

Plan 467 GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Asignatura 45638 ECONOMÍA INDUSTRIAL

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

OPTATIVA

Créditos ECTS

6

Competencias que contribuye a desarrollar

G1: Poseer y comprender conocimientos básicos de Economía que, partiendo de la base de la Educación Secundaria General, alcancen el nivel propio de los libros de texto avanzados e incluyan, también, algunos aspectos que se sitúan en la vanguardia de la Ciencia Económica.

G3: Tener la capacidad de reunir e interpretar datos e información relevante desde el punto de vista económico para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas de índole social, científica o ética.

G4: Poder transmitir (oralmente y por escrito) información, ideas, problemas y soluciones de índole económica, a públicos especializados y no especializados de forma ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.

E1: Conocer los principales modelos económicos que explican el comportamiento de los agentes individuales y de las organizaciones (Administraciones Públicas, empresas, instituciones sin ánimo de lucro, etc.), así como las leyes que gobiernan el funcionamiento de los mercados específicos y la determinación de los precios relativos.

E5: Conocer y comprender el marco jurídico, privado y público, regulador de los diferentes agentes económicos, los sectores productivos y el mercado, así como el contexto histórico, social, cultural, empresarial, financiero y comercial en el que se desarrollan los hechos económicos.

E6: Adquirir la formación básica para la actividad investigadora, siendo capaces de formular hipótesis, recoger e interpretar la información para la resolución de problemas de carácter económico siguiendo el método científico.

E11: Buscar, filtrar, procesar e interpretar económicamente diversas fuentes de información (bibliografías, estadísticas, etc.), mediante diferentes herramientas, incluyendo los recursos telemáticos.

E12: Conocer y aplicar en la resolución de problemas económicos las distintas técnicas de análisis cuantitativo y cualitativo.

T1: Capacidad para comunicarse de forma fluida, tanto oral como escrita, en castellano.

T2: Capacidad para leer, comprender y redactar textos en inglés, y en su caso, otros idiomas extranjeros.

T4: Desarrollo de la capacidad de trabajo en equipo y la coordinación de personas

Objetivos/Resultados de aprendizaje

- Adquirir una visión amplia de las diferentes actuaciones de carácter estratégico que llevan a cabo las empresas y que afectan a decisiones como el gasto en publicidad o en I+D, la inversión en capacidad, la diversificación de producto, etc.

- Aprender a valorar su incidencia sobre la competitividad del mercado e identificar la competitividad como un valor susceptible de ser defendido, identificando los organismos encargados de esta tarea y conociendo el modo en que se desarrolla.

Contenidos

La organización del mercado y el comportamiento de la empresa. El monopolio. El oligopolio. La creación de barreras de entrada. La diversificación de producto. La integración vertical. Las fusiones horizontales y la defensa de la competencia.

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Clases teóricas en las que se plantearán los contenidos básicos iniciales de cada tema.

Actividades de carácter práctico tanto de manera individual como en grupo, con el fin de profundizar en la adquisición de conocimientos.

Tutorías para plantear las dudas que puedan surgir.

Crterios y sistemas de evaluaci3n

- Resoluci3n de ejercicios y pr3cticas de manera individual por parte del alumno.
- Participaci3n en la realizaci3n de trabajos y actividades en grupo.
- Prueba de evaluaci3n individual sobre los conocimientos adquiridos.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Clases te3ricas en las que se expondr3n los contenidos b3sicos iniciales de cada tema.

Actividades de car3cter pr3ctico desarrolladas tanto de manera individual como en grupo, con el objeto de profundizar en la adquisici3n de conocimientos.

Tutor3as para plantear las dudas que puedan surgir.

Calendario y horario

Publicado en la web del centro

Tabla de Dedicaci3n del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

Clases te3ricas

36

Estudio y trabajo aut3nomo individual

70

Clases pr3cticas

20

Estudio y trabajo aut3nomo grupal

20

Laboratorios

Documentaci3n: Consultas bibliogr3ficas, Internet....

Pr3cticas externas, cl3nicas o de campo

Tutor3as y seminarios, incluyendo presentaci3n de trabajos y ejercicios propuestos

Evaluaci3n y otras actividades

4

Total presencial

60

Total no presencial

90

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya informaci3n de contacto y breve CV en el que aparezcan sus lineas de investigaci3n y alguna publicaci3n relevante)

Carmen Garc3a Prieto. E-mail: cgp@eco.uva.es. Tfno: 983 186316.

Facultad de Ciencias Econ3micas y Empresariales. Despacho 310

Idioma en que se imparte

Esp3nol