

Grado en Marketing y Comunicación Digital

Asignatura: Análisis del entorno económico

Materia: Economía

Créditos: 6 ECTS

Programa: Grado

Modalidad: Presencial

Curso: Segundo

Semestre: Primero

Curso Académico: 2026-2027

1. Índice

1.	Índice	2
2.	Presentación.....	3
02.1	Descripción	3
02.2	Aplicaciones profesionales relevantes	4
3.	Resultados de aprendizaje de la titulación.....	5
4.	Resultados de aprendizaje de la materia	6
5.	Contenidos	6
6.	Metodología	7
7.	Evaluación	8
8.	Bibliografía	9
8.1	Bibliografía básica.....	9
8.2	Bibliografía complementaria	10

2. Presentación

02.1 Descripción

El análisis estratégico que realiza el directivo para diseñar y posteriormente implantar la estrategia empresarial requiere de un diagnóstico del entorno que rodea a la organización y de la interpretación de los cambios de dicho entorno. Sólo así, el directivo será capaz de tomar las decisiones más acertadas, ya que estas responderán de la manera más eficaz a las necesidades de la empresa.

Ya no basta con conocer solamente el propio mercado, sino que hoy la empresa compite en un mercado global con empresas y estrategias competitivas diferentes. Las empresas que hoy nacen, lo hacen para competir internacionalmente, en mercados muy complejos donde intervienen una infinidad de agentes económicos de diversa naturaleza.

Entorno es todo aquello ajeno a la empresa como organización. El entorno se asocia con el concepto mercado, por los efectos de este último sobre la empresa, y para estudiarlo es necesario definir sus dimensiones y niveles de referencia. El interés por analizar el entorno se manifiesta a partir de los años setenta del siglo XX, debido a los grandes cambios sucedidos en los mercados internacionales y que impactaron en las economías de los países industrializados.

Macroeconomía, que estudia la economía como un todo, buscando entender la determinación a nivel global de la actividad económica, desde el punto de vista del desempleo, el ingreso agregado, los precios medios, la inflación y la distribución de la riqueza. Uno de los iniciadores del análisis macroeconómico fue John M. Keynes, estudiando los gastos y el ingreso.

En cuanto a la microeconomía, rama de la economía que estudia las decisiones de las familias y empresas, las formas en que funcionan los mercados y como se regulan, cómo influyen los impuestos en la asignación de trabajo, de los bienes y de los servicios. En esta área de las ciencias económicas se abordan temas como el cambio tecnológico, la producción, el consumo, los salarios y los ingresos. Se considera a Adam Smith como el iniciador de este tipo de análisis.

La globalización ha superado con creces a cualquier otro fenómeno económico-social, por su dimensión y alcance. La economía mundial ha cambiado con la aparición de este fenómeno, y es preciso conocer y comprender los elementos y características que la definen.

La globalización afecta tanto a flujos económicos, comerciales, de trabajadores y de información. Por ello, la asignatura se centrará en analizar las dinámicas económicas generales, en situaciones de crisis y de expansión, los desequilibrios globales y las desigualdades sociales y territoriales, así como las políticas económicas

aplicadas y su impacto.

El análisis económico y de la globalización, abarca gran cantidad de variables, que a su vez implican el estudio distintos indicadores los cuales deben ser interpretados cuidadosamente, teniendo en cuenta la teoría y la experiencia. Así, en el análisis se requiere de un conjunto suficiente de información, la cual es indispensable para poder tener una idea clara de lo que ha sucedido, de lo que está sucediendo y de lo que podría suceder en un futuro próximo en la economía y por consiguiente en la sociedad.

En la actualidad más que nunca el análisis económico juega un papel vital, ya que los cambios en los mercados ocurren con gran rapidez, las economías se internacionalizan aumentando su grado de apertura. La globalización y la competitividad, hoy en día, son temas dominantes, las economías son menos estables y se encuentran más interrelacionadas.

En esta asignatura proporcionamos al estudiante los elementos necesarios para comprender, describir, integrar y analizar, fundamentalmente, los aspectos a tomar en cuenta para lograr una eficaz labor en el mundo empresarial, valorando los efectos e implicaciones de las condiciones económicas actuales. Conoceremos el efecto de variables económicas y sociales, permitiéndoles a los alumnos una eficiente planificación de las empresas para el logro de sus objetivos.

Proponemos, apoyados en la investigación, detectar y solucionar problemas en las organizaciones, aportando los elementos para asumir actitudes de compromiso con el entorno económico, social y ambiental.

02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

El conjunto de aprendizajes recibidos por el alumno en la asignatura se centra en adquirir el conocimiento que puede ser aplicado en diferentes áreas o actividades profesionales. Particularmente, la asignatura se proyecta en campos como:

- Gestión y administración de empresas de marketing y comunicación digital.
- Consultoría de marketing y comunicación digital.
- Planificación del marketing empresarial y la comunicación digital.
- Investigación y consultorías privadas.
- Aplicar conocimientos en organismos internacionales y en instituciones públicas.

3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT2 – El estudiante será capaz de identificar las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, y el beneficio que reportan a la empresa.
- RAT3 – El estudiante será capaz de relacionar la complejidad de los fenómenos económicos y sociales típicos de la sociedad del bienestar con la tecnología, la globalización y la sostenibilidad
- RAT4 – El estudiante será capaz de defender una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor.
- RAT6 – El estudiante podrá explicar cualquier conocimiento/información de forma clara y precisa, oralmente y por escrito, en catalán, castellano y en una tercera lengua, especialmente el inglés.
- RAT8 – El estudiante será capaz de desarrollar las estrategias comerciales de marketing y de comunicación tradicionales y online, adecuadas a la estrategia empresarial.
- RAT9 – El estudiante sabrá predecir la evolución de los mercados, mediante el uso de herramientas cuantitativas y predictivas con un enfoque estratégico focalizado en la búsqueda de oportunidades y amenazas.
- RAT12 – El estudiante será capaz de interpretar el análisis de datos e información, con visión crítica hacia los resultados.
- RAT13 – El estudiante sabrá seleccionar las acciones concretas de comunicación teniendo en cuenta la naturaleza de los stakeholders y su rentabilidad.
- RAT14 – El estudiante podrá proponer soluciones innovadoras, creativas y emprendedoras en situaciones propias del ámbito profesional.
- RAT15 – El estudiante será capaz de evaluar la sostenibilidad y el impacto social de las propuestas planteadas con responsabilidad ética, medioambiental y profesional.
- RAT17 – El estudiante sabrá diseñar estrategias comerciales y de marketing tradicional y online consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno.
- RAT18 – El estudiante será capaz de diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia, estímulo del compromiso y mejora continua.
- RAT19 – El estudiante podrá diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma.
- RAT20 – El estudiante sabrá crear las estrategias sobre el mix de marketing, en coherencia con la política y los objetivos de la empresa y teniendo en cuenta las estrategias de los competidores.
- RAT21 – El estudiante será capaz de formular previsiones de ventas, anticipando tendencias y discontinuidades, para el cumplimiento de los objetivos establecidos.
- RAT23 – El estudiante será capaz de diseñar políticas de responsabilidad social corporativa que colaboren en la mejora de la imagen y de la competitividad de la empresa, con balances sociales y alineadas con la misión y visión de la compañía.

4. Resultados de aprendizaje de la materia

- RAM1 – El estudiante será capaz de interpretar de forma pertinente el funcionamiento de las instituciones económicas y sociales como resultado y aplicación de modelos formales acerca de cómo funcionan en un sistema económico.
- RAM2 – El estudiante será capaz de relacionar correctamente los fenómenos económicos y sociales típicos de la sociedad del bienestar con la globalización y la sostenibilidad para el uso de la técnica, la tecnología, la economía y la sostenibilidad, mediante ejercicios escritos de relación de conceptos.
- RAM3 – El estudiante será capaz de analizar adecuadamente aquellos aspectos del entorno económico que afectan a la rentabilidad y crecimiento de una empresa con el fin de maximizar el éxito.
- RAM5 – El estudiante será capaz de interpretar datos y estadísticas macroeconómicas para entender el mundo actual mediante el aprendizaje colaborativo en grupos de trabajo.
- RAM6 – El estudiante será capaz de contrastar de forma pertinente los indicadores macroeconómicos para su interpretación cuantitativa y cualitativa mediante técnicas de análisis de datos.
- RAM7 – El estudiante será capaz de analizar adecuadamente el entorno económico de países o zonas geográficas mediante el uso de indicadores propuestos en ejercicios prácticos.
- RAM8 – El estudiante será capaz de interpretar correctamente coyunturas económicas que tienen lugar en diversas áreas del mundo (balanza de pagos, mercado de divisa, etc.), así como las políticas de la demanda agregada (política fiscal y monetaria) y las políticas estructurales por el lado de la oferta.

5. Contenidos

La globalización ha superado con creces a cualquier otro fenómeno económico-social, por su dimensión y alcance. La economía mundial ha cambiado con la aparición de este fenómeno, y es preciso conocer y comprender los elementos y características que la definen.

En esta asignatura proporcionamos al estudiante los elementos necesarios para comprender, describir, integrar y analizar, fundamentalmente, los aspectos a tomar en cuenta para lograr una eficaz labor en el mundo empresarial, valorando los efectos e implicaciones de las condiciones económicas actuales. Conoceremos el efecto de variables económicas y sociales, permitiéndoles a los alumnos una eficiente planificación de las empresas para el logro de sus objetivos. En particular:

1. Aplicación de Globalización, sostenibilidad y medio ambiente entre España y el resto del mundo: Indicadores, análisis y comparativa de las empresas.
 - 1.1. Globalización: concepto, ventajas e inconvenientes
 - 1.2. Variables económicas e indicadores
 - 1.3. La UE y las políticas ambientales

2. Economías en vías de desarrollo y la clasificación actual de la economía de los países. Análisis PESTEL.
 - 2.1. Clasificación de países en desarrollo
 - 2.2. Índice de países frágiles (Fragile State Index)
 - 2.3. Análisis PESTEL según factores asociados a los estados.
3. Acuerdos de comercio internacional y organismos reguladores.
 - 3.1. Organizaciones internacionales ámbito económico
 - 3.2. Organización Mundial del Comercio, Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial
 - 3.3. Acuerdos comerciales regionales
 - 3.4. Teorías de comercio internacional: ventaja absoluta y comparativa. Teoría de Porter
 - 3.5. Proteccionismo
4. Balanza de Pagos
 - 4.1. Componentes de la BP
 - 4.2. Análisis de la información de la BP
5. Mercados Financieros: Sistema de divisas (tradicional y crypto), la paridad, los tipos de interés
 - 5.1. Sistemas de tipos de cambio. Divisas
 - 5.2. Mercado de criptomonedas
 - 5.3. La paridad del poder adquisitivo
 - 5.4. Los tipos de interés en el flujo de capitales mundiales
6. Las tendencias económicas.
 - 6.1. Compliance y RSC
 - 6.2. Circularidad de la actividad económica

6. Metodología

Resultados de aprendizaje trabajados	Metodología docente	Actividades formativas
Conocimiento	Clase magistral	Exposiciones del profesor
	Sesiones expositivas	Exposiciones de los estudiantes
	Tutorías	Reuniones para la resolución de dudas
	Aprendizaje basado en lecturas	Lectura y análisis de documentos

Habilidad	Aprendizaje basado en proyectos	Resolución de problemas
	Aprendizaje basado en audiovisuales	Análisis de audiovisuales
	Aprendizaje basado en casos	Búsqueda y tratamiento de la información Resolución de problemas
Competencia	Trabajo por proyectos	Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos

7. Evaluación

Sistema de evaluación	Peso
Evaluación continua: ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, casos de estudio	40 %
Examen parcial	20 %
Examen final	40 %

La normativa incluye la obligatoriedad de un 75% de asistencia.

1. Las faltas de asistencia se dividen en dos categorías: justificadas y no justificadas. Son faltas justificadas aquellas que pueden demostrarse con un justificante. Son faltas injustificadas el resto de faltas de asistencia.

2. Los justificantes deben entregarse en un plazo máximo de 7 días al profesorado, e incluir claramente los datos personales del estudiante, así como la fecha y el horario en que ha impedido asistir a clase

Evaluación continua

La nota final de la asignatura se calcula en base a la ponderación de tres bloques de evaluación, divididas en actividades evaluables:

- A. Examen parcial: 20%
- B. Ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, exposiciones: 40%
 - 1. Cuatro actividades evaluables: 5% cada una
 - 2. Un trabajo o informe grupal: 10%
 - 3. Una presentación en grupo: 10%
- C. Examen final: 40%

Únicamente se procederá a la ponderación de estos tres bloques, en caso de que la calificación del examen final sea igual o superior a 4.0. Si la calificación del examen final es inferior a 4.0, no podrá superarse la asignatura.

En caso de que la asignatura quede suspendida y, a su vez, la calificación del examen final sea inferior a 5.0, el estudiante puede recuperar el examen final con una prueba adicional. Si la nota ponderada de las actividades del apartado B fuese inferior al 5, esta es también recuperable. Con el resultado obtenido, se procederá al cálculo de la nota final de la asignatura según los criterios anteriores.

Los estudiantes que no se presenten a actividades evaluativas con un peso superior al 50% recibirán una calificación general del curso de "No presentado".

Evaluación Única

La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100 % de la nota de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final. En caso de obtener una calificación inferior a 5.0, el estudiante tiene derecho a un examen de recuperación.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar a coordinación una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles del curso.

La normativa incluye la obligatoriedad de un 75% de asistencia

La asistencia regular a las actividades docentes presenciales constituye un requisito académico fundamental para la adecuada adquisición de las competencias y resultados de aprendizaje de la asignatura. En este sentido, se establece una asistencia mínima obligatoria del 75 % del total de las sesiones programadas.

El incumplimiento de este porcentaje mínimo de asistencia conllevará la pérdida del derecho a presentarse al examen final de la asignatura. En consecuencia, el estudiante será calificado como suspenso, sin posibilidad de acogerse a procesos de revaluación o segundas oportunidades, de acuerdo con la normativa académica vigente de la Universidad.

1. Las faltas de asistencia se dividen en dos categorías: justificadas y no justificadas. Son faltas justificadas aquellas que pueden demostrarse con un justificante. Son faltas injustificadas el resto de faltas de asistencia.
2. Los justificantes deben entregarse en un plazo máximo de 7 días al profesorado, e incluir claramente los datos personales del estudiante, así como la fecha y el horario en que ha impedido asistir a clase.

8. Bibliografía

8.1 Bibliografía básica

- Robert Feenstra, Alan M. Taylor (2021): International Economics: Macmillan Learning, ISBN 1319383432, 9781319383435

8.2 Bibliografía complementaria

- Krugman, P. (2021). 13. What Do We Need to Know about the International Monetary System? (pp. 509-530). Princeton University Press.