

Economía Aplicada y de la Empresa

Código: 103140
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	FB	1	1

Contacto

Nombre: Francesc Trillas Jane

Correo electrónico: francesc.trillas@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

Equipo docente

Paloma Heredia Ruiz

Prerequisitos

No son necesarios conocimientos previos de economía.

Objetivos y contextualización

Se trata de una asignatura de primer curso, primer semestre, por tanto, de formación básica.

La asignatura proporciona los instrumentos básicos del análisis económico que deben permitir analizar y entender el funcionamiento de las economías de mercado, poniendo énfasis en el comportamiento de las empresas y en las diferentes estructuras de mercado.

El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género.

Los objetivos formativos de la asignatura se pueden sintetizar en los siguientes puntos:

1. Adquirir los conocimientos teóricos básicos de la micro y macroeconomía
2. Conocer el funcionamiento de los mecanismos de mercado (oferta, demanda) en diferentes contextos
3. Demostrar la adquisición de los conocimientos a través de la expresión escrita y oral.

Competencias

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.
- Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.
- Aplicar los conocimientos de las distintas disciplinas de las Ciencias Sociales al estudio de la cultura como parámetro organizador de los mercados, en el ámbito de la Publicidad como sistema principal de la comunicación persuasiva.
- Divulgar de los conocimientos e innovaciones del área.

- Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.
- 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.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- 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.
- 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.

Resultados de aprendizaje

1. Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.
2. Analizar las desigualdades por razón de sexo/género y los sesgos de género en el ámbito de conocimiento propio.
3. Analizar los indicadores de sostenibilidad de las actividades académico-profesionales del ámbito integrando las dimensiones social, económica y medioambiental.
4. Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
5. Divulgar de los conocimientos e innovaciones del área.
6. Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
7. Identificar las principales desigualdades y discriminaciones por razón de sexo/género presentes en la sociedad.
8. Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
9. Proponer formas de evaluación de los proyectos y acciones de mejora de la sostenibilidad.
10. Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
11. Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.
12. 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.
13. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
14. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
15. 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.
16. 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.
17. Relacionar las teorías económicas que estudian el funcionamiento del mercado y de las empresas con los distintos ámbitos de la comunicación persuasiva.
18. Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.

Contenido

Parte I: La economía de mercado

1.- La economía y la empresa como objetos de estudio

Introducción y conceptos generales

2.- La economía de mercado

El funcionamiento de la economía de mercado. Análisis de la demanda. Análisis de la oferta. El equilibrio del mercado.

3.- Introducción a la macroeconomía

La demanda agregada y la oferta agregada. El dinero, los bancos y la política monetaria. La política fiscal.

Parte II: La empresa

4.- Los costes y la producción

Los factores y el producto. Economías i deseconomías de escala. Los costes de producción.

5.- Las empresas de los mercados competitivos

La competencia perfecta. El comportamiento de las empresas y la maximización de beneficios.

6.- Los mercados de competencia imperfecta

El monopolio. La discriminación de precios. El oligopolio. La competencia monopolística. La publicidad.

Metodología

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura y se colgará en el campus virtual.

Teoría: La asignatura se basa en unos contenidos teóricos que conviene que los estudiantes vayan asimilando a lo largo del curso para poder realizar toda la parte más aplicada (prácticas, ejercicios, test...).

Prácticas: Realización de ejercicios prácticos a nivel individual y también por grupos en les clases prácticas. Se concentrarán en la segunda parte del curso.

La metodología docente propuesta puede experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
clases magistrales (teoría)	37,5	1,5	3, 4, 6, 8, 9, 10, 11, 17
seminarios	15	0,6	1, 2, 7, 17
Tipo: Supervisadas			
tutorías	7,5	0,3	5, 17, 18

estudio	82,5	3,3	12, 13, 14, 15, 16, 17
---------	------	-----	------------------------

Evaluación

La evaluación de la asignatura se llevará a cabo de manera continua a lo largo del curso teniendo en cuenta los siguientes criterios:

1. Para aprobar la asignatura será imprescindible obtener una media igual o superior a 5.
2. 60% de la nota final correspondiente a ejercicios, casos prácticos y trabajos realizados en clase y a través del Campus Virtual.
3. 40% de la nota final correspondiente al examen final.

Los estudiantes que inicien el proceso de evaluación continua agotan la convocatoria y tendrán una nota final de aprobado o suspendido de la asignatura, en ningún caso de no presentado. La excepción es que sólo se haya presentado a uno de los tres exámenes escritos, en este caso, la nota es 'no evaluable'.

Los alumnos que hayan participado de la evaluación continua y suspendan, podrán recuperar siempre que hayan obtenido una nota mínima de 3 puntos, y hayan realizado la revisión ordinaria.

La nota alcanzada en el examen de recuperación (actividad de reevaluación) será la calificación final. La recuperación tendrá lugar dentro del período establecido en el calendario académico de la facultad.

Todas las actividades son recuperables siempre que el alumnado haya sido evaluado en un mínimo de 2/3 partes del total de actividades evaluables.

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad ...) se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

En caso de segunda matrícula, el alumnado podrá realizar una única prueba de síntesis que consistirá en un examen.

La evaluación propuesta puede experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Pruebas escritas a realizar en las fechas especificadas	40%	3	0,12	4, 8, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17
ejercicios y resolución casos prácticos	60%	4,5	0,18	1, 3, 2, 5, 6, 7, 9, 11, 17, 18

Bibliografía

Bibliografía Básica

-Proyecto CORE, La Economía, e-book gratuito: [La Economía - La Economía \(core-econ.org\)](http://LaEconomía-LaEconomía(core-econ.org)).

- FLYNN, S.M.: *Economía para Dummies*, Ed Para Dummies 2005

- HEILBRONNER,R. i THUROW,L.: *Introducció a l'Economia*. Ed. Empúries. 1993
- KRUGMAN - WELLS - OLNEY: *Fundamentos de Economía*. Ed. Reverté. 2014
- MANKIW, N.G.: *Principios de Economía*. Ed. Mac Graw Hill. 2011
- MOCHON, F.: *Principios de Economía*. Ed. Mac Graw Hill. 2011
- MOCHON, F.: *Economía. Teoría y Política*. Ed. Mac Graw Hill. 1990
- SAMUELSON,P.A. i NORDHAUS,W.D.: *Economía*. Ed Mac Graw Hill. 2010
- SCHILLER,B.R.: *Principios esenciales de Economía*. Ed. Mac Graw Hill. 2008

Enlace recomendado para recursos adicionales:

<http://introduccioeconomia-dea.uab.cat/>

Software

Word, power point, excel