



Fundamentos de Economía
/ Basic economics

Grado en Publicidad y
Relaciones Públicas
2025-26



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Fundamentos de Economía / Basic Economics

Titulación: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Curso académico: 2025-26

Carácter: Básica

Idioma: Español e Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 2º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Aurora Ramos Callejón (Español)

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias básicas

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.

CE1- Conocer los conceptos básicos de la Literatura, Sociología, Empresa, Economía, Estadística, Comunicación, Idioma moderno y Derecho que interactúan con la práctica publicitaria y en la actividad de las RR.PP.

CE2- Conocer las características del mundo empresarial para comprender las relaciones que se establecen con el marketing y la comunicación comercial.

1.2. Resultados de aprendizaje

Demostración de conocimientos sobre el escenario mediático, las relaciones internacionales, el derecho, la empresa y la gestión económica, además de la informática, y la adquisición de habilidades y competencias generales y específicas que se demuestran a través de la superación de la evaluación y pruebas finales de cada materia.

El estudiante al finalizar esta materia deberá:

- Conocer, asociar y aplicar los elementos básicos del análisis económico
 - Interpretar tendencias macroeconómicas globales
-

- Identificar desequilibrios macroeconómicos y describir medidas de política económica convencionales para su corrección

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

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, conceptos básicos de la macroeconomía, la contabilidad nacional, el mercado de bienes y el mercado de dinero.

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

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

Español

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN: LA ECONOMÍA Y EL ANÁLISIS ECONÓMICO

- El estudio de la Economía: Conceptos y principios básicos de economía
- Los factores productivos y la tecnología
- La frontera de posibilidades de producción y el coste de oportunidad

UNIDAD 2: FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO: LA OFERTA Y LA DEMANDA

- El mercado
- Los mercados y la competencia
- Demanda: Función y análisis
- Oferta: Función y análisis
- El equilibrio de mercado
- Concepto de elasticidad
- La elasticidad de la demanda
- La elasticidad de la oferta

UNIDAD 3: LOS COSTES DE PRODUCCIÓN

- La empresa
- La función empresarial
- La función de producción
- Costes marginales y costes medios

UNIDAD 4: ESTRUCTURA DE MERCADO

- Tipos de estructuras de mercados
- Monopolio
- Oligopolio
- Externalidades y bienes públicos

UNIDAD 5: LA ACTIVIDAD ECONÓMICA Y SUS MAGNITUDES MACROECONÓMICAS

- Producción, renta y gasto
- Flujo circular de la renta
- Producto interior bruto
- Inflación: concepto, causas y efectos
- Demanda agregada
- El equilibrio macroeconómico

UNIDAD 6: OBJETIVOS DE LA MACROECONOMÍA

- Estabilidad de precios como objetivo de política económica
- Pleno empleo: concepto, indicadores y tipos de desempleo
- Impactos económicos y sociales del desempleo
- Crecimiento económico: Factores de crecimiento y medición

- El ciclo económico
- La economía y los ODS

UNIDAD 7: POLÍTICAS MACROECONÓMICAS

- Política monetaria
- La demanda de dinero
- El dinero y los tipos de interés
- Política fiscal
- El déficit público y su financiación
- Intervención en los mercados: controles de precios e impuestos

UNIDAD 8: POLÍTICA ECONÓMICA INTERNACIONAL

- Balanza de pagos: concepto
- El equilibrio de la balanza de pagos

2.4. Actividades Dirigidas

Español

Durante el curso se desarrollarán actividades y prácticas, de carácter individual y grupal cuya finalidad es desarrollar en el alumno competencias relacionadas con la capacidad de buscar, analizar e interpretar información, capacidad de síntesis, capacidad de trabajar en equipo, capacidad de comunicación, basadas en temas de actualidad.

- Actividad Dirigida 1 (AD1): Lectura, análisis, interpretación y conclusiones de un artículo/estudio de actualidad sobre Publicidad. Asimismo, los alumnos deberán elaborar un listado de conceptos de carácter económico y sectorial que detecten en el artículo con el fin de ir conociendo conceptos de carácter económico aplicados en el sector de la publicidad.
- Actividad Dirigida 2 (AD2): Resolución de un Caso en el que los alumnos han de analizar y exponer los diferentes tipos de Factores de Producción. Asimismo, determinar mediante una gráfica la estructura FPP en base a los datos facilitados en el caso, y justificar su razonamiento. Se expondrá en clase.
- Actividad Dirigida 3 (AD2): Análisis del PIB. Se trabajará sobre la incidencia del PIB en España, y en las CCAA, y la aportación de diferentes sectores industriales al mismo, incluido el sector de la Publicidad y el Marketing. Los alumnos habrán de realizar una búsqueda de información y aprender a contextualizar la importancia del PIB en la economía de un territorio.
- Actividad Dirigida 4 (AD2): Exposición de un tema a través de un video. Los alumnos habrán de buscar información actual y relevante sobre el tema a tratar y exponerlo con los recursos audiovisuales que estimen oportunos.

2.5. Actividades formativas

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	100%
		150	

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 en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Prueba parcial presencial (escrita/presentación trabajo)	10%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	60%

Restricciones y explicación de la ponderación: Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asimismo, será potestad 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 ambas convocatorias.

En todo caso, la superación de cualquier materia/asignatura está supeditada a aprobar las pruebas finales presenciales e individuales correspondientes.

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, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

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 auditoría 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

Español

Bibliografía básica

- Bueno, E. y Morcillo, P. (1993): "Fundamentos de Economía y Organización Industrial". 2ª edic. Mac Graww Hill.
- 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.

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

5. DATOS DEL PROFESOR

Español

Nombre y Apellidos	Dña. Aurora Ramos Callejón
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Máster del Profesorado en Educación Secundaria obligatoria y Bachillerato y Formación Profesional. Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial. Graduada en Administración y Dirección de Empresa. Graduada en Turismo.
Correo electrónico	aramosca@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Profesora, asesora y mentora en el Proyecto Acelera en EOI y Mentor Day para la formación y mentorización de proyectos de emprendimiento en las áreas de Modelo de Negocio, Estrategia, y Finanzas. Elaboración de Business Plan. CEO de AdéA Business Consulting. www.adeaconsulting.com Consultora de negocio. Asesoramiento para la mejora de la productividad y la competitividad. Procesos de transformación organizacional y transformación digital en la empresa. Profesora in <i>company</i> , escuelas de negocio, y Másters Universitarios en las áreas de Dirección Estratégica, Comunicación (Pitch-Deck) y Modelos de negocios innovadores. Coach sistémico y organizacional. ACSTH por ICF (International Federation of Coaching).