

Plan 467 GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Asignatura 45591 INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

Grupo 1

### Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Básica

### Créditos ECTS

6

### Competencias que contribuye a desarrollar

Generales:

G1. Poseer y comprender conocimientos de economía general, economía de la empresa y dirección de marketing que, partiendo de la base de la Educación Secundaria General, alcance el nivel propio de los libros de texto avanzados e incluyan también algunos elementos de vanguardia específicamente en el ámbito del marketing analítico y estratégico.

G2. Saber aplicar los conocimientos adquiridos a su trabajo profesional en la dirección de marketing, la prospección de mercados o los sondeos de opinión, haciéndolo desde una perspectiva interdisciplinar e integradora de conocimientos y sabiendo liderar y motivar a los equipos de trabajo, así como poseer las competencias que suelen demostrarse mediante la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas complejos en dicho campo.

G3. Tener la capacidad de reunir o interpretar noticias, datos e informaciones relevantes a efectos de interpretar la evolución de los mercados de bienes y servicios y formular una estrategia de marketing, estando en disposición de emitir juicios que incluyan una reflexión desde un punto de vista social, científico o ético.

G4. Poder transmitir informaciones, ideas, propuestas y soluciones a públicos especializados y no especializados, tanto oralmente como por escrito, en relación con el marketing estratégico, la transformación del entorno y las perspectivas de los mercados, haciéndolo de forma ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.

G5. Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permiten emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía y aprovechamiento.

Específicas:

E1. Entender las bases teóricas, tanto de la economía general como de la economía y estrategia empresarial, la formación de los precios y la naturaleza de los hechos económicos, el proceso de dirección y las áreas funcionales de la empresa, a la vez que manejar los métodos cuantitativos esenciales y dominar los fundamentos sociales, históricos y jurídicos de la actividad económica y la dirección de marketing.

E2. Conocer las grandes coordenadas del entorno socioeconómico, tecnológico, cultural e institucional español, europeo e internacional en un marco de globalización e integración, así como las principales políticas macroeconómicas y sectoriales aplicadas por las autoridades públicas, en paralelo con su trayectoria histórica e impacto sobre las relaciones comerciales y financieras mundiales, la evolución de la coyuntura, el comportamiento psico-social de la clientela, las decisiones de compra, el comercio exterior, la reorientación del marketing y la responsabilidad social de la empresa.

E3. Comprender y manejar con soltura los fundamentos conceptuales y teóricos de los estudios de mercado y las estrategias de marketing, junto con sus posibles aplicaciones específicas en diversas áreas (marketing social, público..), en internet o escenarios relacionados y en la investigación de la opinión pública.

E9. Aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en el campo del marketing analítico y estratégico, así como las correspondientes técnicas y herramientas prácticas, utilizando en su caso, internet u otros recursos electrónicos y los métodos pertinentes, sean matemáticos, estadísticos, econométricos o cualitativos.

## Objetivos/Resultados de aprendizaje

Llegar a comprender la existencia de problemas económicos y la necesidad de elegir para su solución.  
Comprender el comportamiento de los agentes económicos y el funcionamiento de los mercados y los equilibrios como resultado del comportamiento de los distintos agentes económicos.  
Entender el papel del dinero en la economía, el funcionamiento del sistema bancario y su importancia.  
Ser capaces de interpretar el comportamiento conjunto de la economía, tanto en el ámbito nacional como internacional.  
Ser capaces de entender fenómenos tales como la inflación, el paro, los déficits fiscales y de balanza de pagos y las posibles soluciones.

## Contenidos

El problema económico: recursos, necesidades y elección.  
Los agentes económicos ( economías domésticas, empresas y gobierno) y sus comportamientos óptimos.  
Los mercados y su estructura: el equilibrio de mercado y los precios de equilibrio.  
El mercado de factores: oferta y demanda y su equilibrio.  
Los agregados económicos( consumo, inversión y gasto público): La renta de equilibrio.  
El dinero y el funcionamiento del mercado monetario.  
El sector exterior y la balanza de pagos: Equilibrio interno y externo de la economía.  
El mercado de divisas y el tipo de cambio de la economía.

## Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Clases teóricas  
Clases prácticas  
Tutorías

## Criterios y sistemas de evaluación

### INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO

PESO EN LA NOTA FINAL

OBSERVACIONES

Examen final de la asignatura

70

Exámenes tipo test

20

Participación activa en las actividades de clase y seminarios

10

El alumnado deberá demostrar el conocimiento de los contenidos del bloque así como su aplicación a través de la resolución individual de un conjunto de ejercicios y cuestiones propuestos al finalizar la exposición de los contenidos de este bloque (prueba parcial tipo test) y del examen final de la asignatura. Además deberá participar en las clases prácticas y en los seminarios programados, esforzándose en mostrar su capacidad crítica y sus aptitudes para el trabajo tanto individual como en grupo, así como su habilidad para comunicar los resultados.

## Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

MOCHÓN, F. (2009): Economía, Teoría y Política. McGraw-Hill, 6º ed.: Capítulos 13 a 20.

MANKIW, N. Gregory (2010): Principios de Economía. Thomson Paraninfo, 5ª ed.

KRUGMAN, Paul, Robin WELLS y Martha L. OLNEY (2009): Fundamentos de Economía, Ed. Reverté.

KRUGMAN, Paul y Robin WELLS (2009): Introducción a la Economía. Microeconomía, Ed. Reverté.

KRUGMAN, Paul y Robin WELLS (2009): Introducción a la Economía. Macroeconomía, Ed. Reverté.

## Calendario y horario

Disponible en la página web de la Facultad. Primer Cuatrimestre

## Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

Estudio y trabajo autónomo individual: 70 horas

Estudio y trabajo en grupo: 20 horas

Trabajo presencial: 60 horas

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Dra. Inmaculada González Güemes

Profesora Titular

Dpto. de Fundamentos del Análisis Económico

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Avda. Valle Esgueva 6

47011 Valladolid

Tel: + 34 983 184423

Fax: + 34 983 423299

Email: [gonzalez@eco.uva.es](mailto:gonzalez@eco.uva.es)

## Idioma en que se imparte

Castellano