



**FICHA POR ASIGNATURA  
PARA EL PLAN DE LA TITULACIÓN  
CURSO ACADÉMICO 2012/2013**

FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA EDUCACIÓN

**1.- DEFINICIÓN DE LA ASIGNATURA**

Denominación **EDUCACION PARA EL CONSUMIDOR** Código: **29030**

Descriptor **Formación básica del consumidor. Consumismo y desequilibrios sociales y ambientales. Desarrollo didáctico para un consumo sustentable. Problemas de consumo y medioambiente. Promoción de desarrollo social y ecológicamente sostenible.**

Denominación (en inglés) <sup>1</sup> **CONSUMER EDUCATION**

Descriptor (en inglés) <sup>1</sup> **Basic education to the consumer. Consumerism and social and environmental unbalances. Didactic development for critical and sustainable consume. Consume and environmental problems. To promote the social and sustainable development.**

Área de Conocimiento: **Didáctica de las Ciencias Experimentales y Sociales**

Departamento: **Didáctica de las Ciencias y Filosofía**

Titulación: **Educador social** Curso: **3º**

<sup>1</sup> Para su inclusión en el Complemento Europeo al Título.

Créditos	Nº de Créditos	Nº de Grupos	Créditos Totales:	
Teóricos:	3	1	Créd. Teóricos:	3
Problemas:	1,5	1	Créd. Prácticos:	1,5
Laboratorio:				
Informática:				
Otras Activ.:				
Campo:				

**2.- PROFESORES DE LA ASIGNATURA.**

ASIGNACIÓN DE CRÉDITOS	CRÉDITOS / GRUPOS *											
Nombre del Profesor.	T	Grupo	P	Grupo	L	Grupo	I	Grupo	O	Grupo	C	Grupo
Coordinador:												
Prof.1:Santiago Aguaded Landero	4,5	T1		P1								

**3.- HORARIO.**

Relación de los créditos que comprende la asignatura, tanto de teoría como de práctica y horario en la tabla siguiente:

NOMBRE DEL PROFESOR	SANTIAGO AGUADED					
HORARIO	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Período *
Teoría:						

Prácticas (indicar el horario de prácticas que corresponda a las distintas actividades) :						
---	--	--	--	--	--	--

TUTORÍAS 1 <sup>er</sup> . CUATRIMESTRE	HORARIO				
Nombre del Profesor.	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Coordinador:					
Prof.1: SANTIAGO AGUADED LANDERO			11-13	11-13	
			17-19		
.....:					

## 5.- PROGRAMA DE LA ASIGNATURA.

### 5.1.- METODOLOGÍA.

Dado su carácter no presencial de estas asignaturas de los planes en extinción la metodología didáctica se fundamentará en el trabajo del alumno y en la tutorización de los profesores encargados de la asignatura aunque no debemos olvidar que el aprendizaje se basa en los siguientes principios:

- **El principio de actividad del alumno**, es decir, es el alumno el que construye el conocimiento en situaciones en las que se le exige una actividad cognitiva importante pero que parte de sus conocimientos.
- Sesiones de síntesis y recapitulación.

### 5.2.- EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN.

Con la metodología expuesta los alumnos y alumnas serán evaluados y calificados de la siguiente forma:

- Examen de la asignatura (80% de la nota final)**
- Trabajo práctico individual que versará sobre los contenidos de la asignatura y que podrá concretarse en una unidad didáctica para todos los niveles de la enseñanza reglada y no reglada (20% de la nota final)**

Los criterios de evaluación del proyecto de intervención didáctica serán los siguientes:

- Utilización adecuada de los contenidos conceptuales didácticos y disciplinares en situaciones concretas de enseñanza/aprendizaje
- Obtención de información a partir de fuentes diversas e interpretar y contrastar estas fuentes para diferenciar aquellas que ofrecen una información de interés de las que carecen de rigor, detectando posibles errores y manipulaciones.
- Uso correcto de la lengua.
- Bibliografía utilizada.
- Capacidad de sintetizar, resumir y comunicar los resultados de su aprendizaje de una forma adecuada, madura, con un léxico científico, así como utilizando una correcta ortografía y bibliografía.

Los criterios de evaluación del examen serán los siguientes:

- Capacidad plantearse problemas relacionados con el consumo y con el medioambiente. así como su posible aplicación didáctica desde una perspectiva innovadora e investigadora.
- Capacidad de analizar situaciones didácticas siendo crítico con los diferentes modelos de enseñanza.

3. Capacidad de resolver e inferir problemas a partir de los conocimientos conceptuales y procedimentales de la asignatura.
4. Capacidad de sintetizar, resumir y comunicar los resultados de su aprendizaje de una forma adecuada, madura, a **través de mapas conceptuales**, con un léxico científico, así como utilizando una correcta ortografía y bibliografía

### 5.3.- PROGRAMA.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1.- ¿POR QUÉ ES NECESARIA LA EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR?

- 1.1.-Características de la sociedad de consumo.
- 1.2.-El movimiento consumerista como respuesta a los problemas de la sociedad de consumo.
- 1.3.-La figura del consumidor hoy: derechos y deberes. Marco jurídico.
- 1.4.- La educación del consumidor: concepto, objetivos y problemáticas.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2.- ¿CÓMO INTEGRAR LA EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR COMO TEMA TRANSVERSAL DEL CURRÍCULO?

- 2.1.-Modelo o enfoques metodológicos.
- 2.2.-Hacia una metodología basadas en la investigación. Orientaciones didácticas para la Educación del Consumidor.
- 2.3. Núcleos de actividades y diseño de un proyecto de intervención didáctica sobre educación del consumidor.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3.-ACTIVIDADES Y PROPUESTAS DE ENSEÑANZA SOBRE EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR

- 3.1.-Alimentación y consumo.
  - Características básicas de una alimentación equilibrada.
  - Mitos y errores relacionados con la alimentación.
  - Compra y consumo de alimentos. Fraudes alimentarios.
  - Etiquetado de alimentos y aditivos.
- 3.2.-Salud y consumo.
  - Higiene en el consumo de alimentos. El caso de las vacas locas y la E. coli entero hemorrágica.
  - Enfermedades provocadas por la falta de higiene en la manipulación de los alimentos.
- 3.3.-Publicidad y consumo.
  - Estudio de la publicidad en la alimentación.
  - Campañas publicitarias en los centros educativos, relacionadas con la alimentación equilibrada.
- 3.4.-Medio Ambiente y consumo.
  - Repercusiones de las decisiones de consumo sobre el medio ambiente.
  - Objetivos, contenidos y recursos para el estudio de las relaciones entre el consumo y el medio ambiente.

### 5.4.- BIBLIOGRAFÍA.

1. ALVAREZ, L. y ALVAREZ, L. M. (1987). *100 talleres de educación del consumo en la escuela*. Colección material didáctico. (Ministerio de Sanidad y Consumo. Instituto Nacional de Consumo: Madrid).
2. ALVAREZ, L.; ALVAREZ, N. (1989): "El consumo va a la escuela" Laia, Barcelona.
3. ALVAREZ, N. (1992). *Temas Transversales. Educación del Consumidor* (Ministerio de Educación y Ciencia: Madrid).
4. ALVAREZ, N. y ALVAREZ, L. M. (1988). *El consumo va a la escuela*. (Laia: Barcelona).
5. AZNAR, H. (2000), *Códigos Éticos de publicidad y marketing*. Ariel. Barcelona.
6. BAUDRILLARD, J. (1974): "La sociedad de consumo". Plaza y Janes, Barcelona.
7. BAUDRILLARD, J. (1976): "La génesis ideológica de las necesidades",Anagrama, Madrid.

8. BUSQUETS, M.D., CAINZOS, M., FERNANDEZ, T., LEAL, A., MORENO, M. y SASTRE, G. (1993). *Los Temas Transversales. Claves para la formación integral*. (Aula XXI. Santillana: Madrid).
9. CIDAD, E. (1991): "Perspectivas sobre educación del consumidor", I.N.C. Madrid.
10. *contemporáneas*. Anagrama. Barcelona
11. discurso social de la publicidad. Mad. Sevilla.
12. DOÑATE, M.P., ROSET, M.A. Y AMATLLER, R.M. 1987. Técnicas alimentarias. Ed. Alhambra, Madrid.
13. GÓMEZ, M. INC, ALONSO, B. INC. PAZ, J. (1991). Líneas metodológicas para la educación del consumidor. . D.G. de Renovación Pedagógica. INC
14. GONZALEZ, J.J. (1986): "Los intereses económicos de los consumidores". I.N.C., Madrid.
15. GRANDE COVIAN, F. 1988. Nutrición y salud. Mitos, peligros y errores de las dietas de adelgazamiento. (Temas de hoy: Madrid).
16. JAIO, J.; ARAIZTEGUI, J.; ÁLVAREZ L.M. (1989). "La educación del consumidor en la escuela. Cooperativa Eroski-INC.
17. JENSEN, H.R. (1986): "La educación del consumidor en la escuela". Servicio de publicaciones del Gobierno Vasco. Vitoria.
18. LARRIETA, L.M. y otros (1990): "Los proyectos en la educación para el consumo en la escuela". Dirección de Consumo del Gobierno Vasco. Vitoria/Gasteiz.
19. LEÓN, J.L. (1996), *Los efectos de la publicidad*. Ariel. Barcelona.
20. LIPOVETSKY, G. (1990), *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades*
21. LÓPEZ NOMDEDEU, C. 1979. Alimentación práctica para el hogar. (Ministerio de Sanidad y Seguridad Social: Madrid). M.E.C., Madrid.
22. NAVARRO, M. y OTROS (1978). "La sociedad de consumo y su futuro". I.N.C., Madrid.
23. PEREZ TORNERO, J.M et al (1992). La seducción de la opulencia. Paidós.
24. PUJOL, R. M. (1996). *Educación y Consumo. La formación del consumidor en la escuela para la escuela*. (Horsori: Barcelona).
25. QUALTER, T.H. (1991), *Publicidad y democracia en la sociedad de masas*. Barcelona. Paidós
26. SUÁREZ VILLEGAS, J.C. Y PÉREZ CHICA, M<sup>a</sup> A. (2001), *La publicidad al desnudo*. Análisis del
27. VARIOS AUTORES (1966): "Cómo consumen los niños: sociología del consumo infantil". Dirección General de comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid. Madrid,
28. VARIOS AUTORES (1992). *Monográficos: Juego y juguete. El ocio. La alimentación. Los bienes duraderos. La compra. El dinero. Seguridad infantil y prevención de accidentes. El medio ambiente. La publicidad. Medios de comunicación social. Colección Material didáctico*. (Ministerio de Sanidad y Consumo. Instituto Nacional del Consumo: Madrid).
29. VARIOS AUTORES (1992): "Caja Roja de E. Infantil, Primaria, Secundaria ("Temas Transversales")
30. VICARIO FELIPE: "Consumo". Ayto. de Vitoria/Gasteiz & Dirección de Consumo del G.V. Vitoria/Gasteiz. 1982.
31. ZUNZUNEGI SANTOS & GONZALEZ MARTIN: "La publicidad desde el consumidor", EROSKI. Elorrio. 1990.