



Máster Oficial en Consumo y Comercio

Facultad de Comercio y Turismo
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

FICHA ASIGNATURA.

NOMBRE ASIGNATURA: MODELOS DE CONSUMO Y DESARROLLO

COMERCIAL: EVOLUCIÓN SOCIO-HISTÓRICA

NÚMERO DE CRÉDITOS: 6 CUATRIMESTRE: 1

PROFESOR/A: ANA ISABEL ROSADO CUBERO

Teléfono: 913946770

Correo electrónico: arosado@ucm.es

Horario de tutorías: lunes, de 15 a 17 h., jueves de 16 a 17.

OBJETIVOS FORMATIVOS:

- Conocimiento del origen histórico de las principales teorías del comercio internacional.
- Comprender y utilizar las principales referencias y marcos analíticos -en la teoría, en la práctica investigadora- en torno al consumo y al comercio (métodos, tradiciones e innovaciones)
- Ser capaces de aprender a usar los conocimientos en el mundo real
- Identificar la evolución de modelos de prácticas de consumo en la sociedad contemporánea
- Ser capaces de proponer ideas para mejorar una empresa comercial

COMPETENCIAS ACADÉMICAS Y PROFESIONALES

➤ Competencias Básicas:

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación



Máster Oficial en Consumo y Comercio

Facultad de Comercio y Turismo
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

➤ **Competencias Generales:**

CG1 - Gestión y difusión de la información generada y adquisición de destrezas comunicativas entre expertos y no expertos de Consumo y Comercio

CG2 - Elaboración de propuestas y proyectos de investigación, de intervención y de gestión en ámbitos emergentes y entornos mercantiles nuevos, y adecuación de métodos y técnicas de investigación a los diversos contextos

CG12 - Capacidad de iniciativa, creatividad y propositiva para seleccionar campos de análisis en ámbito de consumo y comercio, y búsqueda de nuevas soluciones e intervención

➤ **Competencias Transversales:**

CT4 - Capacidad para comunicar resultados y juicios ante un público especializado

CT5 - Capacidad de identificación y resolución de problemas

CT6 - Capacidad de organización, planificación y toma de decisiones

➤ **Competencias Específicas:**

CE1 - Identificar la evolución de modelos de prácticas de consumo en la sociedad contemporánea

CE2 - : Identificar estrategias de distribución comercial en organizaciones y su eficacia en el desarrollo histórico y actual de mercados de consumo

CE3 - Análisis y diagnóstico de ventajas competitivas en la cadena de valor de los procesos de comercialización de empresas y organizaciones



Máster Oficial en Consumo y Comercio

Facultad de Comercio y Turismo
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

METODOLOGÍA DOCENTE:

- **Clases teóricas:** 40%
- **Clases prácticas:** 30%
 - Seminarios,
 - exposiciones,
 - presentaciones, y
 - otras actividades
- **Trabajo individual/grupo:** 30%
 - análisis documental
 - análisis empírico
 - estado del arte
 - clasificación bibliográfica,
 - etc.
- **TOTAL:** 100%

TEMARIO:

Tema 1. EL METODO CIENTIFICO EN ECONOMIA

Tema 2. LAS GRANDES RUTAS COMERCIALES DE LA EDAD MEDIA A LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

Tema 3. LA EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y EL INCREMENTO DE LA TASA DE SUPERVIVENCIA

Tema 4. EL COMERCIO INTERNACIONAL DESPUES DE LA REVOLUCION INDUSTRIAL

Tema 5. EL NACIMIENTO DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO



Máster Oficial en Consumo y Comercio

Facultad de Comercio y Turismo
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

Tema 6. LAS EMPRESAS MULTINACIONALES: EL COMERCIO Y EL CONSUMO

Tema 7. LA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Tema 8. LAS INSTITUCIONES COMERCIALES INTERNACIONALES: LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO

Tema 9.- FEDERAL TRADE COMMISSION Y TRIBUNALES DE LA COMPETENCIA

Tema 10. MODELOS DE PERITAJE EN JUICIOS DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Bernstein, William J. (2009) *Un intercambio espléndido: cómo el comercio modeló el mundo desde Sumeria hasta hoy*. Barcelona: Ariel.

Krugman, P. and Obstfeld M. (1993). *Economía internacional: teoría y política*. Madrid: McGraw-Hill, D.L

Berumen S. A. (2009). *La política de la competencia en Europa*. Madrid: ESIC Editorial

Flores R. and Aguilera R. (2007). Globalization and location choice: an analysis of US multinational firms in 1980 and 2000. *Journal of International Business Studies*, 38, 1187–1210.

Goff, J. le (1966). *Mercaderes y banqueros de la edad media*. Buenos Aires: Eudeba.

González-Arce J. D. (2010). Los gremios contra la construcción del libre mercado. *Revista de Historia Industrial*. 42, 1: 15-42.

Hamilton E. J. (1948). The Role of Monopoly in the Overseas Expansion and Colonial Trade of Europe Before 1800. *The American Economic Review, Papers and Proceedings of the Sixtieth Annual Meeting of the American Economic Association*. 38, 2: 3-53.

INFORMES OMC.- anuales



Máster Oficial en Consumo y Comercio

Facultad de Comercio y Turismo
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

Nota. El material de lectura, por lo general, será colgado en el Campus Virtual.

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Examen(es) escrito(s)/oral(es): 50%

Presentación de trabajos: 20%

Ejercicios y/o Prácticas: 10%

Participación activa en clase y Presentaciones orales: 20%

SISTEMA DE CALIFICACIÓN:

Se calificará según el RD 1125/2003, de 5 de septiembre, de la siguiente forma: Calificación en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

- 0,0 - 4,9 → Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9: → Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9: → Notable (NT)
- 9,0 - 10: → Sobresaliente (SB)

La mención de “Matrícula de Honor” podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,5, siempre que no supere el cupo establecido por la normativa Complutense.

OTROS RECURSOS

- Se colgarán en el Campus Virtual.