

## DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

<b>Materia:</b>	ECONOMÍA		
<b>Identificador:</b>	31878		
<b>Titulación:</b>	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
<b>Módulo:</b>	ESTRUCTURAS SOCIOECONÓMICAS Y PSICOLÓGICAS DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS		
<b>Tipo:</b>	MATERIA BASICA		
<b>Curso:</b>	2	<b>Periodo lectivo:</b>	Primer Cuatrimestre
<b>Créditos:</b>	6	<b>Horas totales:</b>	150
<b>Actividades Presenciales:</b>	64	<b>Trabajo Autónomo:</b>	86
<b>Idioma Principal:</b>	Castellano	<b>Idioma Secundario:</b>	Castellano
<b>Profesor:</b>	LASCORZ COLLADA, MARIA CRUZ (T)	<b>Correo electrónico:</b>	mclasorz@usj.es

## PRESENTACIÓN:

Economía es una asignatura de formación básica de los Grados en comunicación impartida en el primer semestre del 2º curso. La asignatura proporciona un conocimiento básico de los principales conceptos económicos suponiendo un reto fundamental para formación de futuros comunicadores capaces de comprender, analizar y transmitir la información económica necesaria a través de los distintos medios y soportes.

Se aborda el estudio de los principios de la economía, profundizando en los contenidos de la macroeconomía y microeconomía.

## COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

<b>Competencias Generales de la titulación</b>	G01	Capacidad de análisis y síntesis.
	G02	Resolución de problemas.
	G03	Capacidad de organización y planificación.
	G04	Uso de las tecnologías de la información.
	G05	Trabajo en equipo.
	G06	Habilidades interpersonales.
	G07	Compromiso ético.
	G08	Capacidad de trabajar en un contexto internacional.
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos.
	G11	Capacidad de investigación.
	<b>Competencias Específicas de la titulación</b>	E15
E16		Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas en base al conocimiento y análisis del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que afecta al escenario profesional de la publicidad y las relaciones públicas; todo lo cual haga capaz al alumno de interactuar con la sociedad exitosamente, previendo con ello una serie de beneficios que redunden en beneficio de la persona/ empresa así como de la propia sociedad.
E21		Destreza suficiente para desarrollar proyectos de investigación relacionados con la comunicación corporativa, el marketing y la publicidad, así como para aplicar después los resultados de dichas investigaciones, a la actividad profesional o a cualquier objetivo de otro orden.
E24		Saber afrontar los proyectos y la toma de decisiones con perspectiva, consenso, autonomía, empatía y autocrítica; siendo, todas ellas, claves perfectamente insertas en el desarrollo de propuestas de identidad publicitaria, así como de prácticas que ahondan en actividades propias de la gestión de la comunicación en las organizaciones.
E28		Ser capaces de anticipar tendencias y corrientes en la industria publicitaria y de marketing.
<b>Resultados de Aprendizaje</b>	R01	Interpretar correctamente los fenómenos económicos.
	R02	Utilizar adecuadamente los indicadores económicos para contextualizar la situación económica actual con rigor.
	R03	Saber evaluar la viabilidad económica de alternativas de emprendimiento.
	R04	Saber definir las doctrinas económicas más relevantes.

R05 Saber definir los principales objetivos de la política económica.

### REQUISITOS PREVIOS:

No se requieren conocimientos previos para el estudio de esta asignatura.

### PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

-La Guía docente programa las actividades relativas a la asignatura de los Grupos A y B. Tanto los grupos A y B presentan 64 horas de trabajo presencial como 86 horas de trabajo autónomo.

-La materia está dividida en tres BLOQUES: Tema 1 (Introducción a la economía), tema 2 (Macroeconomía) y tema 3 (Microeconomía).

### Contenidos de la materia:

<b>1 - Introducción a la ECONOMÍA</b>
1.1 - Antecedentes y concepto de economía
1.2 - Principios generales de la Economía
1.3 - Modelos económicos
1.3.1 - Frontera de posibilidades de producción FPP
1.3.2 - Ventaja comparativa
1.3.3 - Flujo circular de la renta
1.4 - Historia pensamiento económico. Economistas populares
<b>2 - MACROECONOMÍA</b>
2.1 - Antecedentes: microeconomía versus macroeconomía
2.2 - Macroeconomía: teoría y práctica
2.3 - Ciclo económico
2.3.1 - Expansión
2.3.2 - Recesión
2.4 - Inflación, deflación y equilibrio internacional
2.5 - Estudio de macromagnitudes
2.6 - Comercio Internacional e Instituciones económicas
2.7 - Sector Público
<b>3 - MICROECONOMÍA</b>
3.1 - Introducción a la microeconomía
3.2 - Demanda, oferta y mercado
3.3 - Elasticidad y sus aplicaciones
3.4 - Mercados de competencia perfecta
3.5 - Mercados no competitivos

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

### METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

#### Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

**A) Actividades presenciales:** Las sesiones presenciales se componen de: a) Sesiones teóricas, b) Prácticas en el AULA, y c) Trabajos en EQUIPO.

#### a) Sesiones teóricas:

El profesor expondrá en cada sesión el tema previsto en el programa, siguiendo el calendario propuesto en el cronograma. Los alumnos prepararán previamente las clases con la bibliografía básica recomendada. Cada UNIDAD tendrá unas Lecturas obligatorias, que están indicadas en OBSERVACIONES TEMARIO y en la PDU. Una vez expuesto el temario en clase, se interactuará con los alumnos sobre los contenidos objeto de exposición. Los conceptos expuestos en clase serán objeto de evaluación a través de una Prueba escrita que se realizará al final del semestre, que supondrá un 5/ 10 de la nota final. Los alumnos tendrán a su disposición en la PDU un sistema de rúbricas que desarrollarán los criterios de evaluación.

#### b) Prácticas en el aula:

El profesor remitirá a los alumnos textos orientativos y noticias para ilustrar los contenidos teóricos de la asignatura. En este sentido, estos textos junto con las lecturas obligatorias y el resto de conceptos impartidos en las sesiones teóricas serán objeto de evaluación en una prueba escrita a mitad del semestre (Noviembre), que alcanzará un 2,5/ 10 de la nota final.

#### c) Trabajos en Equipo:

Los alumnos deberán asistir a las actividades propuestas y deberán realizar un trabajo en equipo relativo a la temática el alcance económico en los Grados en comunicación. El profesor orientará a los alumnos en la realización del trabajo mediante las indicaciones publicadas en la PDU y las sesiones tutoriales asignadas. Finalmente, los trabajos deberán ser expuestos oralmente en clase. Los alumnos tendrán a su disposición en la PDU un sistema de rúbricas que desarrollarán los criterios de evaluación. (TOTAL DE LA NOTA: 2,5/ 10).

**B) ACTIVIDADES NO PRESENCIALES:** Las actividades no presenciales serán las siguientes: a) estudio individual del material bibliográfico indicado para las sesiones de las clases presenciales; b) estudio y lectura de los textos obligatorios indicados; c) realización del Trabajo en Equipo; d) asistencia a las actividades en grupo; y e) tareas de investigación y búsqueda de información.

#### Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
<b>Actividades Presenciales</b>	Clase magistral	24
	Otras actividades teóricas	10
	Casos prácticos	14
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	4
	Debates	4
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	6
	Actividades de evaluación	2
<b>Trabajo Autónomo</b>	Asistencia a tutorías	6
	Estudio individual	24
	Preparación de trabajos individuales	20
	Preparación de trabajos en equipo	20
	Lecturas obligatorias	16
<b>Horas totales:</b>		<b>150</b>

#### SISTEMA DE EVALUACIÓN:

##### Obtención de la nota final:

Trabajos en equipo:	25	%
Prueba final:	50	%
Prueba escrita (Noviembre):	25	%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>%</b>

\*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

## **BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:**

### **Bibliografía básica:**

Krugman, P., Wells, R. and Graddy, K.; Fundamentos de Economía, Worth Publishers, 3ª Edición, 2012.

### **Bibliografía recomendada:**

Mankiw, G. and Taylor, M. (2011) Economics: Second ed.; Cengage Learning EMEA

### **Páginas web recomendadas:**

Banco Central Europeo	<a href="https://www.ecb.europa.eu/ecb/html/index.es.html">https://www.ecb.europa.eu/ecb/html/index.es.html</a>
Paul Krugman	<a href="http://krugman.blogs.nytimes.com/">http://krugman.blogs.nytimes.com/</a>
Joseph Stiglitz	<a href="http://www.josephstiglitz.com/">http://www.josephstiglitz.com/</a>
International Monetary Fund	<a href="http://www.imf.org/external/index.htm">http://www.imf.org/external/index.htm</a>
Reserva federal	<a href="http://www.federalreserve.gov/">http://www.federalreserve.gov/</a>