Universidad de Navarra

CORE-Antropología I (Gr. Marketing)

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Esta asignatura forma parte del Core Curriculum de la Universidad de Navarra

Breve descripción:

La antropología es la brújula que permite moverse con soltura y garantías en el mapa casi siempre apresurado y a veces egoísta de los negocios. Para dirigir equipos, ejercer la consultoría, diseñar campañas eficaces o practicar la comunicación es muy oportuno conocer a fondo al ser humano: cómo es, qué sentido tiene su vida, qué le mueve, qué abismos debe sortear. Ese es el propósito de esta asignatura.

- **Titulación**: Marketing
- **Módulo/Materia**: Módulo 1. Contextos. Nivel 1. Core Curriculum
- **ECTS**: 3
- **Curso, semestre**: 1º Primero
- **Carácter**: Obligatoria
- **Profesorado**: D. Javier Marrodán Ciordia
- **Idioma**: Castellano
- **Aula, Horario**: Aula 01 Fcom.
- Miércoles de 12 a 14h.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

Competencias del Grado de Marketing

1.CONOCIMIENTOS

R1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

R7 - Conocer y valorar el rol del marketing desde una perspectiva multidimensional: histórica, económica y empresarial, legal, sociológica, deontológica y tecnológica.

2.CAPACIDADES

R2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

R3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

R6 - Comprender y evaluar de manera crítica los elementos configuradores del ser humano y de la sociedad actual en sus múltiples dimensiones: antropológica, histórica, cultural, social y económica que influyen en el contexto empresarial y de marketing.

R12 - Comprender que es propio del espíritu universitario afrontar de manera crítica y reflexiva el estudio de la propia disciplina en su conexión con el resto de los saberes.

R13 - Identificar las cuestiones más relevantes de la existencia humana presentes en las grandes creaciones religiosas, humanísticas y científicas y adoptar una postura personal razonada frente a ellas.

R14 - Descubrir y enjuiciar los presupuestos antropológicos y las repercusiones éticas de la propia disciplina.

1. Comprender la estructura narrativa en la que se despliega la vida y cuáles son las perspectivas de interpretación: felicidad y fracaso, aventura y final, destino y libertad, providencia y trascendencia.

2. Analizar las claves de funcionamiento de las distintas relaciones humanas para comprender los aciertos y disfunciones que se pueden dar.

3. Desarrollar la capacidad crítica ante los distintos planteamientos y comportamientos que se presentan en la sociedad y en los medios de comunicación.

4. Aplicar métodos básicos de análisis cualitativo a las diferentes situaciones existenciales y pueda plantear las cuestiones de sentido que encierra el comportamiento práctico.

5. Realizar análisis narrativos, identificando las actitudes esenciales que vertebran las historias y configuran los personajes

6. Desarrollar la capacidad de escuchar, responder y comprender las posturas ajenas en el marco de un diálogo respetuoso.

7. Desarrollar una mentalidad constructiva, que lleve a proponer soluciones positivas a los problemas.

8. Conocer grandes obras de la literatura, del arte, de la ciencia y, en general, del pensamiento humano.

9. Conocer los aspectos básicos del cristianismo y su relación con la cultura y el pensamiento actual.

10. Argumentar correctamente, de manera oral y por escrito, el propio punto de vista sobre cuestiones transversales a los diferentes grados como la ecología, la ciudadanía, la familia, la paz, el sufrimiento, las desigualdades sociales, la racionalidad del mundo, o el respeto a la diferencia.

PROGRAMA

Antropología

1. Presentación de la asignatura

2. La identidad del hombre

3. La búsqueda de la felicidad

4. La capacidad de sentido

5. Inteligencia y voluntad

6. Los sentimientos

7. La verdad

8. La conciencia

9. La libertad

10. El mal

11. El sentido del sufrimiento

12. La belleza

13. La muerte, el más allá

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

- La nota final saldrá de la nota del examen de diciembre (80%) y de la evaluación de la asistencia y participación en las clases (20%): cada alumno deberá elaborar un cuaderno de la asignatura en el que irá recogiendo las notas de clase y los ejercicios que se irán pidiendo.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- Debe superar el examen de la materia.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Javier Marrodán Ciordia (jmarrodan@unav.es)

Despacho de Capellanía (primera planta del Edificio Central, junto al oratorio)

Horario: Lunes y martes, de 10 a 12.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía*:*

Fundamentos de antropología. Un ideal de la existencia humana, de Ricardo Yepes Stork y Javier Aranguren Echevarría. Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

El hombre en busca de sentido, de Viktor Frankl. Localízalo en la Biblioteca

La odisea, Homero. Localízalo en la Biblioteca electrónico Localízalo en la Biblioteca impreso

La sociedad de la nieve, Pablo Vierci. Localízalo en la Biblioteca