examen (Prueba 3), reflejado en la Tabla VI.A. No obstante, para poder aprobar, debe cumplirse obligatoriamente la condición de tener los trabajos de la asignatura (Prueba 1) aprobados con una calificación igual o superior a 5 puntos.**

**En la convocatoria extraordinaria no se tendrá en cuenta la asistencia, por lo que, en caso de tener las pruebas reevaluables aprobadas y que la calificación final ponderada, en función a los porcentajes de la Tabla VI. B, sea superior a 5 puntos, la asignatura estará aprobada en convocatoria extraordinaria.**

El alumno que no supere la Prueba 1 y/o 3 (por no entregar en fecha, no asistir a la exposición o no demostrar el grado de profundidad requerido) no podrá superar la asignatura en la Evaluación Ordinaria, obteniendo una calificación máxima de 4,0, independientemente de la nota obtenida en la prueba teórico-práctica.

El alumno que no supere en la Evaluación Ordinaria la prueba 2 no liberatoria (realización de actividades prácticas dentro del aula y campus virtual), por no entregar en fecha o no demostrar el grado de profundidad requerido, no tendrá la posibilidad de la recuperación de la prueba 2 en la Evaluación Extraordinaria.

Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 3 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

En el caso de que el alumno no supere la asignatura, la calificación obtenida en las pruebas 1, 2 y 3 de la asignatura durante el curso en cualquier evaluación no se reservará para el curso siguiente.

### Evaluación Ordinaria:

La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen en el apartado VI.A. *Criterios aplicables a la evaluación ordinaria* que se encuentra a continuación.

Para poder superar la Evaluación Ordinaria, los alumnos con una asistencia igual o superior al 85%, deben haber presentado y superado obligatoriamente la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos) y superado la prueba 3 evaluatoria final (prueba teórico-práctica presencial). Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 3 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

## HISTORIA ECONÓMICA Y DEL MARKETING

Todos los alumnos que no superen la evaluación ordinaria deberán realizar y superar las pruebas correspondientes a la Evaluación Extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en esta guía en el caso de: A) no superar la prueba escrita final correspondiente a la Evaluación Ordinaria; B) no haberse presentado a la evaluación de la convocatoria reseñada; o C) no haber entregado y superado o igualado la calificación media de 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, en la entrega de la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos). Para poder acogerse a las condiciones de la Evaluación Ordinaria que figuran en el apartado VI.A el alumno debe haber superado la asistencia en la materia, igual o superior a 85%.

**Todas las Pruebas 1 o 2 en Evaluación Ordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado en el campus virtual, o indicado por el docente en la clase, no serán tenidas en cuenta.**

### Evaluación Extraordinaria:

Los alumnos que no consigan superar la Evaluación Ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una Evaluación Extraordinaria (reevaluación) para verificar la adquisición de las competencias establecidas en esta guía. Los criterios aplicables se encuentran en el siguiente apartado VI.B.

El alumno que no supere la prueba 1 de la Evaluación Ordinaria, deberá realizar una nueva en la Evaluación Extraordinaria. No será necesario realizar de nuevo la prueba 3, el examen final, si ya lo ha superado en la evaluación ordinaria con una calificación superior a 5,0. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

El alumno que no supere la prueba 3 en la Evaluación Ordinaria, deberá realizar una nueva en la Evaluación Extraordinaria. No será necesario realizar de nuevo la prueba 1 si ya la ha superado en la evaluación ordinaria con una calificación superior a 5,0. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 3 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

**Todas las Pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado en el campus virtual, o indicado en la clase por el docente, no serán tenidas en cuenta.**

### Ejemplo de posibles casos:

## HISTORIA ECONÓMICA Y DEL MARKETING

**Caso 1:** En el caso de haber entregado la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos) requerida en la Evaluación Ordinaria y que la calificación de ella sea superior a 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, pero no haber superado o no haberse presentado a la prueba 3 final liberatoria (prueba teórico-práctica presencial) en Evaluación Ordinaria, los alumnos deberán realizar prueba 3 final liberatoria de la Evaluación Extraordinaria, en la que tendrán que obtener una calificación igual o superior a 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, para que ponderen con la calificación de las pruebas acumulativas ya realizadas. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

**Caso 2:** En el caso de haber superado la prueba 3 liberatoria final (prueba teórico-práctica presencial) en la Evaluación Ordinaria con una calificación final mayor de 5.0 en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, pero no haber superado la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos) en la Evaluación Ordinaria, se planteará una nueva prueba 1, tras la Evaluación Ordinaria, que el alumno deberá entregar, como fecha límite, el día antes del comienzo del periodo de exámenes de Evaluación Extraordinaria. Todas las pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado no serán tenidas en cuenta. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

**Caso 3:** En el caso de que el alumno no haya entregado o no haya superado las pruebas 1 y 3 acumulativas en la Evaluación Ordinaria, deberá presentar y superar la prueba 1 acumulativa (presentación de trabajos) con una calificación superior a 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos y superar la prueba 3 final liberatoria (prueba teórico-práctica presencial) con una calificación superior a 5.0 puntos en una escala de 0.0 a 10.0 puntos. Esta prueba 1 acumulativa estará disponible en el campus virtual tras el periodo de Evaluación Ordinaria. Tendrá que ser entregada, como fecha límite, el día antes del comienzo del periodo de exámenes de Evaluación Extraordinaria. Todas las pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado no serán tenidas en cuenta. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

Si tras la realización de la Evaluación Extraordinaria, el alumno no supera la media de 5,0 en todas las pruebas acumulativas liberatorias 1 y 3, la asignatura quedará finalmente como suspensa, calificada con el menor valor obtenido en las pruebas realizadas en las dos convocatorias.

**Caso 4:** Los alumnos que por tener una asistencia menor a 85% no puedan acogerse a todos los criterios de la Evaluación Ordinaria, serán valorados exclusivamente sobre el porcentaje correspondiente a la nota del examen final, prueba 3, teniendo en cuenta las restricciones que figuren en esta Guía Docente. Igualmente, todas las pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado no serán tenidas en cuenta. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener

**HISTORIA ECONÓMICA Y DEL MARKETING**

una calificación superior a 5,0.

**VI.A Criterios aplicables a la evaluación ordinaria**

VI.A. Sistema de evaluación	Tipo [1] Criterios aplicables a la evaluación continua (convocatoria ordinaria)		Ponderación	Periodo
<b>Prueba 1:</b>	<b>Acumulativa</b>			
Presentación de trabajos.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria).	30%	Durante el Curso o Semestre
<b>Prueba 2:</b>	<b>Acumulativa</b>			
Realización de actividades prácticas dentro del aula y campus virtual (trabajos individuales, comentarios de texto o artículos, pruebas, foros, debates).		No Reevaluable.	20%	Durante el Curso o Semestre
<b>Prueba 3:</b>	<b>Acumulativa</b>			
Prueba teórico-práctica presencial con preguntas que podrán ser cortas y/o tipo test, y/o a desarrollar, etc.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria).	50%	Al final del Curso o Semestre
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>	

**VI.B Criterios aplicables a la evaluación extraordinaria**

VI.B. Sistema de evaluación	Tipo [2] Criterios aplicables a la evaluación extraordinaria (convocatoria extraordinaria)		Ponderación	Periodo
<b>Prueba 1:</b>	<b>Acumulativa</b>			
Presentación de trabajos.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	No Reevaluable	30%	Durante el Curso o Semestre
<b>Prueba 2:</b>	<b>Acumulativa</b>			

**HISTORIA ECONÓMICA Y DEL MARKETING**

Realización de actividades prácticas dentro del aula y campus virtual (trabajos individuales, comentarios de texto o artículos, pruebas, foros, debates).		No Reevaluable	20%	Durante el Curso o Semestre
<b>Prueba 3:</b>	<b>Acumulativa</b>			
Examen final presencial con preguntas que podrán ser cortas y/o tipo test, y/o a desarrollar, etc.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	No Reevaluable.	50%	Al final del Curso o Semestre
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>	

<p><b>VII. A. Programa de la asignatura</b></p> <p>I. Antecedentes</p> <p>Tema 1. Concepto y método de la historia económica</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Definición de Historia Económica</li> <li>-Algunos problemas metodológicos</li> <li>-La Nueva Historia Económica</li> </ul> <p>Tema 2. El pensamiento económico desde la filosofía griega hasta el pensamiento escolástico español del XVI.</p> <p>II. El desarrollo económico en la Europa Medieval</p> <p>Tema 3. Las transformaciones económicas en la Europa Preindustrial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-La economía rural en la Alta Edad Media</li> <li>-El crecimiento económico Bajo medieval</li> <li>-Desarrollo industrial: formas de organización industrial</li> <li>-Técnicas mercantiles</li> <li>-La gran depresión medieval</li> </ul> <p>III. La era de los descubrimientos</p> <p>Tema 4. Expansión ultramarina en el siglo XVI.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-La expansión de Europa en ultramar</li> <li>-Evolución de la población</li> <li>-La agricultura</li> <li>-Las industrias europeas</li> </ul>
---

## HISTORIA ECONÓMICA Y DEL MARKETING

- El desarrollo del comercio
- Dinero, Crédito y Finanzas
- IV. La edad Moderna
- Tema 5. Decadencia y auge en los siglos XVII y XVIII.
- La transición del siglo XVII
- La protoindustrialización
- Resurgimiento de la economía europea
- Tema 6. El pensamiento económico en los siglos XVII y XVIII.
- V. La Revolución Industrial
- Tema 7. El nacimiento de la industria moderna
- La revolución liberal burguesa.
- La revolución industrial inglesa.
- La difusión de la industrialización: Francia, Alemania, EE.UU y Rusia
- Tema 8. La economía política en la escuela clásica inglesa.
- Tema 9. Transformaciones económicas y sociales en el siglo XIX.
- Fluctuaciones económicas internacionales.
- El sindicalismo.
- El nacimiento del Estado de bienestar.
- VI. El desarrollo económico en el siglo XX.
- Tema 10. Crisis monetarias y financieras en el periodo de entreguerras.
- El desarrollo del SMI
- Consecuencias económicas de la IGM
- La crisis del 29
- Las políticas de gasto
- El nacimiento de la URSS
- La política económica y monetaria en la guerra civil española.
- Tema 11. El nuevo orden económico tras la Segunda Guerra Mundial.
- Las enseñanzas de la Gran Depresión
- El sistema de tipos de cambio de Bretton Woods
- El Fondo Monetario Internacional
- El Banco Mundial
- El GATT
- VII. Introducción y antecedentes a la historia del marketing

## HISTORIA ECONÓMICA Y DEL MARKETING

Tema 12. Introducción y Concepto de Marketing.

-Breve historia del marketing

### VIII. Bibliografía

#### **Bibliografía**

Martín Martín, Victoriano, et al. (2006). Lecciones de historia económica. McGraw-Hill.

Cameron, R. (2003). Historia económica mundial. Desde el Paleolítico hasta el presente. Alianza.

Zamagni, V. (2016). Una historia económica: Europa de la Edad Media a la crisis del euro. Editorial Planeta.

Allen, R.C. (2011). Historia Económica mundial: una breve introducción. Alianza Editorial.

Feliu.G y Sudrià. C. (2013). Introducción a la historia económica mundial. Universidad de Valencia.

Fernández Alles, R. y Cuadrado Marqués, M.T. (2014). Evolución histórica en la conceptualización y alcance del marketing.

Entelequia. Revista multidisciplinar (17), 251-268.

Hernández Andreu, J., Gallego Abaroa, E., García Ruiz, J.L., et al. (2008) Lecciones de historia económica. DELTA Publicaciones.

Prieto Tejeiro, E. y de Haro Romero, D. (2010). Historia Económica. Lecturas y prácticas. DELTA Publicaciones

#### **Bibliografía de consulta**

Landes, D.S. (1999). La riqueza y la pobreza de las naciones. Crítica.

North, D. (1984). Estructura y cambio en la historia económica. Alianza

Tortella, G. (2017). Capitalismo y revolución. Editorial Gadir.

Cipolla, C.M. (2003). Historia económica de la Europa preindustrial. Crítica.

Camps Cura, Enriqueta. (2013). Historia económica mundial. La formación de la economía internacional (S. XVI-XX) Mc Graw Hill.