



Fundamentos de la
Economía / Basic
Economics

Grado en Marketing
2022-23



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Fundamentos de la Economía / Basic Economics

Titulación: Grado en Marketing

Curso Académico: 2022-23

Carácter: Básica

Idioma: Castellano/Inglés

Modalidad: Presencial / a distancia

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: José María Lavín de la Cavada

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- 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 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.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad en cada área específica de conocimiento.
- Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Idioma moderno y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.
- Capacidad para la evaluación de riesgos, toma de decisiones y planificación de estrategias.
- Capacidad de organización y planificación eficaz del tiempo.
- Demostrar una capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Organizar y analizar datos comerciales, financieros y estadísticos y extraer conclusiones.
- Capacidad de iniciativa y espíritu emprendedor.

- Desarrollar habilidades de aprendizaje que permitan emprender acciones con un alto grado de autonomía.
- Demostrar la capacidad de liderar y gestionar eficazmente proyectos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Adquirir un compromiso ético en el trabajo.
- Dominar los principios de la microeconomía, macroeconomía, la Contabilidad Nacional, el mercado de bienes y el mercado de dinero.

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá identificar y conocer los principales canales de comercialización del ámbito empresarial, así como conocer y aplicar la metodología para formular, implantar y desarrollar las estrategias empresariales.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Esta asignatura recoge los principios fundamentales de la economía, desde un punto de vista microeconómico, donde se profundiza en el funcionamiento del mercado: consumidores, productores y eficiencia, así como en el estudio de los tipos de mercado y, desde un punto de vista macroeconómico, en el que se estudiarán los conceptos básicos de la macroeconomía, la Contabilidad Nacional, el mercado de bienes y el mercado de dinero.

This subject deals with the fundamental principles of the economy from a microeconomic point of view, and goes in depth into the functioning of the market: consumers, producers and efficiency, as well as the study of the types of market and, from a macroeconomic point of view in which the basic concepts of macroeconomics, National Accounting, the market of goods and the money market.

2.3. Contenido detallado

- 1. INTRODUCCIÓN: LA ECONOMÍA Y EL ANÁLISIS ECONÓMICO**
El estudio de la economía
Los factores productivos y la tecnología
La frontera de posibilidades de producción
- 2. LAS FUERZAS DE MERCADO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA**
Los mercados y la competencia
Análisis de la demanda
Análisis de la oferta
Análisis de la oferta
- 3. LA ELASTICIDAD Y SU APLICACIÓN**
La elasticidad de la demanda
La elasticidad de la oferta

4. LA INTERVENCIÓN EN LOS MERCADOS

Los controles de precios
Los impuestos

5. LOS CONSUMIDORES, LOS PRODUCTORES Y LA EFICIENCIA DE LOS MERCADOS

El excedente del consumidor
El excedente del productor
La eficiencia del mercado

6. TIPOS DE MERCADO: MERCADOS DE COMPETENCIA PERFECTA E IMPERFECTA

Esquema de los tipos de mercado
Competencia perfecta
Competencia imperfecta

7. LA CONTABILIDAD NACIONAL

Flujo circular de la renta
Macromagnitudes básicas
Medición del Producto Interior Bruto: producción, gasto y renta
Medición en unidades corrientes y constantes

8. OBJETIVOS DE LA MACROECONOMÍA

Pleno empleo: concepto, indicadores y tipos de paro.
Estabilidad de precios: concepto, acepciones, indicadores, causas y consecuencias de la inflación
Crecimiento económico: el crecimiento y las fluctuaciones económicas
Equilibrio en sector exterior: la balanza de pagos y el tipo de cambio
Relación entre objetivos. La curva de Phillips.

9. EL SISTEMA MONETARIO

Concepto y funciones del dinero
Instituciones financieras
Mercado de dinero

10. INTRODUCCIÓN A LA DEMANDA AGREGADA Y LA OFERTA AGREGADA

Demanda agregada: concepto, representación gráfica y desplazamientos
Oferta agregada: concepto, representación gráfica y desplazamientos
Equilibrio conjunto

11. INSTRUMENTOS (DE ESTABILIZACIÓN) DE LA MACROECONOMÍA Y SU EFECTO SOBRE LA DA-OA

Política monetaria
Política fiscal
Política económica exterior
Política de rentas

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso académico, los estudiantes tendrán que completar un cierto número de actividades dirigidas, individuales o en grupo.

El objetivo de estas Actividades Dirigidas es familiarizar al estudiante con la naturaleza aplicada de los conceptos discutidos en el aula, de forma que pueda apreciar el uso de la teoría para el análisis de situaciones de la vida real.

Cada profesor propondrá a lo largo del curso las Actividades Dirigidas que mejor se adecuen al curso, siempre con un mínimo de dos.

Queda a criterio del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

2.5. Actividades formativas

Modalidad Presencial

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica (30%)	45	100%
AF2	Trabajo personal del alumno (50%)	75	0%
AF3	Tutorías (10%)	15	50%
AF4	Evaluación (10%)	15	50%

Modalidad A Distancia

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF5	Estudio, comprensión y evaluación de la materia (40%)	60	0%
AF6	Trabajos, proyectos y prácticas a desarrollar (50%)	75	0%
AF7	Tutorías (10%)	15	0%

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria Ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba parcial	10%
Prueba final presencial	50%

Modalidad: A Distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final presencial	50%
Asistencia y participación	20%

Convocatoria Extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final presencial	60%

Modalidad: A Distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final presencial	60%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre antes del examen de la convocatoria correspondiente (ordinaria/extraordinaria).

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de autoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Krugman, P.; Wells, R. y Graddy, K. (2015): "Fundamentos de Economía". 3 edic. Editorial Reverté.
- Mankiw, N.G. (2012): "Principios de Economía". 6ª Edición. Ediciones Paraninfo.
- Mankiw, N. G (2012): "Principles of Economics" 6th Cengage Learning

Bibliografía complementaria

- Akerlof, G. and Shiller, R (2009), Animal Spirits, Princeton University Press.
- Begg, D.; Fischer, S.; Dornbusch, R. y Fernández Díaz, A. (2006): "Economía". McGraw-Hill.
- Bernanke, B. y Frank, R. (2007): "Principios de Economía". Tercera edición. McGraw-Hill.
- Case, K.; Fair, R. y Oster M. (2014) "Principles of Economics". Eleventh Edition. Pearson
- Harford, T. (2007), The Undercover Economist, Random House Trade Paperbacks
- Grau Russek, A.L. y Cervantes Solís, E.A. (2009), "Fundamentos de economía". Prentice Hall
- Méndez Morales, J.S. (2009). "Fundamentos de economía para la sociedad del conocimiento". Quinta edición. Mc Graw-Hill / Interamericana
- Tucker, I.B. (2002), "Fundamentos de economía". Tercera edición. Ed. Thomson.
- Usher, D. (2003). "Political Economy". Blackwell Publishing

3. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	José María Lavín de la Cavada
Departamento	Departamento Publicidad
Titulación académica	Doctorado en Investigación para la Comunicación
Correo electrónico	Pendiente de confirmación
Localización	Campus de Princesa

Tutoría	Contactar con el profesor previa petición por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>DOCENCIA</p> <p>CENTRO UNIVERSITARIO CESINE - SANTANDER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de la publicidad • Fundamentos de marketing • Gestión Corporativa de la Reputación • Relaciones internacionales y Gestión del marketing • Investigación de mercados • Gestión de empresas Internacionales • Historia Contemporánea • Geopolítica • Política y Comunicación <p>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO- ECUADOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Economía Política • Estadística • Gestión de Proyectos <p>UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS-MADRID</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estadística • Sistemas de Ayuda a la Decisión <p>INVESTIGACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • ORCID: https://orcid.org/0000-0002-4305-5154 • RESEARCHGATE: https://www.researchgate.net/profile/jose-lavin • GOOGLE SCHOLAR: https://scholar.google.es/citations?user=rbc7dncaaaaaj&hl=es&oi=a