

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Marketing
-------------	--------------------

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Derecho, Empresa y Gobierno
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Microeconomía para Empresarios
-------------	--------------------------------

Tipo:	Formación Básica
-------	------------------

Créditos ECTS:	6
----------------	---

Curso:	1
--------	---

Código:	7613
---------	------

Periodo docente:	Primer semestre
------------------	-----------------

Materia:	Empresa
----------	---------

Módulo:	Herramientas de Gestión Empresarial y Desarrollo Humano
---------	---

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	150
--	-----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Alfonso Jesús Torres Marín	a.torres.prof@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La economía es la ciencia social que estudia la asignación más conveniente de los recursos escasos de una sociedad para la obtención de un conjunto ordenado de objetivos. El enfoque microeconómico estudia el comportamiento de los agentes económicos individuales y el funcionamiento de los mercados en donde actúan.

El Grado de Marketing de la UFV pretende formar directivos/empresarios capaces de entender que el fin de la empresa es servir a la sociedad. Para ello, es necesario dotarle de una excelente formación en técnicas de marketing y de gestión empresarial, así como de unos valores que les permitan humanizar la Dirección de empresas para hacer de éstas un lugar de desarrollo integral de las personas.

La formación técnica ha de ser la mejor de las posibles, pero por sí sola no es suficiente para poder desarrollar un comportamiento ético que debe ser la base de la economía y de la empresa. Maximizar el beneficio es una obligación para el directivo/empresario, pero entendida como un círculo virtuoso cuyo funcionamiento implica la necesidad de crecimiento de la empresa. En este círculo virtuoso se ponen en juego toda una serie de mecanismos de liderazgo y motivación que permiten que todos los integrantes de la empresa y de la sociedad se beneficien. En definitiva, el objetivo de la empresa debe ser la maximización del bien común de las personas que la integran, de su entorno inmediato y del mediato. Por lo anterior, el egresado de la UFV debe entender su papel de directivo/empresario como una responsabilidad ética al servicio de la sociedad.

El alumno debe dotarse de una formación cultural que le permita disponer de una amplia perspectiva histórica y de diversidad de culturas. Además, es necesario que adquiera una gran capacidad de trabajo en equipo como única forma de hacer realidad la misión de la empresa y una gran capacidad de liderazgo positivo como forma de conseguir que el grupo de personas que formen la empresa trabajen en el mismo sentido. Por todo ello, el Grado en Marketing requiere también disponer de técnicas de gestión empresarial, en herramientas de gestión y desarrollo humano y en la aplicación de los conocimientos a la práctica. Es en el bloque de Herramientas de Gestión y Desarrollo Humano, y dentro de la materia de Empresa, donde se ubica la asignatura de Microeconomía para empresarios que se cursa en el primer cuatrimestre.

La economía ha de entenderse como el terreno de juego de la empresa, por lo que tiene que crear las condiciones para que la empresa sea capaz, no sólo de crear riqueza económica, sino también riqueza humana, profesional, afectiva y ética, entre otras. Para ello el alumno cursará las asignaturas de 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, teniendo en cuenta que existen otros factores, aparte de la maximización del beneficio, que condicionan su actuación. Este enfoque quedará reflejado a la hora de analizar los diferentes tipos de mercados en donde actúan dichos agentes. Por último, se estudiará el comportamiento del estado y los efectos que su intervención, regulación, supervisión y control puede tener sobre el funcionamiento de los mercados.

OBJETIVO

El objetivo de la asignatura es mostrar cómo toman los agentes económicos sus decisiones y analizar los diferentes tipos de mercado.

CONOCIMIENTOS PREVIOS



CONTENIDOS

1. Introducción
 - El objetivo de la economía
 - La Frontera de Posibilidades de Producción y el coste de oportunidad.
 - Los sistemas económicos.
2. La oferta, la demanda y el mercado
 - Los agentes en 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
 - La empresa y la figura del empresario
 - La producción en el corto y largo plazo
 - Los costes de la empresa a corto y largo plazo
5. Los mercados competitivos
 - La competencia perfecta
 - Maximización de beneficios
 - La decisión de producir o no en una empresa competitiva
6. Los mercados no competitivos
 - El monopolio
 - El oligopolio
 - La competencia monopolística

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES PRESENCIALES:

- Clases expositivas. Exposición de contenidos y actividades por parte del profesor con participación de los estudiantes en el comentario de lecturas recomendadas.
- 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, informes y otros documentos, incluidos multimedia.
- Realización de pruebas intermedias.



- Actividades grupales.
- 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 actividades grupales.

Los horarios de tutorías serán comunicados por el profesor en clase. El alumno que desee acudir a una tutoría deberá enviar un email al profesor previamente.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
Clases expositivas Realización y resolución de ejercicios Evaluación (Prueba de conocimientos) Lectura y comentario de artículos Realización de pruebas intermedias Actividad grupal 60h	Estudio teórico y práctico Lecturas seleccionadas Realización de ejercicios 90h

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

Capacidad de pensamiento analítico y sintético aplicado a la toma de decisiones empresariales.

Habilidad para analizar, buscar y contrastar todo tipo de información, pero, principalmente de empresas y mercado, proveniente de fuentes diversas.

Desarrollar la comunicación oral y escrita en lengua nativa y extranjera para poder relacionarse profesionalmente con empresas de cualquier país.

Competencias específicas

Conocer el funcionamiento de los diferentes tipos de mercados.

Desarrollar hábitos efectivos de comunicación oral y escrita.

Leer, analizar e interpretar con soltura gráficos, tablas y textos que permitan hacer previsiones de demanda y de ventas adecuadas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Analiza el equilibrio de mercado

Explica los efectos de la intervención del Estado en la economía

Usa el concepto de elasticidad

Analiza la producción y los costes de la empresa

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación de la asignatura de Microeconomía para Empresarios es la Evaluación Continua ("EC"). Ésta es de aplicación para todos los alumnos, independientemente de su sistema de evaluación. SISTEMA DE



EVALUACIÓN GENERAL: - Examen escrito final práctico: 55%. Para poder superar la asignatura es condición necesaria una puntuación mínima de 5 sobre 10 en el examen final. En caso de no obtener esta nota mínima, la calificación de la asignatura será la obtenida en el examen final. - Realización de ejercicios y pruebas (incluida una prueba intermedia): 20%. - Presentación en grupo de los trabajos realizados: 15%. - Asistencia sistemática y participación pertinente en las clases y actividades del aula: 10%. Los alumnos que no hayan asistido al menos al 80% de las sesiones del curso, perderán el porcentaje de la nota relativa al ítem de "Asistencia sistemática y participación pertinente en las clases y actividades del aula" (10%). Las calificaciones obtenidas a lo largo de la convocatoria ordinaria se mantendrán en la extraordinaria, exceptuando la nota obtenida en el examen. Esto implica que los trabajos que no se entreguen durante la convocatoria ordinaria en las fechas establecidas por el profesor, no podrán presentarse con posterioridad durante la convocatoria extraordinaria. **SISTEMA DE EVALUACIÓN ALTERNATIVO PARA ALUMNOS CON DISPENSA ACADÉMICA O LABORAL, ESTANCIA DE INTERCAMBIO Y ALUMNOS DE SEGUNDA Y SUCESIVAS MATRÍCULAS:** - Examen escrito final práctico: 60%. Para poder superar la asignatura es condición necesaria una puntuación mínima de 5 sobre 10 en el examen final. En caso de no obtener esta nota mínima, la calificación de la asignatura será la obtenida en el examen final. - Realización de ejercicios y pruebas (incluida una prueba intermedia): 30%. - Presentación en grupo de los trabajos realizados: 10%. Las calificaciones obtenidas a lo largo de la convocatoria ordinaria se mantendrán en la extraordinaria, exceptuando la nota obtenida en el examen. Esto implica que los trabajos que no se entreguen durante la convocatoria ordinaria en las fechas establecidas por el profesor, no podrán presentarse con posterioridad durante la convocatoria extraordinaria. **TODAS LAS PRUEBAS SUSCEPTIBLES DE EVALUACIÓN ESTARÁN SUPEDITADAS A LO ESTABLECIDO EN LA NORMATIVA DE EVALUACIÓN DE LOS GRADOS EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING.** Todos los alumnos del grado estarán sometidos a la normativa de convivencia de la Universidad. 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

N. Gregory Mankiw ; traducción Ma. Guadalupe Meza y Staines, Ma. del Pilar Carril Villarreal ; revisión técnica Mercedes Muñoz, Roberto Palma Pacheco. Principios de economía / Sexta edición. México, D.F. :Cengage Learning,2013.

Complementaria

Robert Pindyck, Daniel Rubinfeld. Microeconomía / 9ª ed. Madrid :Pearson Educación,2018.

