

Guia Docent de l'assignatura "Introducció a l'Economia"

I. IDENTIFICACIÓ

- ✓ **Nom de l'assignatura:** Introducció a l'Economia
- ✓ **Codi:** 101192
- ✓ **Titulació:** Grau en Turisme
- ✓ **Curs acadèmic:** 2016-2017
- ✓ **Tipus d'assignatura:** Bàsica
- ✓ **Crèdits ECTS (hores):** 6 (150)
- ✓ **Període d'impartició:** 1er Semestre
- ✓ **Idioma en que s'imparteix:** Català-Castellà
- ✓ **Professorat:** Albert Saló

II. PRESENTACIÓ

Aquesta assignatura introdueix els conceptes de la teoria econòmica als alumnes del Grau en Turisme. Es tracta d'una assignatura de caràcter fonamental on els alumnes s'inicien en els conceptes bàsics que després hauran d'utilitzar a la resta d'assignatures de contingut econòmic. En concret l'assignatura descriu els elements essencials de la microeconomia des d'una perspectiva teòrica, analítica i pràctica.

L'enfocament de l'assignatura és molt pràctic i es pretén que els continguts teòrics s'apliquin en forma d'exercicis, anàlisi de gràfics, així com d'altres activitats complementàries.

III. OBJECTIUS FORMATIUS, COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS DE L'APRENENTATGE

OBJECTIUS FORMATIUS

El desenvolupament d'aquesta assignatura conté els següents objectius:

1. Demostrar que coneixen i comprenen els principis bàsics del turisme en totes les seves dimensions i àrees. Identificant els fonaments bàsics de la teoria econòmica, des de la perspectiva microeconòmica.
2. Identificar i avaluar els elements del sistema turístic i la seva interacció amb l'entorn i el seu impacte. L'anàlisi de l'oferta i la demanda turística, el consumidor, l'empresa, el mercat, etc. Per últim, els impactes que l'activitat turística genera en el conjunt de l'economia, com les externalitats.
3. Avaluar la dimensió econòmica del turisme en diferents àmbits territorials i analitzar la interacció entre elles. Comprendre el comportament del mercat i la lògica de la "mà invisible" que el regula. Tant des de la perspectiva estàtica com dinàmica. Aprofundir en els diferents conceptes però d'una manera graduada segons la presència d'assignatures concretes al llarg del grau.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS DE L'APRENTATGE

CE15. Valorar la dimensió econòmica del turisme a diferents escales i analitzar la interrelació entre elles.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

CE15.1. Identificar i conèixer els conceptes econòmics dins les economies de mercat.

CE15.2. Comprendre els fonaments bàsics de les conductes dels agents econòmics en diferents entorns competitiu (competència perfecta, monopoli, etc.).

CE10. Argumentar de forma crítica des de diferents perspectives teòriques, ideològiques i de bones pràctiques, la realitat que envolta el sector turístic

RESULTATS DE L'APRENTATGE

CE10.1. Comprendre que la lògica de l'economia de mercat té un component ideològic darrera.

CE10.2. Entendre que la teoria econòmica és només una basant en l'estudi del comportament dels agents, i que hi ha altres factors (psicològics, socials, antropològics, culturals, etc.) que també incideixen en la seva conducta.

IV. COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

CT1. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge de forma autònoma.

CT4. Utilitzar les tècniques de comunicació a tots els nivells.

CT5. Prendre decisions en contextos d'incertesa així com ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mig i llarg termini.

CT10. Treballar en grup

V. TEMARI I CONTINGUTS

TEMA I: INTRODUCCIÓ A L'ECONOMIA

- 1.1. Escassetat i elecció: l'economia com a ciència
- 1.2. La Frontera de Possibilitats de Producció
- 1.3. Cost d'oportunitat i aplicacions

TEMA II: L'OFERTA I LA DEMANDA TURÍSTICA

- 2.1. El flux circular de la renda
- 2.2. Sistemes econòmics: el mercat
- 2.3. Anàlisi i determinants de la demanda
- 2.4. Anàlisi i determinants de l'oferta

TEMA III: EQUILIBRI DE MERCAT, ELASTICITATS I REGULACIÓ PÚBLICA

- 3.1. Equilibri de mercat i variacions
- 3.2. Elasticitats
- 3.3. Regulació pública: preus màxims, mínims, impostos i subvencions

TEMA IV: COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR I LA DEMANDA.

- 4.1. La racionalitat del consumidor
- 4.2. Restricció pressupostària
- 4.3. Preferències i maximització de la utilitat
- 4.4. Efecte substitució i efecte renda en l'elecció òptima

TEMA V: LA TEORIA DE L'EMPRESA.

- 5.1. La funció de producció.
- 5.2. Producció total, mitjana i marginal.
- 5.3. La producció amb dos factors variables a llarg termini
- 5.4. Els rendiments d'escala.

TEMA VI: ELS COSTOS.

- 6.1. Costos a curt termini.
- 6.2. Cost total, cost fix i variable. Cost mitjà i marginal.
- 6.3. Relació entre producció i costos
- 6.4. Els costos a llarg termini. Relació entre cost a llarg termini i a curt termini.

TEMA VII: EL MERCAT DE COMPETÈNCIA PERFECTA I EL MONOPOLI.

- 7.1. Condicions de la competència perfecta.
- 7.2. L'objectiu de la maximització de beneficis.
- 7.3. L'equilibri competitiu a curt termini i a llarg termini
- 7.4. El monopoli.

VI. BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

- MANKIW, N. (2013): "Principios de economía", Ed. Thomson
- BEGG, D. (2006): "Economía". Ed. McGraw-Hill

- MOCHON, F. (2004): Economía y Turismo. Ed. McGraw-Hill
- CASTEJÓN, M. Y PÉREZ, E. (2009): Introducción a la economía para turismo. Ed. Prentice Hall
- FRANK, ROBERT H. (2004): Microeconomía y conducta. Ed. McGraw-Hill
- TRIBE, J. (2011). The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. Oxford, Ed. Elsevier (4th Edition)
- REECE, W. (2009). The Economics of Tourism. Pearson

Bibliografia complementària:

- BARBÉ, LLUÍS (1993). Curs d'introducció a l'economia (2a ed). Bellaterra: Publicacions de la UAB.Catàleg
- BLAIR, ROGER D., (1983): Microeconomía con aplicaciones a la empresa. Ed. McGraw-Hill,
- FAYOS SOLÀ, E., (1991) “*Competitividad y calidad en la nueva era del turismo*”, Estudios Turísticos, nº 123, p. 5-10
- FERNÁNDEZ FUSTER, R., (1989) Introducción a la teoría y técnica del turismo, Alianza Universidad Textos
- HEILBRONER, ROBERT L, THUROW, LESTER C (1993). Introducció a l'economia (3ª ed). Barcelona: Empúries.
- MARTÍNEZ ALIER, JOAN (1984). L'Ecologisme i l'economia: història d'unes relacions amagades. Barcelona: Ed. 62.
- O.M.T. (1998) Introducción al turismo, Madrid
- PYNDICK, ROBERT S. AND DANIEL L. RUBINFELD, (1998): Microeconomía, Ed. McGraw-Hill,
- ROBINSON, JOAN; EATWELL, JOHN (1973). An introduction to modern economics. London: McGraw-Hill.
- STIGLITZ, JOSEPH E. (1998): Microeconomía, Ed. Barcelona Ariel,
- VARIAN, HAL R. “Microeconomía intermedia un enfoque moderno” Ed. Antoni Bosch, 1994

VII. METODOLOGIES DOCENTS

L'assignatura funciona en base a tres metodologies d'ensenyament-aprenentatge:

a) Metodologia de la part teòrica de l'assignatura:

Mitjançant classe magistral s'exposen els continguts dels temes de l'assignatura incloses al programa. Aquesta part es complementa amb exercicis demostració fets a la pissarra.

b) Metodologia de la part pràctica de l'assignatura:

Realització d'exercicis a classe, tant de manera individual com en grup, i exposició a classe de manera individual de la resolució dels mateixos. També està previst fer exercicis de repàs fora de l'horari de classe.

c) Metodologia de la part no presencial de l'assignatura (Campus Virtual):

La plataforma del Campus Virtual s'emprarà com a complement d'informació i mitjà de comunicació alternatiu a l'aula entre alumnes i professor. Al Campus Virtual hi haurà la fitxa de l'assignatura, els exercicis i material complementari de l'assignatura. A més s'elaborarà un treball no presencial sobre diferents temàtiques que relacionen l'economia amb el sector turístic. El treball elaborat per equips caldrà fer l'entrega en un document en paper per a la seva avaluació. També s'inclourà la preparació d'alguns temes d'economia aplicada a l'activitat turística que s'inclouran al procés d'avaluació.

VIII. AVALUACIÓ

L'avaluació d'aquesta assignatura consta del següent sistema:

- a) La realització i exposició-discussió d'exercicis individuals, presencials i "on-line" al llarg del curs, lliurats dins del termini fixat, que valdrà un 10 % de la nota final.
- b) La realització d'un treball no presencial, en equip, sobre la relació de l'economia i el turisme. Lliurar en la data establerta. Aquesta part valdrà un 20 % de la nota final.
- c) La realització de dues proves individuals sobre el material teòric, els exercicis pràctics i sobre els temes preparats d'economia aplicada, a la part no presencial, que valdrà un 70 % de la nota final.

IX. ORGANITZACIÓ DEL TEMPS DE DEDICACIÓ DE L'ESTUDIANT

En aquest apartat s'especificaran les hores de dedicació de l'estudiant en relació a les activitats que es desenvoluparan a l'assignatura seguint la plantilla que es presenta a continuació. Les hores de dedicació s'expressaran tant en termes absoluts (hores) com en termes relatius (percentatges).

Tipus	Activitat	Hores	ECTS	RESULTATS D'APRENTATGE
Activitats dirigides	Classes teòriques	40	1.60	C15.1. , C15.2., CT5
	Resolució casos pràctics	12	0.48	C15.1. , C15.2., CT1
	Presentació pública de treballs	4	0.16	C15.1. , C15.2., CT5, CT10
Activitats supervisades	Tutories	22	0.88	C15.1. , C15.2.
Activitats autònomes	Resolució casos pràctics	12	0.48	C10.1. , C10.2., C15.1. , C15.2., CT1
	Elaboració de treballs	36	1.44	C10.1. , C10.2., C15.1. , C15.2., CT10
	Estudi	24	0.96	C10.1. , C10.2., C15.1. , C15.2., CT1
TOTAL		150	6	

X. TEMPORALITZACIÓ DE LA DOCÈNCIA

SETMANA	TEMA	MÈTODE	HORES
1 i 2	- Presentació assignatura (objectius, metodologia, avaluació, elaboració treball, etc.) - Tema 1	-Classe magistral -Exercicis	6
3 i 4	Tema 2	-Classe magistral -Exercicis	8
5 i 6	Tema 3	-Classe magistral -Exercicis	6
7 i 8	Tema 4	-Classe magistral -Exercicis - Prova parcial	8
9 i 10	Tema 5	-Classe magistral -Exercicis	6
11, 12,13	Tema 6 i treballs pràctics	- Classe magistral - Preparació treball i exposició -Exercici on-line	12
14,15	Tema 7 .	-Classe magistral -Exercicis - Prova parcial	8

XI. EMPRENEDORIA I INNOVACIÓ

La assignatura d'Introducció a l'Economia és una assignatura on s'expliquen els fonaments bàsics del comportament econòmic dels agents, com a consumidors i com empreses.  s per tant un lloc adequat pel foment de l'esperit emprenedor. L'assignatura dins dels treballs dirigits té una dedicació especial a l'estudi de casos d'empreses innovadores o d'an lisis de situacions per generar idees innovadores a l'empresa o al desenvolupament turístic. Al menys, cada grup de treball coneixer  un cas concret d'acció innovadora o emprenedora que li pot servir per despertar el seu propi esperit emprenedor.