



Proyecto docente de la asignatura

Asignatura	MICROECONOMIA		
Materia	TEORIA ECONOMICA		
Módulo	ENTORNO ECONOMICO		
Titulación	GRADO EN COMERCIO		
Plan	418	Código	
Periodo de impartición		Tipo/Carácter	OPTATIVA
Nivel/Ciclo	GRADO	Curso	3
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	ESPAÑOL		
Profesor/es responsable/s	Elena Fernández Alonso		
Departamento(s)	Economía Aplicada		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	elena@emp.uva.es 983423760		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Forma parte de las materias de Teoría Económica dentro del módulo de Entorno Económico. Se imparte en el segundo cuatrimestre del tercer curso del plan de estudios, al ser una asignatura destinada a estudiantes que ya tienen unos conocimientos básicos de economía.

1.2 Relación con otras materias

Relacionada especialmente con la asignatura Introducción a la Teoría Económica y con el resto de asignaturas del módulo Entorno Económico.

1.3 Prerrequisitos

Es conveniente que el estudiante haya superado la asignatura Introducción a la Teoría Económica cursada en el primer curso académico.

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.

Competencias transversales:

T1. Adquirir la habilidad de aprendizaje y conocimiento de la bibliografía así como de las fuentes permanentes de información documental y estadística que le doten de la capacidad necesaria para continuar estudiando, investigando o aprendiendo de forma permanente y autónoma.

T2. Alcanzar las habilidades necesarias para una correcta utilización de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en el ámbito de estudio y contexto profesional, como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, aprendizaje, trabajo cooperativo y para la gestión de cualquier operación comercial.

T3. Aprender a comprender y respetar la diversidad social y la multiculturalidad como un componente enriquecedor personal y colectivo, con el fin de desarrollar la convivencia entre las personas sin incurrir en distinciones de sexo, edad, religión, etnia, condición social o política.

T4. Saber comportarse de manera íntegra y consecuente con los principios y valores personales y profesionales (compromiso ético) teniendo en cuenta los distintos instrumentos éticos puestos a su disposición. Esto implica



conocer los instrumentos éticos que regulan sus actuaciones profesionales, actuar con integridad y rectitud ante cualquier situación, incluso en situaciones desfavorables para sus propios intereses, ser respetuosos con las normas y leyes sin necesidad de ser vigilados o controlados, así como saber reconocer, aceptar y responsabilizarse de los errores cometidos y de sus posibles consecuencias.

T5. Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, aceptando o refutando mediante razonamientos lógicos los argumentos de los demás y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.

T6. Ser creativo, con iniciativa y espíritu emprendedor, consiguiendo la habilidad de ofrecer soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales, así como tener una buena predisposición a actuar de forma proactiva, poniendo en acción las ideas en forma de actividades y proyectos con el fin de explotar las oportunidades al máximo, asumiendo los riesgos necesarios.

T7. Ser capaz tanto de reconocer situaciones nuevas (tanto en el entorno competitivo en el que va a desarrollar su labor profesional como en las metodologías de trabajo cambiantes), como de adaptarse a los cambios con versatilidad y flexibilidad.

T8. Saber desarrollar y mantener un trabajo de calidad de acuerdo a las normas y gestionar por procesos utilizando indicadores de calidad para su mejora continua, mediante la utilización de indicadores que evalúan el progreso y los resultados, mediante una planificación y realización correcta de las actividades, buscando la mejora de forma permanente en todo lo que se hace, y mediante la participación en los procesos de autoevaluación asumiendo responsabilidades tanto como evaluador como evaluado.

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

La teoría microeconómica constituye el núcleo del análisis económico moderno y constituye el fundamento analítico de cuestiones y prácticas que se ven en otras asignaturas. El objetivo básico de la disciplina es ofrecer una visión completa pero asequible de la economía de mercado como forma de organización social, así como el estudio del comportamiento de los distintos agentes económicos que, en esencia, se trata de una respuesta frente a diferentes estímulos, económicos o de otro tipo.

El Programa está estructurado en cuatro partes:

1. Análisis del comportamiento de los agentes económicos: teoría del consumo (economías domésticas)
2. Análisis del comportamiento de los agentes económicos: teoría de la producción y de los costes (empresas).
3. Estudio de la formación de los precios en los diferentes tipos de mercados: competencia perfecta, monopolio, oligopolio, etc. El mercado competitivo sirve de modelo teórico ideal y punto de referencia para estudiar situaciones más cercanas a la realidad como son las de competencia imperfecta.
4. Por último, los temas dedicados al Equilibrio General y Economía del Bienestar permiten la evaluación de un sistema económico en su conjunto, analizar los fallos de una economía de mercado y las posibilidades de la intervención pública y sus distintas actuaciones.

4. Contenidos

BLOQUE 1. COMPORTAMIENTO DE LOS AGENTES ECONÓMICOS: EL CONSUMO

BLOQUE 2. COMPORTAMIENTO DE LOS AGENTES ECONÓMICOS: la producción

BLOQUE 3. ANALISIS DE DIFERENTES ESTRUCTURAS DE MERCADO



BLOQUE 4. EQUILIBRIO GENERAL Y ECONOMÍA DEL BIENESTAR

5. Métodos docentes y principios metodológicos

- Clases magistrales, donde se presentarán los conceptos y procedimientos asociados a la ciencia económica.
- Clases 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 autónomo alumno	40
Clases prácticas	30	Realización de informes, trabajos, memorias	22
Evaluación	3	Preparación orientada a la evaluación	25
Total presencial	63	Total no presencial	87

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Realización controles por bloques temáticos	60-70%	
Pruebas al final de cada tema.	40-30%	
Los alumnos que no superen la evaluación continua podrán realizar un examen final, que supondrá el 100% de la calificación.		

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
<p>Convocatoria ordinaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p>Convocatoria extraordinaria:</p> <p>Examen único que podrá contener preguntas tipo test, teóricas o ejercicios prácticos</p>



8. Consideraciones finales
