

# Grado en Administración y Dirección de Empresas y Transformación de Negocios

**Asignatura:** Sociología

**Materia:** Sociología

**Créditos:** 6 ECTS

**Programa:** Grado

**Modalidad:** Presencial

**Curso:** Primero

**Semestre:** Segundo

## 1. Índice

1. Índice .....	2
2. Presentación.....	3
3. Resultados de aprendizaje de la titulación .....	4
4. Resultados de aprendizaje de la materia.....	5
5. Contenidos.....	5
6. Metodología.....	6
7. Evaluación .....	6
8. Bibliografía .....	7

## 2. Presentación

### 02.1 Descripción

La asignatura de Sociología en el grado de Marketing y Comunicación digital pretende dotar al alumno de un conocimiento global de la sociedad actual y enfatizar la importancia de la comunicación en los procesos de formación de la cultura.

El objetivo de la Sociología (comprender la sociedad) resulta fundamental en la planificación y elaboración de los productos comunicativos. Por ello, se pretende presentar la realidad de los estudios sociológicos como una fuente de información fundamental y ofrecer las principales claves para la comprensión del contexto social actual.

Asimismo, comprender la sociedad supone ser consciente de que el orden establecido que la caracteriza ha sido construido socialmente, y que su composición dependerá en gran medida de los agentes que participen en la elaboración de los patrones culturales y simbólicos.

### 02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

- Conocer la realidad de la ciencia sociológica y los principales paradigmas teóricos.
- Comprender el papel de la publicidad y las relaciones públicas en el proceso de formación de la cultura y de la sociedad.
- Conocer el contexto social de la era posmoderna y de la sociedad red para una óptima creación de los productos comunicativos publicitarios y de relaciones públicas.
- Conocer las metodologías y técnicas básicas utilizadas en la investigación sociológica y de mercado.

### 3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT1 – El titulado será capaz de reconocer las tareas de las distintas áreas funcionales de una empresa o institución teniendo en cuenta el aprendizaje teórico previo de las estructuras empresariales.
- RAT3 – El graduado podrá reconocer los factores económicos, ambientales, políticos, sociológicos y tecnológicos en los ámbitos local, nacional e internacional y su repercusión sobre las organizaciones mediante el aprendizaje basado en la investigación de los entornos empresariales.
- RAT6 – El graduado interpretará las diferentes técnicas de análisis de datos, para la valoración de la viabilidad de un proyecto empresarial.
- RAT7 – El estudiante, a la finalización del Grado será capaz de identificar los principios y prácticas de los RRHH de las organizaciones mediante el aprendizaje basado en estudios de casos reales.
- RAT8 – El titulado será capaz de describir de forma detallada los principios de la evaluación de riesgos laborales y los planes de actuación que conllevan para su implantación en una empresa.
- RAT9 – El estudiante podrá explicar cualquier conocimiento/información de forma clara y precisa, oralmente y por escrito, en catalán, castellano y en una tercera lengua, especialmente el inglés.
- RAT10 – El estudiante podrá aplicar las tecnologías digitales (en los momentos necesarios) en su ámbito de conocimiento.
- RAT14 – El graduado será capaz de aplicar eficazmente los principios de la gestión de la calidad y mejora continua de las organizaciones mediante una simulación de implantación de sistema de calidad en una empresa.
- RAT15 – El graduado será capaz de analizar las posibles respuestas a un problema jurídico en el entorno empresarial.
- RAT16 – El graduado/a, podrá interpretar la información económico-financiera de entidades e instituciones empresariales en relación con su entorno.
- RAT17 – Al finalizar el Grado, el titulado/a será capaz de aplicar técnicas para el análisis y solución de problemas en entornos empresariales cambiantes mediante la realización de retos y métodos de resolución de problemas.
- RAT18 – El estudiante podrá proponer soluciones innovadoras, creativas y emprendedoras en situaciones propias del ámbito profesional.
- RAT19 – El estudiante será capaz de evaluar la sostenibilidad y el impacto social de las propuestas planteadas con responsabilidad ética, medioambiental y profesional.
- RAT20 – El estudiante será capaz de aplicar la perspectiva de género en las tareas propias del ámbito profesional.
- RAT21 – El Graduado o Graduada, podrá contrastar la información económico-financiera de entidades e instituciones empresariales en relación con su entorno, a través del análisis de las cuentas de resultados de las empresas.
- RAT22 – Al finalizar el Grado el/la estudiante será capaz de diseñar procesos de trabajo para lograr la eficiencia de las organizaciones.

- RAT24 - A la finalización de los estudios de Grado, el/la estudiante será capaz de planificar proyectos de servicios y sistemas informáticos en todos los ámbitos empresariales.

## 4. Resultados de aprendizaje de la materia

- RAM1 - El estudiante será capaz de aplicar adecuadamente los conceptos de la sociología a los distintos temas sociales mediante la valoración crítica de un supuesto práctico
- RAM2 - El estudiante será capaz de analizar de forma precisa la realidad social a partir de los conceptos y técnicas sociológicas, mediante la redacción de un ejercicio escrito
- RAM3 - El estudiante será capaz de contrastar adecuadamente las teorías sociológicas con los distintos hechos del contexto social
- RAM4 - El estudiante será capaz de evaluar de forma solvente las aportaciones de los enfoques sociológicos al estudio de la cultura, la educación, la interacción entre sociedad y medio ambiente, la política social y el trabajo, en una exposición oral en clase
- RAM5 - El estudiante será capaz de interpretar correctamente datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética, mediante el aprendizaje basado en un reto.
- RAM 6 - El estudiante será capaz de reconocer de forma clara deficiencias en el propio conocimiento y superarlas mediante la reflexión crítica para ampliar este conocimiento, a través de la realización de role plays en clase
- RAM7 - El estudiante será capaz de identificar de forma clara intereses sociales y valores subyacentes en los principios y reglas jurídicas, mediante la realización de un ejercicio escrito
- RAM8 - El estudiante será capaz de aplicar adecuadamente los Derechos Humanos, los principios democráticos, los principios de igualdad entre mujeres y hombres, y a los valores propios de una cultura de paz y demás valores democráticos, en ejercicios de debate con alumnos dirigidos por el profesor.

## 5. Contenidos

El objetivo de la Sociología (comprender la sociedad) resulta fundamental en la planificación y elaboración de los productos comunicativos. Por ello, se pretende presentar la realidad de los estudios sociológicos como una fuente de información fundamental y ofrecer las principales claves para la comprensión del contexto social actual. En particular:

- Introducción a la sociología
- Proceso de socialización
- Desigualada social, pobreza y exclusión social
- Igualdad de genero
- Medios de comunicación como agentes socializadores y su influencia en la construcción de la realidad social
- Cultura Política, sociedad civil y movimientos sociales en la era digital
- Aplicación mediante ejemplos y ejercicios de la Responsabilidad Social Corporativa para asegurar una mejor comunidad sostenible y continuidad en la concienciación de su importancia.

## 6. Metodología

Resultados de aprendizaje trabajados	Metodología docente	Actividades formativas
Conocimiento	Clase magistral	Exposiciones del profesor
	Sesiones expositivas	Exposiciones de los estudiantes
	Tutorías	Reuniones para la resolución de dudas
	Aprendizaje basado en lecturas	Lectura y análisis de documentos
Habilidad	Aprendizaje basado en proyectos	Resolución de problemas
	Aprendizaje basado en audiovisuales	Análisis de audiovisuales
	Aprendizaje basado en casos	Búsqueda y tratamiento de la información Resolución de problemas
Competencia	Trabajo por proyectos	Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos

## 7. Evaluación

Sistema de evaluación	Peso
Evaluación continua: ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, casos de estudio	40 %

Examen parcial	20 %
Examen final	40 %

### Evaluación continua

La nota final de la asignatura se calcula en base a la ponderación de tres bloques de evaluación, divididas en actividades evaluables:

- A. Examen parcial: 20%
- B. Ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, exposiciones: 40%
  - 1. Cuatro actividades evaluables: 5% cada una
  - 2. Un trabajo o informe grupal: 10%
  - 3. Una presentación en grupo: 10%
- C. Examen final: 40%

Únicamente se procederá a la ponderación de estos tres bloques, en caso de que la calificación del examen final sea igual o superior a 4.0. Si la calificación del examen final es inferior a 4.0, no podrá superarse la asignatura.

En caso de que la asignatura quede suspendida y, a su vez, la calificación del examen final sea inferior a 5.0, el estudiante puede recuperar el examen final con una prueba adicional. Si la nota ponderada de las actividades del apartado B fuese inferior al 5, esta es también recuperable. Con el resultado obtenido, se procederá al cálculo de la nota final de la asignatura según los criterios anteriores.

Los estudiantes que no se presenten a actividades evaluativas con un peso superior al 50% recibirán una calificación general del curso de "No presentado".

### Evaluación Única

La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100 % de la nota de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final. En caso de obtener una calificación inferior a 5.0, el estudiante tiene derecho a un examen de recuperación.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar a coordinación una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles del curso.

## 8. Bibliografía

### 8.1 Bibliografía básica

- INGLIS, David. Book Review: What is Cultural Sociology? 2021.

## 8.2 Bibliografía complementaria

- Wajcman, Judy. "Esclavos del tiempo". Barcelona: Paidós, 2017.
- McGarvey, Darren. "Safari en la pobreza". Madrid: Ed. Capitán Swing Libros, 2019.
- Kramer, Catherine. "Más o menos humanos". En: CCCB. +HUMANOS: El futuro de la especie. p. 16-23. CCCB: Barcelona, 2015.
- Téllez Infantes, Anastasia. "Igualdad de género e identidad masculina". Elche: Universitas, Universidad Miguel Hernández, 2017.
- Losada Díaz, José Carlos. "(No) Crisis. Comunicación de crisis en un mundo conectado". Barcelona: UOC, 2018.
- Klein, Naomi. "No logo. El poder de las marcas". Barcelona: Ed. Planeta, 2011.
- LACROIX, M. El culte a l'emoció. Atrapats en un món d'emocions i sentiments. Barcelona: Edicions La Campana, 2005.
- SAMPEDRO, V. 13-M. Multitudes on line. Madrid: Los libros de la catarata, 2005.
- VARELA, R. Cultura y poder. Una visión antropológica para el análisis de la cultura política. Barcelona: Anthropos, 2005.