

Guía docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Publicidad		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Economía		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	2	Código:	1922
Periodo docente:	Tercer semestre		
Materia:	Empresa		
Módulo:	Sistema Empresarial Publicitario		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura consta de dos partes. En la primera parte, microeconomía, se analiza el comportamiento de los agentes económicos y los diferentes tipos de mercados donde actúan. En la segunda parte, macroeconomía, se estudia el funcionamiento global de la economía y se analizan los objetivos e instrumentos de la política macroeconómica.

COMPETENCIAS

Competencias básicas / generales / transversales

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

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

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

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

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

Adquirir la capacidad para plantear y responder creativamente a las preguntas fundamentales en torno al qué, el porqué y las consecuencias de los acontecimientos humanos, sociales, políticos y económicos.

Ser capaz de generar opinión pública y crear puentes con los distintos sectores sociales que permitan el desarrollo y la difusión de un mensaje y una cultura al servicio del hombre, transmitiendo valores basados en la búsqueda de la verdad y del bien común, utilizando como soporte la publicidad y las Relaciones Públicas.

Competencias específicas

Adquirir un conocimiento de los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual, y de cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses de todo tipo.

Adquirir un conocimiento de la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas del sector publicitario y de comunicación.

Desarrollar criterios para la resolución de problemas y la toma de decisiones, tanto en el ámbito profesional como en el ámbito personal.

Comprender y manejar datos económicos y estadísticos de manera correcta y comprensible, para la elaboración y divulgación a través de anuncios y las distintas técnicas de relaciones públicas.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas

OBJETIVO

El objetivo de la asignatura es que el alumno posea nociones básicas de economía y comprenda los principios que rigen el comportamiento de los agentes económicos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Analizar el equilibrio de mercado y explicar los efectos de la intervención del Estado en la economía
- Describir las características de los diferentes tipos de mercado

- Usar el concepto de elasticidad
- Analizar la producción y los costes de la empresa
- Utilizar el modelo de oferta y demanda agregada
- Reconocer las herramientas de la política fiscal y la política monetaria
- Comprender la balanza de pagos y el funcionamiento de los sistemas de tipo de cambio

TEMARIO

MICROECONOMIA:

- La oferta, la demanda y el mercado
- Los mercados competitivos y no competitivos.

MACROECONOMIA:

- Oferta y demanda agregadas.
- Política fiscal.
- Política monetaria. El dinero y los bancos.
- La balanza de pagos y los tipos de cambio.

METODOLOGÍA/ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

ACTIVIDADES PRESENCIALES:

- Clases expositivas.
- Juego de papeles.
- Lectura y comentario de artículos.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Evaluación.

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES:

- Estudio teórico y práctico.
- Lectura de artículos.
- Preparación de casos para su discusión en clase.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación de la asignatura Economía es la evaluación continua. En este sistema, la asistencia a clase es obligatoria y el alumno necesita un mínimo del 80% de asistencia para poder seguir la evaluación continua.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

MOCHÓN, F.(2010). Principios de economía, McGraw-Hill.