

**Módulo II. Módulo Teórico**  
**Materia 2. Historia (8 ECTS OB)**

		ASIGNATURAS			
		Historia social de las organizaciones	Formas de representación del poder	Grandes gobernantes del S.XX	Marketing y sociedad en la historia
COMPETENCIAS					
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		X	X	X
CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios	X	X	X	
CG1	Asimilar una gran cantidad de información proveniente de diferentes ámbitos del saber e integrarla disciplinadamente en lo ya conocido.	X		X	
CG2	Hacer búsquedas documentales y bibliográficas a un nivel avanzado en el ámbito del gobierno y la cultura de las organizaciones.			X	
CE1	Criticar con profundidad los marcos conceptuales interpretativos de la realidad del gobierno y de la cultura de las organizaciones.	X	X	X	X
CE2	Identificar nuevos problemas generados por entornos cambiantes o poco conocidos en relación con el gobierno de las organizaciones.			X	
CE7	Desarrollar la autonomía suficiente para participar en proyectos de investigación y colaboraciones científicas o tecnológicas dentro del ámbito del gobierno y la cultura de las instituciones, en contextos interdisciplinares con una alta componente de transferencia del conocimiento.		X		
CE8	Analizar críticamente los procesos históricos y los ejemplos históricos de gobierno que están en la base de las actuales interpretaciones del poder, la autoridad y el gobierno.	X	X	X	X
CE10	Criticar la lógica económica de las sociedades liberales avanzadas y los problemas a los que se enfrenta en la actualidad a través de la investigación reciente.	X	X		X

## CONTENIDOS DE LA MATERIA

### **Historia social:**

Se reflexiona sobre el entorno social en el que se han desarrollado las instituciones políticas y empresariales a lo largo de la Historia. No es una historia de la empresa, ni es una historia política, o social, sino que pretende ser, más bien, una historia de la organización social y de la relación que las instituciones políticas y empresariales tienen con ella, pues se desarrollan en su seno.

### **Formas de representación:**

Se analiza algunas formas representativas de ostentación, transmisión y representación poder desarrolladas a lo largo de la historia en Occidente, especialmente durante la edad media y la edad moderna, enfatizando sus manifestaciones externas.

De este modo, se introduce a los estudiantes en el lenguaje de los símbolos impresos en los gestos, los ritos, las ceremonias, las palabras, las representaciones artísticas, y el uso y abuso de la historia, la memoria colectiva y la tradición, con el objetivo de despertar un sano espíritu crítico ante esas manifestaciones.

### **Grandes gobernantes:**

Se realiza un análisis histórico biográfico de algunas grandes figuras del siglo XX para acercarnos a su actividad como gobernantes. Nuestro análisis se detendrá especialmente en su personalidad, sus principios, sus programas, sus realizaciones y lo que sabemos de su actitud ante las situaciones más difíciles.

### **Marketing:**

Comprender la emergencia histórica del marketing, como ámbito de actuación en las organizaciones y como disciplina académica y profesional. Asimismo, la asignatura trata de analizar las dimensiones básicas del marketing estratégico en la actualidad, y el modo en que ellas configuran los mercados y determinan decisiones fundamentales de las empresas y organizaciones.