

Grado en Marketing y Comunicación Digital

Asignatura: Introducción a la Economía

Materia: Economía

Créditos: 6 ECTS

Programa: Grado

Modalidad: Presencial

Curso: Primero

Semestre: Segundo

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.....	4
4.	Resultados de aprendizaje de la materia	5
5.	Contenidos	5
6.	Metodología	6
7.	Evaluación	7
8.	Bibliografía	8
8.1	Bibliografía básica.....	8
8.2	Bibliografía complementaria	8

2. Presentación

02.1 Descripción

La economía es una ciencia social que tiene como objetivo la asignación de recursos escasos destinados a la producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. En este sentido se suele identificar dos ámbitos de estudio: la macroeconomía y la microeconomía.

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.

Un área transversal que afectará a todo el contenido de la asignatura se refiere a la sostenibilidad, realizando una mención específica a la Economía Ecológica que plantea un cambio estructural avanzado e importante del funcionamiento de la sociedad en general y de la economía en particular.

Por lo tanto, se trata de ofrecer a los alumnos el primer contacto con esta área de conocimiento, presentando algunos modelos económicos sencillos que les ayude a tomar conciencia y conocimiento del alcance de la economía en la toma de decisiones en el ámbito social.

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.
- RAM4 – El estudiante será capaz de aplicar de forma precisa los conceptos económicos en casos reales mediante la resolución de casos prácticos reales.

5. Contenidos

La economía es una ciencia social que tiene como objetivo la asignación de recursos escasos destinados a la producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. En este sentido se suele identificar dos ámbitos de estudio: la macroeconomía y la microeconomía.

En particular:

1. Introducción a la asignación de los recursos escasos
 - 1.1. La elección y el coste de oportunidad
 - 1.2. El mercado y la asignación de recursos
 - 1.3. El sector público
2. Principios de Economía e historia
 - 2.1. Mercantilismo, capitalismo, socialismo
 - 2.2. Las revoluciones industriales
 - 2.3. Economía circular

3. Modelos de Mercado: Competencia perfecta, monopolio y oligopolio, retribuciones de los factores, equilibrio competitivo y fallos del mercado
 - 3.1. Oferta y demanda. Elasticidades. Equilibrio de mercado
 - 3.2. La producción y los costes de la empresa a corto y largo plazo. Decisiones de producción y maximización de beneficios
 - 3.3. Tipologías de mercado: Competencia perfecta, monopolio y oligopolio.
 - 3.4. Retribución de los factores de producción
 - 3.5. Fallos de mercado: Bienes públicos, externalidades, mercados de competencia imperfecta.
4. Sistema de Mercado: Precios, oferta y demanda agregada
 - 4.1. Análisis del producto y la renta nacional.
 - 4.2. Oferta y demanda agregadas
 - 4.3. Modelo Keynesiano y política fiscal
5. Teoría económica internacional: comercio internacional, productividad del trabajo, políticas de inmigración y barreras al comercio internacional
 - 5.1. Ventaja absoluta y ventaja comparativa en el comercio internacional
 - 5.2. Tipos de cambio
 - 5.3. Balanza de pagos
 - 5.4. Proteccionismo
 - 5.5. Políticas de inmigración

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 reevaluación 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

- Principles of Economics, Global Edition, 13th Edition, Case, Fair & Oster, Ed Pearson, 2021

8.2 Bibliografía complementaria

- Statistics for Business and Economics, Global Edition, 9th Edition, Newbold, Carlson & Thorne, Ed Pearson, 2020
- Principles of Microeconomics plus Pearson MyLab Economics with Pearson eText, Global Edition, 13th Edition, Case, Fair & Oster, Pearson, 2020
- Pérez, S. (2019). Banking on privilege: the politics of Spanish financial reform. Cornell University Press.
- García Delgado, J. L. & Myro, R. (2017): Lecciones de economía española, E13e. Civitas - Thomson Reuters, 13a Lecciones de economía española edición.
- Principles of Economics, Pearson (2019), Pearson College Div; Edición: 13, ISBN-10: 0135636817
Mankiw, N.G. (2017) Principios de economía, 7e. Cengage Learning Editors, S.A. de C.V. ISBN: 978-607-526-214-7.
- Comín, F. (2014) Historia económica mundial. De los orígenes a la actualidad. Alianza Editorial. ISBN: 978-84-206-8918-0.
- Monchón, F. & Beker, V.A. (2008) Economía. Principios y aplicaciones, 4e. McGraw-Hill. ISBN: 978-970-10-6794-9.
- Pérez Enri, D. (2012) Introducción a la economía. LA economía como un todo y para todos. Alfaomega Grupo Editor Argentino, S.A. ISBN: 978-987-1609-56-7.