



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Comercio y Gestión
Asignatura:	Introducción a la Economía
Código:	103
Tipo:	Formación básica
Materia:	Economía
Módulo:	Formación Básica en Ciencias Económicas y Empresariales
Experimentalidad:	80 % teórica y 20 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

EQUIPO DOCENTE

Departamento: TEORÍA E HISTORIA ECONÓMICA
Área: FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: RAFAEL ANGEL FUENTES GARCIA	fuentes@uma.es	951952106...Despacho.. 3.1.44	3-1-44 - FAC. COMERCIO Y GESTION	Primer cuatrimestre: Jueves 18:15 - 21:15, Martes 15:30 - 18:30 Segundo cuatrimestre: Martes 18:15 - 21:15, Miércoles 15:30 - 18:30
MARIA DEL CARMEN MIRANDA LEYVA	mcmiranda@uma.es	952131255	3-1-44 - FAC. COMERCIO Y GESTION	Primer cuatrimestre: Jueves 11:15 - 15:15, Viernes 09:30 - 11:30 Segundo cuatrimestre: Martes 09:00 - 15:00
MARIA DEL PINO RAMOS SOSA	mapi.ramos@uma.es	952131298	3305-A - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Jueves 15:00 - 17:00 Segundo cuatrimestre: Viernes 09:00 - 11:00

RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

- (1) Asistencia a clase.
- (2) Lectura previa de las notas correspondientes a cada tema.
- (3) Tomar notas y repasarlas antes de cada clase.
- (4) Consulta de los manuales recomendados.
- (5) Elaboración individualizada de los ejercicios antes de su resolución en clase.
- (6) Discutir con los compañeros las cuestiones y ejercicios prácticos más difíciles de la materia.
- (7) Consultar de forma asidua la asignatura en Campus Virtual.
- (8) Participar activamente en las clases teóricas y prácticas, respondiendo a las cuestiones planteadas por el profesor y resolviendo los ejercicios prácticos.
- (9) Consultar las secciones de economía de los medios de comunicación generales y especializados para estar al día de los problemas económicos actuales.

CONTEXTO

Introducción al alumno en los conceptos básicos de la Economía. Desde los conceptos y supuestos elementales del método económico hasta las ideas básicas de la política macroeconómica. Se estudia la caracterización básica de un mercado y los dos elementos que lo conforman: oferta y demanda. A través de la descripción intuitiva y el análisis gráfico y analítico, los alumnos descubren las ventajas del análisis microeconómico a la hora de estudiar el impacto que tienen los incentivos en las decisiones individuales y colectivas. Se trata de una asignatura básica para comprender el funcionamiento de la economía y la relación entre variables económicas.

COMPETENCIAS

1 Competencias generales y básicas Competencias que deben alcanzar los graduados o graduadas, referidas en este caso al Grado en Marketing e Investigación de mercados

- | | |
|-------------|--|
| 1.1 | Poseer y comprender conocimientos básicos generales y los conocimientos del área de Marketing e Investigación de Mercados que se reflejan en libros de texto avanzados. |
| 1.17 | Ser capaz de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado en el área de Marketing e Investigación de Mercados como no especializado. |
| 1.23 | Ser capaz de trabajar de forma autónoma. |



2 Competencias específicas Competencias destinadas a alcanzar los objetivos del título y que están estrechamente ligadas a las materias del plan de estudios

- 2.6** Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.
- 2.7** Conocer y aplicar conceptos básicos de: a) Historia Económica, b) Derecho, c) Dirección de Empresas, d) Matemáticas, e) Estadística, f) Economía, g) Microeconomía, h) Contabilidad, i) Finanzas, j) Marketing, k) Macroeconomía y l) de la Inferencia Estadística.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

PRINCIPIOS BÁSICOS DE ECONOMÍA

LECCIÓN 1: La Economía: una ciencia social

- 1.1- Concepto de Economía.
- 1.2-La frontera de posibilidades de producción.
- 1.3- El intercambio: la ventaja absoluta y comparativa.

MICROECONOMÍA

LECCIÓN 2: Las fuerzas de mercado: la demanda y la oferta.

- 2.1- Los mercados y la competencia perfecta.
- 2.2- La demanda.
- 2.3- La oferta.
- 2.4- El equilibrio del mercado.

LECCIÓN 3: Consumidores, productores y eficiencia de los mercados.

- 3.1- El excedente del consumidor.
- 3.2- El excedente del productor.
- 3.3- La eficiencia del mercado competitivo.
- 3.4- Aplicación: el comercio internacional.

LECCIÓN 4: La Elasticidad y su aplicación.

- 4.1- La elasticidad de la demanda.
- 4.2- La elasticidad de la oferta.
- 4.3- Aplicación: los controles de precios.
- 4.4- Aplicación: la incidencia de los impuestos.
- 4.5.- Aplicación: eficiencia e impuestos.

LECCIÓN 5: Los fallos del mercado y la intervención del estado.

- 5.1- Las externalidades.
- 5.2- Bienes públicos y recursos comunes.
- 5.3- Competencia imperfecta.
- 5.4- Información asimétrica.

MACROECONOMÍA

LECCIÓN 6: La Macroeconomía y su medición.

- 6.1- Concepto y objetivos de la Macroeconomía.
- 6.2- Las magnitudes macroeconómicas.
- 6.3- El flujo circular de la renta.

LECCIÓN 7: El mercado de bienes.

- 7.1- Consumo, inversión y gasto público.
- 7.2- Equilibrio en el mercado de bienes.



7.3- El multiplicador.

LECCIÓN 8: El mercado de dinero.

8.1- Concepto, funciones y tipos de dinero.

8.2- La oferta de dinero.

8.3- La demanda de dinero.

8.4- El equilibrio en el mercado de dinero.

LECCIÓN 9: El mercado de trabajo competitivo

9.1. Demanda de trabajo.

9.2. Oferta de trabajo.

9.3. Equilibrio en el mercado de trabajo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades Presenciales

Actividades expositivas

Lección magistral

Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El alumno que hay superado la asignatura conocerá numerosos conceptos básicos de los mercados así como de la economía en su conjunto. Es una primera asignatura introductoria que resulta muy útil para conocer, de forma somera, el funcionamiento de una economía.

Los criterios de evaluación consisten en:

Habrà una parte de evaluación continua, valorada en un máximo de 3 puntos, que corresponderà a un número de pruebas cortas (entre 3 y 5) realizadas a lo largo del curso. El resto de la puntuación (7 puntos) se corresponderà con un examen final.

Para superar la asignatura será necesario obtener un mínimo de 5 puntos en total.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Sistema de evaluación:

1. Examen Final.

Criterios: En ella se evaluarà el dominio de los conceptos teóricos y prácticos de la materia.

Competencias a evaluar: Todas

Ponderación (70 % sobre la calificación final):

Actividad recuperable SI

2. Realización de pruebas individuales en clase.

Criterios: Corresponderà a un número de pruebas cortas (entre 3 y 5) realizadas a lo largo del curso. En ellas se evaluarán los conocimientos de los temas abordados hasta la fecha.

Competencias a evaluar: Todas

Ponderación (30 % sobre la calificación final)

Actividad no recuperable (indicar si es o no recuperable) NO

Respecto a las actividades no recuperables, para la segunda convocatoria ordinaria (Convocatoria de septiembre) y la convocatoria extraordinaria del siguiente curso académico, se mantendrá la calificación obtenida para la primera convocatoria ordinaria.

Asimismo en lo que se refiere al alumno a tiempo parcial, se estará a lo dispuesto en la normativa de la UMA. En este sentido, se atenderà el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Economía, teoría y política; Mochón, F.; McGraw-Hill; 2008

Economía; Samuelson- Nordhaus; McGraw-Hill; 2002

Introducción a la Economía; Sosvilla Rivero, S. y Manrique, M.; Garceta Grupo Editorial; 2010

Macroeconomía, 9ª Ed, Dornbush, R. ; Fischer. S. y Startz,, R. McGraw-Hill, 2014

Principios de Economía; Bernanke, B.S. y Frank, R.H.; McGraw-Hill; 2007

Principios de Economía; Mankiw, N. Gregory; Paraninfo; 2008



DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45

TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90

TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15

TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150

