26-27

GRADO EN TURISMO
PRIMER CURSO

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA (TURISMO)

CÓDIGO 6503103-

UNED

26-27

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA (TURISMO)

CÓDIGO 6503103-

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA
IGUALDAD DE GÉNERO

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA (TURISMO)
CÓDIGO	6503103-
CURSO ACADÉMICO	2026/2027
DEPARTAMENTO	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
TÍTULO EN QUE SE IMPARTE	GRADO EN TURISMO
CURSO - PERIODO - TIPO	GRADUADO EN TURISMO (PLAN 2026) - PRIMERCURSO - SEMESTRE 1 - FORMACIÓN BÁSICA
CURSO - PERIODO - TIPO	GRADUADO EN TURISMO (PLAN 2010) - PRIMERCURSO - SEMESTRE 1 - FORMACIÓN BÁSICA
Nº ETCS	6
HORAS	150.0
IDIOMAS EN QUE SE IMPARTE	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

Esta asignatura de Formación Básica que se imparte el primer semestre del primer curso del Grado de Turismo consta de 6 créditos ECTS.
El objetivo genérico de esta asignatura es el estudio de la generalidad de los hechos y problemas económicos que se plantean en la empresa y de los distintos planteamientos y metodologías aplicables para su resolución.
Con Introducción a la Economía de la Empresa el estudiante obtendrá los conocimientos básicos sobre el funcionamiento de la unidad económica de producción, que es la empresa. Tales conocimientos son necesarios para afrontar con éxito el posterior estudio de otras asignaturas que hacen constantemente referencia a esta unidad de estudio, o que se ocupan de aspectos parciales de los hechos económicos que se desarrollan en la misma.
Por consiguiente, la asignatura responde a los siguientes objetivos específicos:
1. Que el estudiante obtenga la preparación necesaria para el estudio posterior de asignaturas obligatorias como: Planificación y Dirección de la Empresa Turística y Gestión Financiera.
2. Que el estudiante consiga la preparación necesaria para el estudio de materias que, o bien no tienen sentido sin ella, o dan por supuesto el conocimiento previo del funcionamiento de la unidad económica productiva, como la Inversión y Financiación, Dirección de las Operaciones en Alojamiento y Restauración y Comportamiento Organizativo y Recursos Humanos.
3. Que el estudiante se familiarice con los términos habituales en la disciplina de Administración de Empresas, y que manejará en su vida profesional aún en el caso de que no desempeñe su trabajo en una empresa. Son términos necesarios incluso para comprender las noticias económicas y muchas informaciones de carácter general. Un

graduado en Turismo debe conocer el vocabulario empresarial, comenzando por el nivel introductorio que esta asignatura plantea.
Dentro del contexto general del Plan de Estudios del Grado en Turismo, esta asignatura se ubica en la materia denominada “Dirección y Gestión de Empresas de Servicios Turísticos” y ha de contribuir a la consecución de las siguientes competencias genéricas:
- Gestión autónoma y autorregulada del trabajo.
- Trabajo en equipo.
- Compromiso ético.
También ha de contribuir a la consecución de las siguientes competencias específicas:
- Comprender e interpretar conocimientos sobre los fundamentos de la gestión de empresas.
- Comprender e interpretar las principales técnicas instrumentales aplicadas a la gestión de la empresa.
- Contribuir a la buena gestión de recursos en el ámbito empresarial.
- Aportar racionalidad y eficacia al análisis y a la descripción de cualquier aspecto de la realidad empresarial.
- Habilidad en la búsqueda de información, en relación con fuentes primarias y secundarias, identificando las fuentes de información económica relevante y su contenido.
- Ser capaz de interpretar datos empresariales y proporcionar información relevante útil para todo tipo de usuarios.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Tan sólo se requieren los conocimientos propios de la titulación exigida para poder comenzar los estudios del Grado en Turismo.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	MARIA DEL SAGRARIO ROMERO CUADRADO (Coordinador/a de asignatura)
Correo Electrónico	mromero@cee.uned.es
Teléfono	91398-6387
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Nombre y Apellidos	JUAN JACOBO NUÑEZ MARTINEZ
Correo Electrónico	jnunez@cee.uned.es
Teléfono	91398-9461
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Para cualquier, duda, consulta o sugerencia sobre la asignatura, los alumnos podrán contactar con el Equipo Docente de la siguiente forma:
Dra. Dña. María Romero Cuadrado Departamento de Organización de Empresas. Despacho 1.34 miércoles lectivos de 10.00 a 14.00 horas. Teléfono: 91 398 63 87 Correo electrónico: mromero@cee.uned.es
Dr. D. Jacobo Núñez Martínez Departamento de Organización de Empresas. Despacho 1.38 miércoles lectivos de 10.00 a 14.00 horas. Teléfono 91.398.94.61 Correo electrónico: jnunez@cee.uned.es

TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS

Las sesiones de tutoría se imparten presencialmente y en línea desde el Centro Asociado de referencia o, en su defecto, desde otro Centro Asociado. A continuación se muestran los centros asociados y extensiones en las que se imparten tutorías de la asignatura.

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

Ver apartado de Resultados de Aprendizaje.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (PLAN NUEVO)

Competencias

CM1 Competencias de gestión, planificación, capacidad de aprendizaje y trabajo individual.

Conocimientos

CN7 Conocer las diferentes manifestaciones antropológicas, culturales y sociales que incentivan la actividad turística.

CN8 Comprender los fundamentos de la gestión de empresas turísticas: Problemas económicos internos e interrelaciones entre los distintos subsistemas.

Habilidades

H1 Ser capaz de transmitir información, ideas, problemas y soluciones en el ámbito turístico.

H2 Resolución de problemas en entornos turísticos nuevos o poco conocidos.

H4 Razonamiento crítico.

H6 Analizar y evaluar los impactos generados por el turismo.

H10 Habilidades en el manejo de las TIC propias del sector y la gestión turística para la búsqueda y aprovechamiento de la información.

H16 Saber aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional en el área de estudio.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (PLAN ANTIGUO)

Competencias

Competencias Generales: gestión, planificación, capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo.

Competencias específicas: poseer y comprender conocimientos acerca de las interrelaciones económicas existentes entre los distintos subsistemas que conforman el sistema empresarial.

Resultados de Aprendizaje

1. Comprender e interpretar conocimientos acerca de:
- Aspectos principales de la terminología económica empresarial, de la naturaleza de la empresa y el entorno económico específico y general en el que desarrolla su actividad.
- Principales modelos y técnicas de representación y análisis de la realidad económica empresarial.
- Principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito económico empresarial.

2. Aplicar los conocimientos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro del área de estudio de la Economía de la Empresa.

3. Tener la capacidad para sintetizar e interpretar datos relevantes, emitir juicios sobre los mismos, y elaborar conclusiones o informes de índole empresarial.

4. Poder transmitir información, ideas, problemas y soluciones económicas sobre aspectos de la empresa a un público tanto especializado como no especializado:
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de la economía empresarial.
- Leer y comunicarse en el ámbito profesional empresarial.
- Comunicarse con fluidez en un entorno empresarial.

5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores en la materia con un elevado grado de autonomía.

CONTENIDOS

Tema 1. La empresa

1.1. Introducción
1.2. El concepto de empresa
1.3. Otras definiciones de empresa
1.4. La aparición de la empresa
1.5. Del feudalismo a la revolución industrial
1.6. La sociedad anónima
1.7. Empresa, empresario y negocio
1.8. Dimensiones conceptuales de la empresa
1.9. Teorías de empresa
1.10. Teoría de la Firma

1.11. Teoría Conductista
1.12. Teoría Contractual
1.13. Las nuevas teorías sobre la empresa
1.14. La empresa como sistema
1.15. Elementos de la empresa
1.16. Funciones de la empresa
1.17. Epílogo

Tema 2. Empresa y Entorno

2.1. El entorno general de la empresa
2.2. Concepto y naturaleza del entorno
2.3. Tipos de entornos
2.4. Niveles de turbulencia empresarial
2.5. El método de los escenarios
2.6. Valorando el entorno
2.7. Elección de los factores clave
2.8. Cambios en los factores del entorno
2.9. Valorando el impacto del cambio
2.10. La empresa y el medio ambiente
2.11. Tres dimensiones
2.12. Aspectos semánticos y conceptuales
2.13. Estado, empresa y medio ambiente
2.14. Las empresas y el medio ambiente
2.15. La ONU y el medio ambiente
2.16. Algunas precisiones sobre el desarrollo sostenible
2.17. Los sistemas de indicadores medioambientales
2.18. La responsabilidad social de la empresa: una revisión conceptual desde la óptica empresarial y académica
2.19. Formas de comunicación de la RSC

Tema 3. El empresario

3.1. Introducción
3.2. El concepto de empresario
3.3. Evolución del significado del término empresario en la literatura económica
3.4. Funciones principales del empresario
3.5. El empresario y figuras afines
3.6. Las características del empresario

3.7. El emprendedor o entrepreneur

Tema 4. Formas de medición económica en la empresa

4.1. Introducción
4.2. La medida
4.3. Escalas de medida
4.4. La medida de la racionalidad
4.5. Eficacia, eficiencia y efectividad
4.6. La cuantificación
4.7. Medición y tiempo

Tema 5. El riesgo en las organizaciones productivas

5.1. Definiciones de riesgo
5.2. Formas de tratar los riesgos
5.3. La gestión de riesgos
5.4. Fases de la gestión de riesgos
5.5. Análisis del riesgo
5.6. Sistema de gestión de riesgos
5.7. Sistema de gestión del riesgo en REPSOL
5.8. La gestión de riesgos en el tiempo
5.9. Tipos de riesgos

Tema 6. La inversión en la empresa

6.1. El concepto de inversión
6.2. Los objetivos de los proyectos de inversión
6.3. Tipología de inversiones
6.4. Las características de una inversión
6.5. Las etapas del proceso de selección de inversiones
6.6. Factores que influyen en la toma de decisiones de inversión
6.7. Actualización y capitalización (el tiempo y el dinero)
6.8. Evaluación de proyectos de inversión
6.9. Interés calculatorio y coste de oportunidad
6.10. Selección de inversiones e inflación
6.11. Problemas en la selección de inversiones

Tema 7. Financiación I

7.1. Introducción
7.2. La función financiera (objeto y contenido)
7.3. La empresa como sistema de circulación de fondos
7.4. El fondo de maniobra y el capital circulante
7.5. La estructura financiera de la empresa

Tema 8. Financiación II

8.1. Introducción
8.2. Los ratios financieros
8.3. El aprovisionamiento de medios financieros
8.4. El plan financiero (o racionamiento de medios)
8.5. La política financiera de la empresa

Tema 9. Localización y dimensión de la empresa

9.1. Introducción
9.2. Localización en función del mercado
9.3. Decisiones de localización orientadas al mercado de abastecimiento
9.4. Fuentes de información en la decisión de localización de plantas
9.5. Que se entiende por dimensión de la empresa
9.6. Las distintas manifestaciones de la dimensión
9.7. La dimensión óptima de la empresa
9.8. La dimensión y sus variaciones
9.9. Teorías sobre el tamaño
9.10. La dimensión de la empresa y los costes

Tema 10. La valoración de la empresa

10.1. El concepto de valor
10.2. La valoración de empresas como proceso de decisión y sus fases
10.3. Los criterios y métodos de evaluación de empresas

Tema 11. La producción

11.1. La gestión de la producción
11.2. Tipologías de producción
11.3. Producción continua vs producción intermitente

11.4. Estrategias de producción
11.5. Métodos y herramientas de gestión de la producción
11.6. Teoría de las imitaciones
11.7. Método de las cinco eses

Tema 12. Los costes en la empresa

12.1. Introducción
12.2. Los costes según la teoría económica
12.3. Clasificación de los costes
12.4. Los costes medios desde el punto de vista contable
12.5. Caso práctico
12.6. El cálculo de los costes en la empresa: *full costing y direct costing*
12.7. La remanencia de los costes

Tema 13. Adquisición y renovación de equipos

13.1. Introducción
13.2. Adquisición de bienes de equipo. Planteamiento del problema
13.3. Costes de los equipos
13.4. Obsolescencia
13.5. Financiación de la renovación. El *leasing*
13.6. Resumen y ejemplos

Tema 14. Gestión de stocks

14.1. Introducción
14.2. Objetivo de control de inventarios
14.3. Clases de inventarios
14.4. Organización de los inventarios
14.5. Costes inventariables
14.6. Decisiones sobre el inventario
14.7. Los modelos estocásticos de gestión de stocks

Tema 15. El factor humano, aprovisionamiento y remuneración

15.1. Introducción
15.2. Mercado de trabajo
15.3. Aprovisionamiento de mano de obra
15.4. Salarios

15.5. Sistemas de retribución del trabajo
15.6. El diseño de tareas
15.7. La evaluación de puestos de trabajo

Tema 16. El proceso de la dirección de la empresa

16.1. ¿Necesidad de la dirección?
16.2. Dirección y funciones secuenciales
16.3. Funciones de dirección y funciones de empresa
16.4. Universalidad temporal y espacial del proceso de dirección
16.5. Conclusión

Tema 17. La planificación

17.1. ¿Qué es la planificación?
17.2. Las características de la planificación
17.3. Clases y niveles de planificación
17.4. La planificación como proceso: sus fases
17.5. Limitaciones al proceso planificador
17.6. El pronóstico y la previsión
17.7. La dirección por objetivos

Tema 18. Organización

18.1. Introducción
18.2. ¿Qué se entiende por organización?
18.3. Organización formal e informal
18.4. Componentes de la estructura organizativa
18.5. La autoridad
18.6. Autoridad de línea y autoridad de *staff*
18.7. Conclusiones sobre la estructura de la organización formal
18.8. El individuo y la organización
18.9. El grupo y la organización

Tema 19. Dirección-liderazgo

19.1. Introducción
19.2. Estilos de liderazgo
19.3. Apéndice

Tema 20. El control

20.1. Definición del control
20.2. Los elementos del control
20.3. Principios que inspiran el control
20.4. Clases de control
20.5. Localización de los controles
20.6. El control de los costes indirectos
20.7. Modernas técnicas de control
20.8. Auditoría y control
20.9. Control y sistemas de control
20.10. Contabilidad y control interno
20.11. Control, medición e indicadores
20.12. El cuadro de mando integral y el *tableau de bord*

Tema 21. La Toma de decisiones I

21.1. La toma de decisiones en las organizaciones
21.2. Características de las decisiones de los managers
21.3. El proceso decisorio
21.4. La racionalidad limitada
21.5. Los modelos y la toma de decisiones
21.6. La evaluación de las alternativas
21.7. Técnicas de ayuda a la toma de decisiones
21.8. *Brain storming*
21.9. La técnica de la multivotación
21.10. La técnica de los cinco porqués
21.11 Análisis del campo de fuerza
21.12. Los diagramas causa-efecto
21.13. Los diagramas de afinidad
21.14. El diagrama de interrelaciones
21.15. Flujogramas
21.16. La matriz de preferencias
21.17. Mapas mentales
21.18. La incertidumbre y la teoría de la decisión
21.19. La optimización en las decisiones empresariales
21.20. La programación lineal
21.21. El PERT

21.22. Decisiones tomadas en situación de incertidumbre
21.23. Los árboles de decisión
21.24. Modernas orientaciones de la teoría de la decisión

Tema 22. La toma de decisiones II

22.1. Problemas de decisión
22.2. Decisión multicriterio (MCDM)
22.3. Problemas de decisión multicriterio discretos
22.4. Ponderación y normalización de criterios
22.5. Principales técnicas de decisión multicriterio

Tema 23. Marketing

23.1. Introducción
23.2. Las cuatro oes de un mercado: objetos, objetivos, organización y operaciones
23.3. Política de productos y precios
23.4. Ciclo de vida del producto
23.5. Líneas de productos
23.6. Nuevos productos y elimininación de productos
23.7. Política de precios
23.8. Distribución
23.9. La distribución física
23.10. Promoción-venta personal
23.11. Objetivos de la tarea de ventas
23.12. Naturaleza de la tarea de ventas
23.13. Publicidad
23.14. Evaluación de la publicidad
23.15. El marketing digital

METODOLOGÍA

La metodología utilizada en la asignatura a lo largo del cuatrimestre, plantea un desarrollo progresivo y paralelo de los contenidos teóricos y, de la realización de actividades que permitan la aplicación de dichos contenidos a la práctica.
El estudiante dispondrá de un curso virtual donde podrá contactar con un tutor, con el equipo docente y, acceder a diferentes materiales de apoyo:
- Materiales multimedia donde se realiza una visión general de cada uno de los temas y se destacan los objetivos didácticos de los mismos.
- Actividades propuestas para esta asignatura.
Para ello, se plantea la siguiente estrategia didáctica:

1. Trabajo con contenidos teóricos: Desde el principio de curso el estudiante dispondrá del material didáctico básico (bibliografía básica), en el que se abordarán aspectos teóricos y prácticos sobre Economía de la Empresa. Está compuesto por temas conceptuales, ejercicios y problemas numéricos.
2. Desarrollo de actividades prácticas: estarán compuestas por pruebas de evaluación en línea desarrolladas a través de la plataforma virtual ALF. Estas pruebas consistirán en cuestionarios tipo test que abarcarán contenidos tanto teóricos como prácticos, de las diferentes partes del temario.
A esta asignatura le corresponden 6 ECTS, lo que implica 150 horas de trabajo, que se repartirán de la siguiente manera:
Trabajo autónomo del estudiante: El estudiante repartirá su tiempo entre:
- Estudio de los contenidos teóricos (lectura y estudio del temario, asimilación de contenidos, etc.).
- Realización de los ejercicios prácticos del material didáctico.
- Desarrollo de actividades prácticas con carácter presencial (en las tutorías presenciales a propuesta de los tutores presenciales).
- Realización de las pruebas de evaluación continua en la plataforma virtual, planificadas por el equipo docente.
- Preparación de las pruebas presenciales y realización de las mismas.
Trabajo del estudiante mediante interacción con profesores del equipo docente, tutores, y resto de estudiantes. Se realizará a través de:
- Planteamiento de cuestiones al profesorado en los horarios establecidos por el equipo docente.
- Participación en las actividades individuales o en grupo organizadas por los tutores de los centros asociados.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen	Examen tipo test
Preguntas test	20
Duración del examen	120 (minutos)
Material permitido en el examen	

Calculadora no programable

Criterios de evaluación

El examen presencial estará formado por 20 preguntas tipo test con 4 opciones de respuesta, de las que solo una es correcta. Cada respuesta correcta puntúa 0,5 puntos, las respuestas incorrectas restan -0,15 puntos, y las nulas o en blanco no puntúan.

% del examen sobre la nota final	100
Nota del examen para aprobar sin PEC	5
Nota máxima que aporta el examen a la calificación final sin PEC	10
Nota mínima en el examen para sumar la PEC	5

Comentarios y observaciones

La no realización de la PEC no impide la obtención de la máxima calificación (10 puntos) exclusivamente a través de la prueba presencial.

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC? Si

Descripción

Esta prueba se publicará en el Aula Virtual de la asignatura, y tendrá siempre carácter voluntario. La PEC consistirá en un examen tipo test compuesto por 20 preguntas con una duración de 45 minutos.

Criterios de evaluación

Cada pregunta tendrá una puntuación de 0,05 obteniéndose como máximo 1 punto. Las respuestas incorrectas o en blanco restarán 0,01.

Ponderación de la PEC en la nota final 0

Fecha aproximada de entrega PEC/10/01/2027

Comentarios y observaciones

El resultado de este ejercicio se sumará a la calificación final siempre y cuando se alcance una nota mínima de aprobado (5) en la prueba presencial. La nota obtenida en la PEC sólo computa en la convocatoria de febrero, no en septiembre. Por lo que la calificación obtenida en la convocatoria extraordinaria se corresponderá únicamente con la nota obtenida en el examen presencial.

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s? No

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación en la nota final 0

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

Tanto para aprobar la asignatura como para que compute la PEC, el alumno deberá obtener **al menos un 5 en la Prueba Presencial (PP)**.
Si el alumno aprueba la PP, su nota final será la siguiente:
Si solamente realiza la PP: su calificación final será la nota obtenida en este examen.
Si además de la PP, realiza la PEC: la nota final será el resultado de sumar la puntuación obtenida en la PEC (máximo 1 punto) a la obtenida en la PP (siempre y cuando haya obtenido 5 puntos o más).
Únicamente se asignarán Matrículas de Honor a aquellos alumnos que hayan obtenido un 10 tanto en la PP como en la PEC. Los alumnos que obtengan un 10 como consecuencia de la suma de la nota del examen presencial y los puntos obtenidos en la PEC tendrán la calificación de sobresaliente (10), siendo esta condición necesaria pero no suficiente, ya que el número de matrículas que puede concederse es limitado y está en función del número total de alumnos matriculados.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788499613437
Título:CASOS PRÁCTICOS DE GESTIÓN DE EMPRESASnull
Autor/es:María S. Romero Cuadrado ; Garrido Buj, Santiago ;
Editorial:Editorial CERA

ISBN(13):9788499613949
Título:FUNDAMENTOS DE GESTIÓN DE EMPRESAS2021
Autor/es:María Romero Cuadrado ; Santiago Garrido Buj, ;
Editorial:CERA

El **material básico** para preparar la asignatura **consta de dos manuales**:
1) LA PARTE TEÓRICA SE PREPARA CON Fundamentos de Gestión de Empresas (2ª Edición) (2021). Autores: Santiago Garrido Buj y María Romero Cuadrado. Editorial CERA. ISBN: 978-84-9961-394-9
2) LA PARTE PRÁCTICA SE PREPARA CON Casos Prácticos de Gestión de Empresas (2019). Autores: Santiago Garrido Buj y María Romero Cuadrado. Editorial CERA. ISBN: 978-84-9961-343-7

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

El estudiante contará con los siguientes medios de apoyo:
- Curso virtual: en donde el estudiante tendrá acceso a la información de esta guía, pruebas de evaluación, etc. También podrá comunicarse con otros estudiantes, tutores y el equipo docente para plantear cualquier duda o consulta.
- Biblioteca UNED: como estudiante tiene acceso a las diferentes bibliotecas de la UNED situadas en los centros asociados y en la sede central. El catálogo se puede consultar en línea. En sus fondos cuenta con la bibliografia básica de esta asignatura.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.