



## Proyecto docente de la asignatura

<b>Asignatura</b>	INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA ECONÓMICA		
<b>Materia</b>	TEORÍA ECONÓMICA		
<b>Módulo</b>	ENTORNO ECONÓMICO		
<b>Titulación</b>	GRADO EN COMERCIO		
<b>Plan</b>	418	<b>Código</b>	40982
<b>Periodo de impartición</b>	PRIMER SEMESTRE	<b>Tipo/Carácter</b>	BASICA
<b>Nivel/Ciclo</b>	GRADO	<b>Curso</b>	PRIMERO
<b>Créditos ECTS</b>	6		
<b>Lengua en que se imparte</b>	ESPAÑOL		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	ELENA FERNÁNDEZ ALONSO MARIA ANGELES IGLESIAS MADRIGAL		
<b>Departamento(s)</b>	ECONOMÍA APLICADA		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	<a href="mailto:elena@emp.uva.es">elena@emp.uva.es</a> <a href="mailto:marian@emp.uva.es">marian@emp.uva.es</a>	Tfno: 983 42 3760 983 18 48 68	



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

---

### 1.1 Contextualización

---

La asignatura Introducción a la Teoría Económica forma parte de las materias de Teoría Económica dentro del módulo de Entorno Económico. Se imparte en el primer cuatrimestre del primer curso del plan de estudios. Su ubicación responde a que esta asignatura proporciona conocimientos y competencias básicas para el estudio y comprensión de la realidad económica que son necesarios para el correcto desarrollo de otras asignaturas impartidas en los cursos posteriores.

### 1.2 Relación con otras materias

---

Relacionada con las asignaturas pertenecientes al módulo de Entorno Económico

### 1.3 Prerrequisitos

---

NINGUNO





## 2. Competencias

### 2.1 Generales

G1. Demostrar poseer y comprender conocimientos en el área del Comercio a partir de la base de la educación secundaria general a un nivel que, apoyado en libros de texto avanzado, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia en el estudio de la actividad comercial.

G2. Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente a la actividad comercial de las empresas y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del departamento comercial de una empresa en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación tecnológica constante.

G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes, dentro del área comercial, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

G4. Poder transmitir en español y en otra lengua (inglés, francés o alemán), tanto de forma oral como escrita, información, ideas, conocimientos, problemas y soluciones del ámbito comercial, resultados de los análisis, propuestas de actuación o negocio, los fundamentos y razones últimas de los mismos, de forma clara, concisa y comprensible tanto a públicos especializados como no especializados.

G5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias que permitan al alumno continuar formándose en la actividad comercial y en otras facetas de la gestión empresarial con un alto grado de autonomía.

G6. Adquirir una visión global y multicultural, aplicando los conocimientos y habilidades necesarias para organizar, dirigir y gestionar el área comercial de una empresa en el actual contexto económico.

### 2.2 Específicas

E5. Ser capaz de aplicar políticas comerciales eficaces

E16. Comprender los principios del comportamiento del consumidor y las variables que lo condicionan.

E25. Conocer los conceptos fundamentales de la economía



### 3. Objetivos

El objetivo de esta asignatura es que el alumno comprenda el funcionamiento básico de una economía de mercado, entendiendo las posibilidades y limitaciones de la política económica. Además el alumno se familiarizará con los conceptos y textos de carácter económico, lo que le facilitará la toma de decisiones económicas en su vida diaria.

### 4. Contenidos

- Conceptos y problemas fundamentales de la economía
- Demanda, Oferta y Mercado
- La producción y los costes
- Tipos de mercado.
- Producción y crecimiento
- Dinero e inflación
- El desempleo
- Oferta y demanda Agregada
- Una economía abierta.

### 5. Métodos docentes y principios metodológicos

Clases magistrales, donde se presentarán los conceptos y procedimientos asociados a la ciencia económica. Realización de prácticas para el seguimiento individual o grupal del proceso de aprendizaje, mediante el planteamiento y resolución de problemas, comentarios de textos económicos y análisis de casos prácticos tomados de la actualidad económica.

**6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura**

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	30	Trabajo y preparación exámenes	87
Clases prácticas	30		
Evaluación	3		
Total presencial	<b>63</b>	Total no presencial	<b>87</b>

**7. Sistema y características de la evaluación**

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Evaluación del trabajo del alumno, participación en las clases y realización de controles	30-40%	
Evaluación bloques temáticos	70-60%	

**CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

- **Convocatoria ordinaria:**  
Los alumnos pueden realizar evaluación continua a lo largo del curso con la realización de controles y pruebas tipo test o bien realizar un único examen en la fecha oficial establecida en la Facultad de Comercio que supondrá el 100% de la calificación
- **Convocatoria extraordinaria:**  
Examen único que podrá contener preguntas tipo test, teóricas o ejercicios prácticos

**8. Consideraciones finales**