



Universidad
Pontificia
de Salamanca

GUÍA ACADÉMICA

ECONOMÍA

Marketing y Comunicación

Presencial

DATOS BÁSICOS

Módulo	Formación básica
Carácter	Básica
Créditos	6 ECTS
Curso	Primero
Semestre	2
Calendario	Del 31 de enero de 2022 al 21 de mayo de 2022
Horario	Por determinar
Idioma	Español
Profesor responsable	Luis Alberto Rivas Herrero
E-mail	larivashe@upsa.es
Tutorías	Solicitar el profesor por correo electrónico o en clase.

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Conocimiento del marco económico general donde se desarrollan las relaciones económicas en España, así como en el contexto internacional y proporcionar las herramientas elementales para su

análisis con el fin de que el alumno sea capaz de realizar un examen riguroso de los principales fenómenos de la actual economía globalizada.

REQUISITOS PREVIOS

No se establecen requisitos previos.

OBJETIVOS

- Conocer y comprender los aspectos básicos de la relación entre los distintos agentes desde el punto de vista de la Economía.
- Aptitud para entender cuál es el comportamiento del individuo como consumidor y demandante de recursos económicos.
- Conocer y entender cuál es el comportamiento del individuo como productor de bienes y servicios.
- Capacidad para comprender y saber explicar el funcionamiento de los mercados, aprender a distinguirlos y la formación de los precios.
- Conocer y comprender el comportamiento de los principales agentes económicos: economías domésticas, empresas, sector público y sector financiero.
- Conocer, comprender y diferenciar la actividad y el alcance del Sector Público, así como su influencia en los distintos ámbitos de la Economía.

COMPETENCIAS

Competencias generales

CG1 - Que los estudiantes sean capaces de pensar y actuar según principios de carácter universal, respetar los derechos fundamentales, los valores democráticos, así como los principios de respecto al medio ambiente, responsabilidad social y cooperación al desarrollo.

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

Competencias específicas

CE1 - Capacidad para entender las bases teóricas de la economía general y la estrategia empresarial, así como analizar entornos económicos y empresariales y su influencia en el ámbito de la investigación de mercados y el marketing.

CE14 - Entender y analizar el comportamiento de los diversos tipos de cliente y de sus compras, así como el funcionamiento de los mercados de bienes y servicios, sus factores determinantes, la correspondiente estructura económica sectorial y las instituciones relevantes al respecto.

CE15 - Capacidad para realizar análisis en términos cuantitativos y cualitativos, incluyendo el análisis de datos, la interpretación y extrapolación a la realidad empresarial concreta y de fenómenos tratables desde el ámbito del marketing.

CE2 - Conocer el entorno socioeconómico, tecnológico, cultural e institucional, tanto a nivel nacional como internacional en el marco de la globalización de los mercados para la toma de decisiones empresariales.

CE23 - Capacidad para identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.

CE29 - Conocer las herramientas de fijación de precios en la empresa, las diferentes estrategias de pricing y las técnicas promocionales.

CE3 - Analizar la organización de empresas en base a principios económicos que permitan la identificación de los factores más determinantes en los resultados, así como conocer el proceso de dirección y las áreas funcionales de la empresa.

CE30 - Ser capaz de identificar y evaluar oportunidades de negocio, tendencias sociales, culturales, de consumo e ideas que puedan constituir desarrollo de productos y proyectos empresariales

CE31 - Conocer y comprender los aspectos teóricos y prácticos que rigen el comercio internacional y las estrategias internacionales de marketing.

Competencias transversales

CT1 - Capacidad para plantear el trabajo de modo original, innovador y creativo, imaginando nuevas situaciones y problemas para desarrollar nuevas ideas y soluciones utilizando los conceptos y teorías aprendidos y manejando la información disponible.

CT10 - Capacidad para comunicarse en inglés.

CT11 - Capacidad para trabajar en contextos nacionales y mundiales.

CT12 - Alcanzar las habilidades propias del manejo básico de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs)

CT2 - Capacidad para la toma de decisiones: capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que permitan tomar decisiones con criterio y de forma efectiva

CT3 - Capacidad para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir.

CT4 - Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.

CT5 - Capacidad para trabajar en equipo, desarrollado la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.

CT6 - Habilidad para gestionar el tiempo, con capacidad para la organización y temporalización de las tareas.

CT7 - Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.

CT8 - Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad.

CT9 - Capacidad para desarrollar creatividad, innovación y espíritu emprendedor.

CONTENIDOS

Contenidos de la enseñanza teórica

1. presentación + Introducción

2. Introducción
3. Demanda y oferta
4. Elasticidad
5. Análisis del bienestar
6. Producción y costes
7. Comp. perfecta
8. Comp. imperfecta
9. Externalidades
10. Macromagnitudes
11. Desarrollo sostenible
12. Desempleo e inflación
13. Políticas fiscal y monetaria
14. Preparación examen final

Contenidos de la enseñanza práctica

1. Práctica 1: introducción
2. Práctica 2: Resolución práctica "Introducción"
3. Práctica 3: Demanda y oferta
4. Práctica 4: Elasticidad
5. Práctica 5: Análisis del bienestar
6. Práctica 6: Documental 1
7. Práctica 7: Resolución práctica "Microeconomía II" (Economía experimental). Comp. perfecta
8. Práctica 8: externalidades
9. Práctica 9: Examen parcial
10. Práctica 10: Resolución práctica "Macroeconomía": largo plazo
11. Práctica 11: Resolución práctica "Macroeconomía": corto plazo

- 12. Práctica 12: Documental 4
- 13. Práctica 13: Corrección trabajos
- 14. Práctica 14: Corrección trabajos

METODOLOGÍA

Actividades	Horas
Metodología presencial	60 (40%)
Sesiones teóricas	28
Sesiones prácticas	28
Examen	2
Tutorías	2
Metodología no presencial	90 (60%)
Preparación exámenes	30
Búsqueda bibliografía, lectura y preparación apuntes	30
Preparación lecturas	20
Preparación noticias de prensa	10
Total	150 (100%)

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Convocatoria ordinaria

La asimilación de conocimientos y adquisición de competencias en el módulo se evaluará de manera continuada mediante:

- a) Pruebas periódicas individuales o en grupo, que supondrán el 70% de la nota final:
 - a. Examen parcial TEORÍA = 15%. Prueba escrita tipo cuestionario, 15 preguntas tipo test, penalización 0.25 por respuesta errónea.

- b. Examen parcial PRÁCTICA = 10%. Prueba escrita tipo cuestionario, 15 preguntas tipo test, penalización 0.25 por respuesta errónea.
- c. Examen final TEORÍA + PRÁCTICA= 25%. Prueba escrita tipo cuestionario, 15 preguntas tipo test, penalización 0.25 por respuesta errónea.
- d. Trabajos equipos prácticas = 20%
 - i. Prácticas en equipo (Kahoot): 15%
 - ii. Proyecto final equipos: 5%
- b) Trabajos de carácter individual oral, en soporte impreso, electrónico y/o audiovisual, que aportarán otro 20% de la nota final:
 - a. Resumen clase anterior
 - b. 5 noticias de prensa (distintas fuentes) de la última semana
 - c. Participación activa
 - d. Documentales: 4 vídeos con evaluación (2 micro. y 2 macro.)
 - e. Asistencia a clase

- c) Examen de lecturas de seguimiento de la materia, que permiten al alumno obtener el 10% restante de la nota final:
 - a. Lecturas breves con evaluación

La máxima nota (Matrícula de Honor) solamente se alcanzará si el alumno ha asistido a todas las sesiones. El alumno debe asistir, como mínimo, a dos tercios del total de las sesiones. En caso contrario, perderá la escolaridad.

Convocatoria extraordinaria

El alumno que no supere la asignatura se presentará a un examen que será único, tipo test, con 20 preguntas sobre todo el temario. Existe una penalización de -0,25 en caso de las respuestas erróneas.

RECURSOS DE APRENDIZAJE Y APOYO TUTORIAL

Referencias bibliográficas

- Mankiw, N.G. (última edición): "Principios de Economía". Cengage Learning.

Recursos electrónicos

Organizaciones

- Naciones Unidas: Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://sdgs.un.org/es/goals>

- Banco de España: www.bde.es
- Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE): www.sepe.es
- Agencia Tributaria: www.agenciatributaria.es
- Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es
- Unión Europea: <http://europa.eu>
- Comisión Europea: <http://ec.europa.eu>
- Banco Central Europeo: www.ecb.int
- Banco Mundial: www.worldbank.org
- Fondo Monetario Internacional: www.imf.org
- Organización Mundial del Comercio: www.wto.org
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico: www.oecd.org

Prensa

- Expansión: <http://www.expansion.com/>
- Cinco Días: <http://cincodias.com/>
- El Economista: <http://www.eleconomista.es/>
- The Economist: <http://www.economist.com/>
- The New York Times: <http://www.nytimes.com>
- Financial Times: <http://www.ft.com/home/uk>

También serán consultadas otras fuentes (servicios de estudio del banco de España y de los principales bancos y cajas -bbva, la caixa, funcas, etc.-).

BREVE CV DEL PROFESOR RESPONSABLE

Formación

Licenciado en Derecho, 1992-1997, Universidad de Salamanca.

Licenciado en Economía, 1998-2002, Universidad de Salamanca.

Doctor en Economía, 2006, Premio extraordinario Tesis Doctoral, Universidad de Salamanca.

Experiencia docente

Profesor Encargado de Cátedra, UPSA, 1999-

Profesor invitado Instituto de Empresa: premio Teaching Excellence.

Investigación

CV acreditado (Contratado Doctor y Universidad privada) por la ACSUCYL (Economía Aplicada).

Estancias superiores a un mes en centros de investigación en: Instituto de Estudios Fiscales (Ministerio de Economía, España); University of Memphis (EE.UU.); University of Greenwich (Reino Unido); Université de Lille (Francia); Universidade de Aveiro (Portugal); Universidade Católica de Portugal, Lisboa (Portugal); Universidad de Salamanca.

Evaluador y autor de publicaciones de impacto en revistas JCR y Scopus

Director Cátedra Finanzas sostenibles UPSA-MAPFRE

Gestión

Decano de la Facultad de CC. del Seguro, Jurídicas y de la Empresa, Universidad Pontificia de Salamanca, 2018-

Director de la Oficina de Transferencia de los Resultados de Investigación (Vicerrectorado de Investigación, Universidad Pontificia de Salamanca), 2015-2018.

Experiencia profesional

Economista colegiado ICEM; Abogado colegiado ICAM