Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Periodismo
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
Asignatura:	Introducción a la Economía
Tipo:	Formación Básica
Créditos ECTS:	6
Curso:	2
Código:	3255
Periodo docente:	Cuarto semestre
Materia:	Empresa
Módulo:	Organización y Producción Informativa
Tipo de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Total de horas de dedicación del alumno:	150

Equipo Docente	Correo Electrónico
María Nieves Carmona González	n.carmona@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura consta de dos partes: Microeconomía y Macroeconomía. En Microeconomía se analiza el comportamiento de los agentes económicos y los diferentes tipos de mercados en donde actúan, mientras que en Macroeconomía se estudia el funcionamiento global de la economía y se analizan los objetivos e instrumentos de las políticas macroeconómicas.

A tenor de la experiencia en los países del mundo desarrollado, la industria de la comunicación y en particular el

sector audiovisual y multimedia se ha convertido, en los últimos años, en un sector estratégico tanto desde el ámbito económico como social y académico. Desde la perspectiva económica, la implantación definitiva de la Sociedad de la Información y la universalización de Internet han traído nuevas formas y soportes de comunicación que están contribuyendo a incrementar las cifras de negocio en el sector de la comunicación. Pero el desarrollo económico de la industria comunicativa no sólo se soporta en la actividad ejercida por los medios de comunicación tradicionales -prensa escrita, radio y televisión- y por los nuevos soportes comunicativos propiciados por las TIC, en especial Internet, la telefonía, el cable o el satélite. La comunicación y la información son una herramienta estratégica para la comercialización de productos, el posicionamiento de las empresas en los mercados y para la comunicación interna en las organizaciones. Por otro lado, se hace imprescindible conocer la realidad económica para que la información sea veraz y consistente. La transformación económico-social de los últimos tiempos (globalización, economía colaborativa, crisis pandémicas, financieras, etc...) exige el conocimiento de las herramientas básicas económicas para poder analizar y entender el contexto social y económico. En definitiva, los medios de comunicación tienen hoy una importancia extraordinaria en nuestra sociedad. Y por esta razón conviene que la Universidad forme profesionales capaces de comprender las claves de la sociedad actual y sepan transmitirla de manera objetiva y comprensible a los demás. El contenido de esta materia aborda todos los aspectos relacionados con la dimensión económico-empresarial de la comunicación, desde una doble perspectiva: Por un lado, el conocimiento de los conceptos más generales de la economía y el funcionamiento del mercado; por otro, el conocimiento de las políticas macroeconómicas. Todo lo anterior mediante el contacto directo del alumno con alguna de las facetas del trabajo y la investigación periodísticas. La asignatura está dividida en dos partes: microeconomía y macroeconomía. En la parte de microeconomía se estudia el comportamiento de los agentes económicos: economías domésticas, empresas y estado; mientras que en la parte de macroeconomía el objetivo es conocer cuáles son las diferentes políticas económicas que existen y cómo mediante la utilización de las diferentes herramientas los gobiernos tratan de conseguir determinados objetivos económicos, lo que permitirá al alumno conocer el entorno económico en el que se moverá como periodista y así, informar con rigor y con un lenguaje asequible a todos los públicos.

OBJETIVO

El objetivo de la asignatura es que el alumno posea nociones básicas de Economía que le permitan desenvolverse en el mundo del periodismo e informar con rigor.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los correspondientes al Grado.

CONTENIDOS

MICROECONOMIA:
1. Introducción
- ¿Qué es la Economía?.
- El flujo circular de la renta.
- La Frontera de posibilidades de producción y el coste de oportunidad.
- Sistemas económicos.
2. La oferta, la demanda y el mercado
- La demanda.
- La oferta.
- Análisis conjunto de la oferta y de la demanda. El equilibrio de mercado.
- Establecimientos de precios mínimos y máximos (intervención del estado)
3. La demanda de bienes
- La elasticidad precio de la demanda.
- La elasticidad de la demanda y el ingreso total.
- Otras elasticidades: Elasticidad cruzada y Elasticidad Renta
MACROECONOMIA:
4. La política fiscal.

- La brecha de producción.
- Herramientas de la política fiscal: El multiplicador del gasto público.
Los impuestos.
5. La política monetaria
- Definición de dinero.
- Instrumentos de política monetaria
6. Desempleo e inflación.
- Explicaciones de la inflación
- Políticas contra la inflación
- Tipos de desempleo
- Políticas contra el desempleo

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES PRESENCIALES:
- Clases expositivas. Exposición de contenidos y actividades por parte del profesor con participación de los estudiantes.
- Resolución de problemas: resolver, de forma individual o grupal, problemas propuestos por el profesor.
- Lectura, comentario de artículos y visionado de material audiovisual.
- Trabajo en equipo.
- Realización de pruebas intermedias.
- Evaluación.
ACTIVIDADES NO PRESENCIALES:
- Estudio teórico y práctico: Estudio de los contenidos de carácter teórico y práctico del programa y preparación de las lecturas recomendadas.
- Lectura, análisis de artículos y visionado de material audiovisual.
- Realización de problemas para su análisis y exposición en clase.
- Preparación de los trabajos en equipo.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
- Lección magistral participativa. 35h - Resolución de problemas. 5h - Lectura, comentario de artículos y visionado de material audiovisual. 8h - Evaluación. 4h - Realización de pruebas intermedias. 3h - Trabajos en equipo 5h	- Estudio teórico y práctico. 50h - Lectura, análisis de artículos y visionado de material audiovisual. 20h - Preparación de problemas y trabajo en equipo para su exposición en clase. 20h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

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

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

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

Competencias generales

Desarrollar la capacidad para ejercer como responsable de comunicación institucional, como responsable de la dirección de comunicación de una Organización o como gestor de portales, editor de contenidos y consultor de comunicación.

Aprender a aprender: comprender el propio dinamismo del desarrollo personal mediante las competencias de comunicación, investigación, pensamiento crítico-creativo, planteamiento y ejecución de planes de acción y trabajo en equipo.

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 la empresa de comunicación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Analiza el equilibrio del mercado y explicar los efectos de la intervención del estado en la economía

- Describe la elasticidad de la demanda.

- Analiza la producción y los costes de la empresa.

- Reconoce las herramientas de la política fiscal y la política monetaria.

- Entiende la relación entre la inflación y el paro.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación de la asignatura de Introducción a la Economía es la evaluación continua.
SISTEMA DE EVALUACIÓN PARA ALUMNOS DE PRIMERA MATRICULA:
- 60% Examen final. PARA SUPERAR LA ASIGNATURA ES CONDICIÓN NECESARIA UNA PUNTUACIÓN MÍNIMA DE 5 EN EL EXAMEN FINAL.
- 40% Evaluación CONTINUA:
* 15% realización de pruebas intermedias.
* 15% trabajos en equipo.
* 10% participación activa en clase.
En ningún caso el alumno podrá superar la asignatura aprobando un único examen. La evaluación continua se aplicará también para la convocatoria extraordinaria según el calendario académico.
SISTEMA DE EVALUACIÓN PARA ALUMNOS CON DISPENSA ACADÉMICA:
- 60% Examen final. PARA SUPERAR LA ASIGNATURA ES CONDICIÓN NECESARIA UNA PUNTUACIÓN MÍNIMA DE 5 EN EL EXAMEN FINAL.
- 40% Evaluación CONTINUA:
* 20% realización de pruebas intermedias.
* 20% trabajos en equipo.
En ningún caso el alumno podrá superar la asignatura aprobando un único examen La evaluación continua se aplicará también para la convocatoria extraordinaria según el calendario académico.
ALUMNOS DE SEGUNDA Y SUCESIVA MATRÍCULA: Los alumnos de segunda y sucesiva matrícula podrán optar entre cualquiera de los dos sistemas anteriores, previo aviso al profesor al comenzar el semestre. En ningún caso el alumno podrá superar la asignatura aprobando un único examen.
CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA: En la convocatoria extraordinaria se aplicará el mismo criterio que en los casos anteriores.
“Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.”

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Mochón Morcillo, Francisco. Principios de economía / 4ª ed. Madrid :McGraw-Hill,2010.