

CURSO 2022-23

RAMA DE CONOCIMIENTO: CIENCIAS SOCIALES Y JURIDICAS

CLASE APLICADA	PERFIL ALUMNO	BREVE REFERENCIA	DISPONIBILIDAD
<p>1. ¿Qué necesitas saber de Derecho del Trabajo (para que no te engañen)?</p> <p>(Facultad de Ciencias del Trabajo)</p>	<p>BACHILLERATO CFGS</p>	<p>Desgraciadamente, en el mercado de trabajo se producen muchos abusos. Éstos se deben fundamentalmente a que los trabajadores se encuentran en una posición de debilidad, que se acentúa en un contexto de desempleo masivo.</p> <p>Parte de esta debilidad puede atribuirse a la falta de conocimiento de la legislación aplicable al contrato de trabajo. Los empresarios tienen asesores expertos, pero los trabajadores normalmente tienen que contar con sus propios recursos intelectuales. Por eso es importante que todos los trabajadores tengan, al menos, unas nociones mínimas de Derecho del Trabajo que les permitan moverse con mayor seguridad en el mundo laboral</p>	<p>De martes a jueves</p> <p>Solo se oferta a los centros de Cádiz, San Fernando, Chiclana, Puerto Real, El Puerto de Santa María y Jerez</p>
<p>2. Marketing social. Iniciativas para la educación</p> <p>(Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación)</p>	<p>4º ESO BAHILLERATO CFGS</p>	<p>El marketing social pretende un cambio de comportamiento voluntario que favorezca el bienestar individual y social en cuestiones como la salud, el cambio climático, la inclusión social, etc</p> <p>En esta charla se pretende dar a conocer al alumnado las iniciativas de marketing social llevadas a cabo por la facultad en el grado de Marketing e Investigación de Mercados e introducir a los estudiantes en cómo se elabora un plan de marketing social.</p>	<p>Jueves y viernes</p> <p>Sólo se oferta a los centros de Algeciras y a aquellos centros que se encuentren a 25 km de San Fernando</p>

CLASE APLICADA	PERFIL ALUMNO	BREVE REFERENCIA	DISPONIBILIDAD
<p>3. ¿Qué debo saber para crear una marca?</p> <p>(Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación)</p>	<p>2º BACHILLERATO CFGS</p>	<p>Concepto e importancia de la marca como elemento de marketing Elementos que integran la marca Proceso de creación de la marca Criterios de elección del nombre de marca Casos de estudio</p>	<p>Martes a jueves A partir de marzo</p>
<p>4. Música y creatividad publicitaria NUEVA</p> <p>(Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación)</p>	<p>2º BACHILLERATO</p>	<p>En esta clase aplicada, se abordarán los usos y aplicaciones de la música en la publicidad. Para ello, se analizarán aspectos como la capacidad de la música para generar sensaciones que van más allá del sentido del oído, la importancia tanto del sonido como de los aspectos culturales asociados a una canción, y el papel de las letras.</p>	<p>Primer semestre: martes mañana y tarde, miércoles y jueves por la tarde Segundo semestre: martes Y jueves mañana o lunes y miércoles tarde Sólo se oferta para los centros de Jerez, El Puerto Sta María, Puerto Real, San Fernando y Cádiz</p>
<p>5. Identificación electrónica NUEVA</p> <p>(Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación)</p>	<p>2º BACHILLERATO CFGS</p>	<p>En esta clase explicaremos la titulación de GAP, la implantación de la Administración Electrónica. Se explicarán los distintos métodos de identificarnos para hacer trámites ante la administración y el concepto de la Identidad Soberana como aplicación de la tecnología de la Cadena de Bloques.</p>	<p>Jueves mañana Sólo se oferta a los centros de Jerez</p>

CLASE APLICADA	PERFIL ALUMNO	BREVE REFERENCIA	DISPONIBILIDAD
<p>6. Inglés aplicado al turismo (Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación)</p>	2º BACHILLERATO	El sector del turismo y de la hostelería engloba profesiones variadas: azafatas de vuelo, etc. Todas estas profesiones tienen que tratar con clientes, en muchas ocasiones extranjeros, y tienen por tanto que saber idiomas. Si todos los idiomas son importantes, el inglés para el turismo es imprescindible para los profesionales del sector	De lunes a jueves
<p>7. El futuro del turismo y la nueva realidad NUEVA (Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación)</p>	BACHILLERATO CFGS	El principal objetivo de esta charla es hacer entender a los alumnos la importancia del turismo y la sostenibilidad (Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030)	De lunes a miércoles No se oferta a los centros del Campo del Gibraltar
<p>8. La investigación de mercados, herramienta imprescindible para el marketing y el comportamiento del consumidor NUEVA (Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación)</p>	2º BACHILLERATO	Esta clase introduce al alumno en el apasionante mundo de la investigación aplicada del consumidor. Comenzando por la identificación del público objetivo, la proyección psicológica del posicionamiento y la aplicación de técnicas operativas del marketing mix. De manera somera se explicarán los procesos conscientes e inconscientes de la toma de decisión y como las políticas operativas del marketing influyen en la elección de un producto	Martes y jueves mañanas Sólo se oferta a los centros de Jerez

CLASE APLICADA	PERFIL ALUMNO	BREVE REFERENCIA	DISPONIBILIDAD
<p>9. Educación para el desarrollo sostenible (Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales)</p>	<p>BACHILLERATO CFGS</p>	<p>El principal objetivo de esta clase es hacer entender que los Objetivos de Desarrollo Sostenible no sólo son un reto empresarial para una gestión eficiente, sino que debe ser entendida como una nueva oportunidad de negocio, permitiéndonos la entrada a nuevos mercados, un ahorro significativo en costes, una mayor capacidad para contratar con el sector público, generación de alianzas, etc. Para ello se plantea la realización de un taller donde el alumnado conozca de manera sencilla los 17 ODS, analizando, a través de buenas prácticas reales cada uno de ellos. A través de grupos de trabajo se analizará el impacto que tienen en nuestras vidas y cómo se puede contribuir, en el día a día, al logro de los mismos</p>	<p>Concertar No se oferta a los centros de la Bahía de Algeciras</p>
<p>10. Finanzas fáciles: ¡qué no te engañen! (Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales)</p>	<p>BACHILLERATO</p>	<p>A través de la realización de un juego participativo se pretende dar a conocer, o en algunos casos reforzar o profundizar, en conceptos básicos de finanzas y economía, como son el uso de tarjetas, la importancia del tipo de interés, la TIN, la TAE, los préstamos, los tipos de gastos, etc., conceptos todos ellos que deberán utilizar en algún momento de su vida</p>	<p>Concertar Grupos de 25 alumnos Sólo oferta para centros de Cádiz, Jerez, el Puerto de Santa María, Puerto Real, San Fernando, Chiclana, Algeciras, Los Barrios y Tarifa</p>

CLASE APLICADA	PERFIL ALUMNO	BREVE REFERENCIA	DISPONIBILIDAD
<p>11. Qué, por qué y para qué estudiar los grados universitarios de Finanzas y Contabilidad y Administración y Dirección de Empresas. NUEVA</p> <p>(Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales)</p>	<p>BACHILLERATO CFGS</p>	<p>Se trata de acercar a los estudiantes de enseñanzas medias, una explicación sobre los contenidos de dichas titulaciones, el perfil de estudios de las mismas, las oportunidades que ofrecen y las salidas profesionales a las que van orientadas</p>	<p>Concertar Grupos de 30 alumnos, para grupos superiores consultar</p>
<p>12. ¿Alquilas o compras casa? ¿Qué opción elegirás cuando te independices?</p> <p>(Facultad de Derecho)</p>	<p>4º ESO BACHILLERATO</p>	<p>Se explicarán las ventajas e inconvenientes de comprar o alquilar una casa, los derechos que asisten a los compradores y a los inquilinos y los aspectos que conviene tener en cuenta tanto en el contrato de compraventa como en el de arrendamiento. Lenguaje sencillo y adaptado a los alumnos y numerosos ejemplos de la vida real.</p>	<p>1º cuatrimestre: viernes mañana, miércoles y jueves a partir de las 12:00 2º cuatrimestre : todas las mañanas Sólo se oferta a los centros del Campo de Gibraltar</p>
<p>13. Una mirada educativa inclusiva de las diversidades sexogenéricas</p> <p>(Facultad de Ciencias de la Educación y Facultad de Filosofía y Letras)</p>	<p>4º ESO BACHILLERATO</p>	<p>Se abordará la temática desde una perspectiva que muestre que el binarismo y la heteronormatividad dominantes no son naturales ni universales, que las personas somos diversas y eso se refleja en la identidad de género y en la orientación sexual. Se reflexionará acerca de las dificultades que suelen experimentar quienes forman parte de la comunidad LGTBIQ+, y se presentarán algunos de los recursos con los que cuentan las instituciones educativas para terminar con las discriminaciones y las desigualdades, y para favorecer la equidad y la inclusión.</p>	<p>2º semestre: concertar NO se oferta a los centros de la Sierra y del campo de Gibraltar</p>