



Universidad
Pontificia
de Salamanca

GUÍA ACADÉMICA

MACROECONOMÍA

Marketing y Comunicación

Presencial

DATOS BÁSICOS

Módulo	Obligatoria
Carácter	Obligatoria
Créditos	6 ECTS
Curso	Segundo
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

Estudio e interpretación de la realidad económica nacional e internacional desde el punto de vista agregado

REQUISITOS PREVIOS

No se establecen requisitos previos aunque es recomendable haber superado previamente la asignatura "Economía"

OBJETIVOS

- Capacitar para la comprensión de los acontecimientos económicos y de sus implicaciones, tanto para el conjunto de la sociedad como para el sector empresarial.
- Poder elaborar y transmitir información, ideas y soluciones razonadas sobre problemas macroeconómicos básicos.
- Conocer los principales agregados económicos y su utilidad.
- Conocer y comprender el funcionamiento agregado de una economía.
- Entender el comportamiento de los distintos agentes económicos y sus efectos sobre los agregados macroeconómicos.
- Presentar y comprender los principales modelos macroeconómicos.
- Mostrar los efectos de las decisiones de política macroeconómica sobre las variables macroeconómicas básicas.
- Identificar las fuentes de información económica relevante, su calidad y sus limitaciones.
- Conocer y emplear bases de datos de información económica para el estudio de la situación económica de un territorio.

COMPETENCIAS

Competencias generales

CB01 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

CB02 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

CB03 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

CB04 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB05 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

CG01 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 respeto al medio ambiente, responsabilidad social y cooperación al desarrollo.

Competencias específicas

CE01 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.

CE02 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.

CE06 Interpretar y aplicar las normas que rigen las transacciones comerciales y su tributación, la protección de los consumidores o usuarios, la regulación de los mercados de bienes y servicios, y la regulación del sector comercial.

CE11 Capacidad para identificar, formular y solucionar problemas aplicando criterios profesionales y entendiendo la ubicación competitiva e institucional de la organización, identificando sus fortalezas y debilidades, a través de la elaboración de informes o las actividades de consultoría

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.

CE19 Capacidad para la búsqueda de información general –tanto interna como externa-, de las bases de datos de necesarias, del tratamiento de datos e información, de la capacidad de interpretarlas correctamente y de sacar conclusiones adecuadas para la toma de decisiones en marketing

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

Competencias transversales

CT01 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.

CT02 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.

CT03 Capacidad para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir.

CT04 Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.

CT05 Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través del dominio de la comunicación oral y escrita.

CT06 Habilidad para gestionar el tiempo, con capacidad para la organización y temporalización de las tareas.

CT07 Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes

CT08 Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad.

CT09 Capacidad para desarrollar creatividad, innovación y espíritu emprendedor.

CT10 Capacidad para valerse de recursos gráficos, audiovisuales e interactivos a la hora de exponer datos, ideas o proyectos.

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)

CT13 Conocimiento del comportamiento humano y social

CT14 Capacidad para el diálogo crítico y la tolerancia cultural

CT15 Conocimiento del pensamiento antropológico y social cristianos

CT16 Conocimiento del marco legal básico del sistema democrático y el estatuto jurídico del ciudadano.

CONTENIDOS

Contenidos de la enseñanza teórica

Introducción a la macroeconomía

1. Medición de la actividad económica: los agregados macroeconómicos

1.1 La medición de la actividad económica

1.2 Medición de la producción

1.3 Medición de los precios

2. Economía y sostenibilidad

2. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas

2.1 Criterios GRI y medición de la sostenibilidad

2.2 Pilares ESG: medio ambiente, social y buen gobierno

2.3 Finanzas sostenibles

3. Política Monetaria

3.1 Los agregados monetarios: el dinero

3.2 Instrumentos y objetivos de política monetaria

3.3 La política monetaria común

4. Demanda agregada y oferta agregada

4.1 Los ciclos económicos

4.2 Demanda agregada: componentes

4.3 Oferta agregada: modelo keynesiano y modelo clásico

4.4 La política fiscal

4.5 Efectos de las políticas macroeconómicas sobre la demanda agregada y la oferta agregada

5. El sector exterior

5.1 El comercio internacional

5.2 La balanza de pagos

- 5.3 Tipos de cambio
- 5.4 Los mercados de divisas

Contenidos de la enseñanza práctica

- Práctica de agregados de producción
- Práctica sobre sostenibilidad
- Práctica sobre desempleo e inflación
- Práctica de integración monetaria europea
- Práctica de ciclos económicos
- Práctica de política fiscal
- Práctica de sector exterior (grupal)

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:

Examen parcial 1 tipo test = 15% (-0,25, penalización).

Examen parcial 2 tipo test = 15% (-0,25, penalización).

Examen final tipo test = 15% (-0,25, penalización).

Prácticas = 5%

Foros = 5%

Presentación equipos = 15%

Documentales: vídeos con evaluación = 5%

Participación activa = 20%

Resumen clase anterior

Lectura de noticias de prensa con evaluación

Asistencia a clase

Examen test lectura de seguimiento de la materia

El alumno debe asistir, como mínimo, a dos tercios del total de las sesiones. En caso contrario, perderá la escolaridad (Estatutos UPSA). La máxima nota (Matrícula de Honor) solamente se alcanzará si el alumno ha asistido a todas las sesiones. En caso de que dos alumnos tengan la misma nota final y haya más alumnos que MH disponibles, se tendrá en cuenta la nota media de los exámenes parcial y final y, de forma subsidiaria, la asistencia a clase.

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

Obligatoria:

- Core-Econ: <https://www.core-econ.org/>
- Mankiw, N.G.: *Economía*. (consultar edición y editorial al profesor)
 - Harford, T.: El economista camuflado (consultar edición y editorial al profesor)

Recomendada:

ECONOMÍA GENERAL

- Frank, R. y Bernake, B. (última ed.): Principios de Economía. McGraw-Hill
- García Delgado, J.L. (última ed.): Lecciones de Economía Española, Ed. Civitas
- Krugman, P., Wells, R. y Olney, M. (última ed.): Fundamentos de Economía, Ed. Reverté.
- Mochón Morcillo, F. (última ed.): Economía, Teoría y Política . Ed. McGraw-Hill. Barcelona.
- Samuelson, P.A. y Nordhaus, W.D. (última ed.): Economía. McGraw-Hill.

MACROECONOMÍA

- Krugman, P & Wells, R. (última ed.): Macroeconomía. Prentice Hall.
- Blanchard, O. (última ed.): Macroeconomía. Pearson.

RECURSOS WEB

Software

- Dataiku: www.dataiku.com
- Tableau: www.tableau.com
- Blueskystatistics: www.blueskystatistics.com
- Python: www.python.org
- R: www.rstudio.com

Bases de datos Economía y Finanzas

<http://www.businesseconomics.com/economic-data-links.html>

Organizaciones

- 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.-).

TUTORÍAS

Existen 4 horas de tutorías por semana para los alumnos que necesiten atención personalizada

Además, los alumnos pueden resolver sus dudas a través de las herramientas habilitadas para este fin en la plataforma Moodle.

Por último, en el propio programa de la asignatura se contemplan varias horas de tutorías grupales para preparar los exámenes parcial y final

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