

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	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. Hoy, la comunicación y la información se han convertido en una herramienta estratégica para la comercialización de productos y el posicionamiento de las empresas en los mercados, o para la comunicación interna en las organizaciones. Tanto es así que, cada vez es mayor la presencia de periodistas en las organizaciones empresariales, tanto en los departamentos de Relaciones Institucionales y Gabinetes de Prensa, como en el Área de Recursos Humanos.

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 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 contacto directo del alumno con alguna de las facetas del trabajo y la investigación periodísticas.

La economía ha de entenderse como el terreno de juego de la empresa, por lo que tiene que crear las condiciones para que ésta sea capaz, no sólo de crear riqueza económica, sino también riqueza humana, profesional, afectiva, ética, etc. Para ello, el alumno estudiará microeconomía y macroeconomía.

En un sentido amplio, el objetivo de la Teoría Económica es el estudio del funcionamiento de los mercados. A nivel microeconómico dichos mercados son contemplados desde una perspectiva desagregada, poniendo el énfasis en las diferentes formas de organización de estas instituciones. En este contexto, la microeconomía además de servir como una primera aproximación al papel del mercado, estudia de forma detallada el comportamiento de los agentes económicos: consumidores, empresas y estado. Después de haber estudiado microeconomía, ha de dar el salto desde el individuo al conjunto, considerando la economía como una unidad integrada por diversos sectores institucionales: hogares, empresas, estado. Los temas fundamentales del estado se refieren a un grupo reducido de variables agregadas cuya incidencia sobre los individuos, la empresa y, por tanto, la sociedad, es notable. El estudio de la macroeconomía permitirá al alumno responder a preguntas sobre la producción, el empleo, el nivel general de precios y la relación con el resto del mundo, lo que le permitirá conocer el entorno económico en el que se moverá como periodista.

## OBJETIVO

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

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los correspondientes al Grado.

## CONTENIDOS

Microeconomía:

- La FPP.
- La oferta, la demanda y el mercado.
- la demanda de bienes.
- La oferta de bienes.

Macroeconomía:

- Introducción.
- La política fiscal.
- La política monetaria.
- Inflación y paro.

MICROECONOMIA:

#### 1. Introducción

- ¿Qué es la Economía?.
- 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.

#### 3. La demanda de bienes

- El consumidor y la utilidad.
- La demanda y el concepto de elasticidad.
- La elasticidad de la demanda y el ingreso total.
- Otras elasticidades.

#### 4. La oferta de bienes.

- Introducción.
- La producción en el corto y largo plazo.
- Los costes de la empresa a corto y largo plazo.

#### MACROECONOMIA:

#### 5. La política fiscal.

- Introducción. La brecha de producción.
- La demanda agregada: el consumo y la inversión.
- Herramientas de la política fiscal:
  - El multiplicador del gasto público.
  - Los impuestos.

#### 6. La política monetaria

- Definición de dinero.
- Los bancos y la creación de dinero.
- Instrumentos de política monetaria

#### 7. 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 ejercicios: Resolver, de forma individual o grupal, en la pizarra o en privado, ejercicios de aplicación de los conocimientos fundamentales.
- Lectura y comentario de artículos.
- Realización de pruebas intermedias.
- Actividad grupal.
- 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 de prensa y artículos.
- Realización de ejercicios: para su análisis y resolución en clase.
- Preparación de actividad grupal.

## DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
- Lección magistral participativa. 35h - Trabajo cooperativo en grupos reducidos. 7h - Lectura y comentario de artículos.  8h - Evaluación.  4h - Realización de pruebas intermedias. 3h - Resolución de ejercicios 3h	- Estudio teórico y práctico. 50h - Lectura de artículos. 20h - Preparación de casos para su discusión 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 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

### 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. 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.

### **PONDERACION DE LA EVALUACION CONTINUA:**

- 14% Realización de pruebas intermedias.
  - 21%. Trabajo en equipo.
  - 5% Participación activa en clase.
  - 60% Examen final según las convocatorias oficiales y en las fechas que marque la Universidad.
- La evaluación continua se aplicará también para la convocatoria extraordinaria según el calendario académico.

### **ALUMNOS QUE SUPEREN UN 20% DE INASISTENCIA:**

Para aquellos alumnos que superen el 20% de inasistencia su evaluación se limitará al examen final según las convocatorias oficiales y en las fechas que marque la Universidad. En este caso se aplicarían los mismos porcentajes de la evaluación continua, es decir, el examen final vale un 60% de la calificación final. En la convocatoria extraordinaria su examen valdrá un 60%.

### **ALUMNOS REPETIDORES:**

Podrán optar a la evaluación continua cumpliendo los requisitos de asistencia mínima a clase de un 80%. En cuyo caso la evaluación sería:

- 14% Realización de pruebas intermedias.
  - 21%. Trabajo en equipo.
  - 5% Participación activa en clase.
  - 60% Examen final según las convocatorias oficiales y en las fechas que marque la Universidad.
- La evaluación continua se aplicará también para la convocatoria extraordinaria según el calendario académico.

De no cumplir los requisitos de asistencia mínima no podrá acogerse a la evaluación continua. En este caso el examen final, tanto en la convocatoria ordinaria como extraordinaria, valdrá el 100% de la nota final.

Todas las pruebas susceptibles de evaluación estarán supeditadas a lo establecidos en la Normativa de Evaluación del Grado de Periodismo.

## **BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS**

### **Básica**

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

### **Complementaria**

DEL RIO, Rosa (2004): Periodismo económico y financiero. Ed. Síntesis.

Arrese, A. y Vara, A. (2011): "Fundamentos de periodismo económico. Temas y lecturas", Ed. Eunsa

Direcciones web de interés:

Dirección 1 [www.librosite.net/](http://www.librosite.net/)

Dirección 2 [www.oecd.org](http://www.oecd.org)

Dirección 3 [epp.eurostat.ec.europa.eu](http://epp.eurostat.ec.europa.eu)

<https://www.datosmacro.com/>