



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:	Español
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: ANTONIO VICENTE LOZANO PEÑA	avlozano@uma.es	951952057	3-1-43 - FAC. COMERCIO Y GESTION	Primer cuatrimestre: Jueves 13:30 - 16:00, Viernes 13:30 - 15:00, Jueves 19:00 - 21:00
MARIA DEL PILAR MARTINEZ FERNANDEZ	mdmartinez@uma.es	952131253	3408-A - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Miércoles 08:30 - 14:30 Segundo cuatrimestre: Miércoles 08:30 - 11:30, Martes 08:30 - 11:30
GUADALUPE CORREA LOPERA	guacorlop@uma.es		-	Primer cuatrimestre: Jueves 12:00 - 13:00, Jueves 15:00 - 16:00
IGNACIO FALGUERAS SORAUREN	ifs@uma.es	952131298	3305-A - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 11:30, Martes 11:00 - 13:00, Miércoles 11:00 - 11:30, Miércoles 13:30 - 15:00, Lunes 13:30 - 15:00

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 **Competencias generales y básicas. Competencias que deben alcanzar los gradoados o graduadas, referidas en este caso al Grado en Marketing e Investigación de mercados**
- 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.

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: los controles de precios

LECCIÓN 4: La Elasticidad y su aplicación

4.1- La elasticidad de la demanda

4.2- La elasticidad de la oferta

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

MACROECONOMÍA

LECCIÓN 6: El mercado de bienes

6.1- El flujo circular de la renta.

6.2- Consumo, inversión y gasto público.

6.3- El equilibrio en el mercado de bienes.

6.4- El multiplicador.

LECCIÓN 7: El mercado de dinero.



- 7.1- Concepto, funciones y tipos de dinero.
- 7.2- La oferta de dinero.
- 7.3- La demanda de dinero.
- 7.4- El equilibrio en el mercado de dinero.

LECCIÓN 8: El modelo IS-LM

- 8.1- La curva IS
- 8.2- La curva LM
- 8.3. Equilibrio IS-LM

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 habrá aprendido numerosos conceptos básicos de los mercados así como de la economía en su conjunto. Es una primera asignatura introductoria que resulta muy útil para entender, de forma somera, el funcionamiento de una economía.

Los criterios de evaluación consisten en:

Habrán una parte de evaluación continua, valorada en un máximo de 3 puntos, que corresponderá a una prueba a realizar a lo largo del curso y una serie de actividades a realizar tanto en clase como en casa. El resto de la puntuación (8 puntos) se corresponderá con un examen final.

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

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Criterios de evaluación para la 1ª convocatoria Ordinaria

1. Examen Final.

Criterios: Dominio de los conceptos teóricos y prácticos. Análisis gráfico. Resolución de ejercicios

Competencias a evaluar: Todas

Ponderación (% sobre la calificación final): 70%

Actividad recuperable SI

2. Realización de una Prueba individual en clase

Criterios: Dominio de los conceptos teóricos y prácticos. Análisis gráfico. Resolución de ejercicios

Competencias a evaluar: Todas

Ponderación (% sobre la calificación final): 10%

Actividad recuperable SI

3. Realización de actividades de evaluación continua: Trabajo en clase y en casa.

Criterios: Resolución de tareas, capacidad de entender problemas y proponer soluciones. Estas actividades constarán de participación activa en clase, trabajo en equipo y realización de pruebas no programadas en clase tanto al final de cada tema o bloque conceptual, como con carácter motivador de determinadas materias.

Competencias a evaluar: Todas

Ponderación (% sobre la calificación final): 20%

Actividad recuperable SI

El conjunto de la materia se recuperará, a todos los efectos, en las convocatorias segunda ordinaria y extraordinaria, cuyo examen respectivo equivaldrá al 100 por ciento de la nota final.

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 atenderá 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; Samuelson- Nordhaus; McGraw-Hill; 2002

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

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		

