

## Asignatura

Nombre Asignatura	Introducción a la Economía
Código	101422005
Créditos ECTS	6.0

## Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Marketing (Plan 2022)
Carácter	BÁSICA
Curso	1

## Datos Generales

### ➤ PROFESORADO

Javier García-Verdugo Sales

### ➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No son precisos conocimientos previos relacionados con la materia.

### ➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

- Comprender los conceptos económicos básicos (oferta y demanda, mercado, consumidor, productor...), imprescindibles para entender nuestro sistema económico.
- Conectar estos conceptos con las situaciones cotidianas, y aplicarlas a las que se puedan presentar en el futuro como comprador, vendedor, arrendatario, inquilino, trabajador, empleador, etc.
- Adquirir la capacitación necesaria para resolver problemas económicos sencillos, que en algunos casos serán numéricos y en otros casos gráficos.
- Entender la economía como una ciencia capaz de resolver los principales problemas de actualidad: crisis económica, paro, inflación, crisis financiera, problemas de deuda externa, etc.

### ➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

- Fomentar en el alumno el espíritu crítico y la capacidad de razonar con argumentos.
- Manejar las herramientas matemáticas y los gráficos para resolver y expresar problemas económicos .
- Leer artículos de prensa económica, formarse una opinión sobre la cuestión, y saber explicarla sus compañeros.
- Aprender a trabajar en equipo, entregar los trabajos en la fecha indicada.

### ➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas y generales

CB1 - 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

CB2 - 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

CB3 - 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

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CG1 - Analizar las variables sociales, económicas y culturales de un determinado contexto para valorar su influencia en el ámbito empresarial

CG2 - Valorar la importancia del trabajo en equipo para el funcionamiento exitoso de la organización

CG3 - Identificar las estrategias y los recursos que inciden en el éxito de la actividad comercial para lograr mejores resultados

CG4 - Comprender las características de la sociedad digital y su influencia en la actividad empresarial para favorecer formatos de negocio más adecuados

CG5 - Percibir la relevancia de la cultura organizativa para entender su funcionamiento y mejorar las formas de trabajo y de relación que se desarrollan en toda organización

CG6 - Analizar la información y los datos provenientes de fuentes diversas para llevar a cabo un correcto diagnóstico de la realidad del mercado y tomar las decisiones idóneas.

CG7 - Reconocer los factores que inciden en el funcionamiento de una organización para contribuir a su mejora

CG8 - Desarrollar habilidades interpersonales que refuercen el trabajo autónomo y las capacidades de persuasión y negociación.

CG9 - Reflexionar sobre las dimensiones de la personalidad humana para valorar el comportamiento individual y social en un determinado contexto histórico

CG10 - Actuar de conformidad a los principios éticos, deontológico y jurídicos propios de la profesión, respetando los principios de libertad e igualdad y defendiendo una cultura de paz y respeto de los derechos fundamentales y digitales.

#### Competencias transversales

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

Competencias específicas

CE1 - Comprender las características del mercado, y del entorno económico y empresarial para saber gestionar y administrar una organización.

CE2 - Comprender los fundamentos de la dirección estratégica y del diseño y gestión de proyectos para aplicarlos a la realidad de una organización.

CE3 - Conocer los principales indicadores de gestión de una organización (volumen de facturación, cuota de mercado, rentabilidad, eficiencia, valor de la marca) para poder evaluar su desempeño.

CE4 - Utilizar las herramientas matemáticas, estadística y econométricas para el análisis de variables económicas y empresariales, así como para el análisis de mercados y de audiencias.

CE6 - Aplicar los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia.

CE7 - Establecer las características y prestaciones que debe tener un producto o servicio como paso previo al prototipado y lanzamiento del mismo.

CE13 - Aplicar las técnicas de comunicación, expresión oral y escrita, en especial las utilizadas en la gestión publicitaria y en la comunicación empresarial e institucional.

CE14 - Diseñar, planificar y desarrollar las estrategias de distribución y los espacios comerciales y puntos de venta para que los productos y servicios sean más visibles y lleguen mejor al consumidor respetando los valores de la marca.

CE17 - Saber elaborar y comprender los estados financieros como herramienta para la toma de decisiones, siendo capaz de verificar su fidelidad.

CE20 - Analizar los procesos psicobiológicos y psicosociales básicos que están presentes en la comunicación y persuasión.

## » CONTENIDO DEL PROGRAMA

Tema 1: Definición y principios básicos

1.1 Definición de la economía.

1.2 La Ciencia Económica. Adam Smith.

1.3 Diferencia entre Economía positiva y Economía normativa.

1.4 Diferencia entre distintos niveles de análisis: individual (micro) y agregado (macro).

1.5 La frontera de posibilidades de producción.

Anexo. Los gráficos en Economía

Primera Parte: Principios microeconómicos

Tema 2: La oferta y la demanda

2.1 La curva de demanda individual y de mercado.

2.2 La curva de oferta individual y de mercado.

2.3 Oferta, demanda y equilibrio. Exceso de oferta y exceso de demanda.

2.4 Cambios de la oferta y la demanda.

2.5 La elasticidad.

Tema 3: El excedente del consumidor y del productor

3.1 Excedente del consumidor y la curva de demanda.

3.2 Excedente del productor y la curva de oferta.

3.3 Aplicación del concepto.

Tema 4: Externalidades y bienes públicos

4.1 Fallos de mercado: externalidades en la producción y el consumo.

4.2 Tipos de bienes: concepto y clasificación.

4.3 Tipos de mercado.

Segunda parte: Principios macroeconómicos

Tema 5: El seguimiento de la macroeconomía: el PIB

5.1 Flujo circular de la renta. Definición del PIB

5.2 Agregados macroeconómicos.

5.3 Tasas de variación. Variables nominales y reales.

5.4 PIB: tres vías de estimación.

5.5 El ciclo económico a corto plazo y el crecimiento a largo plazo

Tema 6: Desempleo e inflación

6.1 La inflación y la deflación.

6.2 Medidas de precios: IPC, deflactor del PIB.

6.3 Principales variables del mercado de trabajo.

6.4 Tipos de desempleo.

Tema 7: La oferta y la demanda agregadas

7.1 El modelo de demanda y oferta agregada.

7.2 La curva de demanda agregada.

7.3 La curva de oferta agregada.

7.4 Fluctuaciones económicas

7.5 Políticas macroeconómicas.

### ➤ ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad	Nº horas	Presencialidad
<b>Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante.</b>	35	100
<b>Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones de redacción periodística, herramientas informáticas, etc.).</b>	35	100
<b>Trabajos (individuales o grupales): Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc.</b>	20	60
<b>Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc.</b>	5	60
<b>Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc.</b>	55	0
<b>Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes.</b>	5	100

### ➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

#### CONVOCATORIA ORDINARIA

El profesor evaluará a cada estudiante a partir de una nota de evaluación continua y de la nota del examen realizado al final del curso.

Evaluación continua: 50%. La evaluación continua engloba lo siguiente:

- Participación\* activa en el aula: 10%
- Realización de actividades o trabajos individuales o grupales: 40%

Examen final: 50%. Los alumnos deberán obtener una nota mínima de 4 puntos en este apartado para considerar la nota de evaluación continua.

\* Tendrá un 0 en el porcentaje de participación el estudiante que no cubra al menos el 80% de estas clases.

#### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- En el caso de tener aprobada la evaluación continua: se aplicarán los mismos criterios que en la convocatoria ordinaria, manteniéndose el peso y la nota obtenida en la evaluación continua.
- En el caso de haber suspendido la evaluación continua: el examen extraordinario tendrá un peso de 75% sobre la nota final, dando opción a recuperar, a través de este, la mitad de la nota de la evaluación continua.

#### ALUMNOS A PARTIR DE 2ª MATRÍCULA. CONVOCATORIA ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA

Para estos alumnos el criterio de asistencia y participación se suprime, y el peso del examen final pasa a ser el 100% de la nota final. No obstante, si un alumno desea realizar las actividades de evaluación continua deberá solicitarlo al profesor al comienzo de la asignatura. En este caso, su nota final pasará a estar formada por el examen final (50%) y la evaluación continua (50%).

NO PRESENTADO: la calificación de "no presentado" no consume convocatoria. En cualquier caso, cuando un estudiante haya sido evaluado de un conjunto de pruebas previstas en la guía docente que abarquen el 30% de la ponderación de la calificación, ya no será posible considerar como que no se ha presentado.

### ➤ BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Recursos básicos

Las presentaciones que el profesor distribuirá antes de las clases de la asignatura.

Bibliografía complementaria

Krugman, P. y Wells, R.: Fundamentos de Economía. Quinta edición original (2022), Editorial Reverté.

### ➤ HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

1. Los horarios podrán ser consultados en tiempo real en: [Horarios](#)
2. El calendario de exámenes podrá ser consultado en el siguiente link sobre el general para Grados del curso 2024-25. [Calendario Académico](#)
3. Tutorías: el profesor publicará el horario de tutorías en el campus virtual de la asignatura, con independencia de que el alumno pueda solicitar por correo electrónico a la dirección del profesor las tutorías necesarias.

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía docente se ha elaborado de acuerdo a la memoria verificada de la titulación.