

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	ECONOMÍA		
Identificador:	31878		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
Módulo:	ESTRUCTURAS SOCIOECONÓMICAS Y PSICOLÓGICAS DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS		
Tipo:	MATERIA BASICA		
Curso:	2	Periodo lectivo:	Primer Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	60	Trabajo Autónomo:	90
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Inglés
Profesor:	C A S A S M O Z O , M ^a ARANTZAZU (T) LAMPLE GRACIA, LUIS	Correo electrónico:	macasas@usj.es llample@usj.es

PRESENTACIÓN:

Los alumnos no sólo deben de dominar los aspectos técnicos propios de su grado, además tienen que ser capaces de proyectar sus habilidades comunicativas orientadas hacia una realidad económica compleja y en constante evolución. En dicho entorno se les hará partícipes, bien como observadores de la actualidad que deberán interpretar previamente a su labor comunicativa, o bien como protagonistas directos en su entorno laboral, en sus propias empresas o en instituciones. Es por ello fundamental, que el alumno alcance la comprensión de los principales conceptos de economía: teoría de mercados, oferta y demanda, conocimiento básicos de los estados financieros de las empresas y fuentes de obtención de recursos financieros de forma interna y/ o externa, cálculo financiero, análisis de rentabilidad de proyectos, contabilidad nacional y análisis macroeconómico.... Este conocimiento le permitirá un alto grado interpretación de la información a su alcance, herramientas de investigación, así como alcanzar un mayor rigor y solvencia en la elaboración de artículos del ámbito de la economía y la empresa.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	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.
	Competencias Específicas de la titulación	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.

Resultados de Aprendizaje	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 son necesarios requisitos previos.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

El curso académico 2020-2021 se impartirá de forma híbrida on-line y presencial. Las semanas pares del calendario escolar serán impartidas docentemente on-line y las impares presenciales.

La primera semana de docencia o semana I (impar) correspondiente a los días 14 y 16 de septiembre del 2020 será impartida on-line.

Las clases on-line serán *sín cronas*, no estando grabadas previamente.

Contenidos de la materia:

1 - BLOQUE 1 BASES DE LA ECONOMÍA
1.1 - Tema 1: Introducción
1.1.1 - ¿Que es la economía?
1.1.2 - Principios básicos de la economía .
1.1.3 - Economía y comunicación.
1.2 - Tema 2: Fundamentos de la economía
1.2.1 - El gran problema de la economía.
1.2.2 - Agentes económicos.
1.2.3 - Circuito económico.
1.2.4 - Frontera de producción.
1.2.5 - Microeconomía versus Macroeconomía.
2 - BLOQUE 2: MICROECONOMÍA
2.1 - Tema 3: Consumo
2.1.1 - Demanda, oferta y determinación de precios .
2.1.2 - Gasto.
2.1.3 - Elasticidades.
2.2 - Tema 4: Mercados
2.2.1 - Precios.
2.2.2 - Tipos de mercado.
2.2.3 - Fallos del mercado.
2.3 - Tema 5: Producción.
2.3.1 - Factores productivos.
2.3.2 - Costes.
2.3.3 - Productividad.
3 - BLOQUE 3: MACROECONOMÍA
3.1 - Tema 6: Fundamentos de Macroeconomía
3.1.1 - Introducción a la Macroeconomía. Principales Indicadores. (PIB, Inflación y Desempleo).
3.1.2 - Política Monetaria.
3.1.3 - Política Fiscal.
3.1.4 - Mercado de divisas. Política Cambiaria.
3.2 - Tema 7: La Economía Internacional
3.2.1 - Crisis Económicas.
3.2.2 - Comercio Internacional y Flujos de Capital.

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:

A) Sesiones presenciales

a.1) Clases magistrales: explicación de los bloques teóricos.

a.2) Resolución de ejercicios: las clases magistrales se acompañarán de forma sistemática de ejercicios prácticos que los alumnos tendrán que resolver. Se propondrán algunos trabajos (individuales o en equipo) para resolverlos antes de finalizar las sesiones presenciales. La asistencia a las clases será OBLIGATORIA

a.3) Debates sobre temas económicos de actualidad o acontecimientos históricos importantes para la economía española o internacional.

a.4) Material audiovisual que explique temas relacionados con la economía.

a.5) Exposición de trabajos o ejercicios prácticos en clase.

B) Trabajo autónomo

Los alumnos deben asimilar los conocimientos adquiridos en las clases presenciales de forma regular y secuencial, pudiendo trasladar las dudas originadas, al principio de la siguiente sesión presencial. Se recomiendan lecturas de apoyo y la asistencia a tutorías.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	18
	Casos prácticos	16
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	10
	Debates	4
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	4
	Proyección de películas, documentales etc.	4
	Actividades de evaluación	4
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	8
	Estudio individual	30
	Preparación de trabajos individuales	20
	Preparación de trabajos en equipo	15
	Tareas de investigación y búsqueda de información	5
	Lecturas obligatorias	6
	Otras actividades de trabajo autónomo	6
Horas totales:		150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Trabajo Individual :	20 %
Trabajo en Equipo:	15 %
Prueba Intermedia:	15 %
Prueba Final:	50 %

TOTAL	100 %
--------------	-------

*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:

MOCHON MORCILLO, Francisco. Principios de Economía. Mac Graw Hill.
KRUGMAN, P.; WELLS, R; OLNEY, M. (2008) Fundamentos de Economía. Barcelona: Editorial Reverté
MOCHON, F. (2009) Economía, Teoría y Política. McGraw Hill.

Bibliografía recomendada:

MANKIW, N.G.(2012). Macroeconomía. Ed. Antoni Bosch.
MOCHON MORCILLO, Francisco. Principios de Economía. Mac Graw Hill.
KRUGMAN, P.; WELLS, R; (2009) Introducción a la economía. Microeconomía. Barcelona: Editorial Reverté
AMAT SALAS, Oriol. Contabilidad y Finanzas Para No Financieros. Ediciones Deusto. 2008.
MARTÍN SIMÓN, José Luis. Principios de Economía. Pearson Educación, S.A. Madrid. 2003.
VARA MIGUEL, Alfonso. Economía Básica para Comunicadores. EUNSA,3º Ed. Navarra. 2009.
MALKIEL, Burton G. Un Paseo Aleatorio por Wall Street. Alianza Editirial. Madrid. 2013
ARRESE RECA, Ángel. ¿Interesa la Economía? Economía, Medios de Comunicación y Ciudadanía. Madrid, Editoriales Dossat, 2008

Páginas web recomendadas:

Colegio de Economistas de Aragón	www.ecoara.org
Instituto Nacional de Estadística	www.ine.es
Datosmacro	www.datosmacro.com
Banco de España	www.bde.es
Banco Central Europeo	www.ecb.europa.eu
Consejo General del Notariado	www.notariado.org
Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza	www.camarazaragoza.com
Expansión Diario Económico	www.expansion.com
El Economista. Noticias de Economía	www.eleconomista.es
Financial Times	www.ft.com
Wall Street Journal	www.wsj.com