

TITULACIÓN: GRADO EN TURISMO

1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **ECONOMÍA I**

Curso: PRIMERO

Semestre: PRIMERO

Tipo (Formación Básica/Obligatoria/Optativa): Formación Básica

Horas de clase semanales: 4

Créditos totales (ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2009

Profesor: Juan Carlos García Argenté

Dirección juancarlos.garcia@eusa.es

2. DESCRIPTORES

Esta asignatura trata de dotar al estudiante del Grado en Turismo de conocimientos en Economía que le permitan obtener una visión global del funcionamiento de la economía en todos sus aspectos. Por lo tanto, cubre conceptos microeconómicos (el funcionamiento del mercado, la oferta y la demanda).

3. SITUACIÓN

CONOCIMIENTOS Y DESTREZAS PREVIOS:

No se consideran requisitos previos específicos.

RECOMENDACIONES:

Aconsejable disponer de ordenador en clase.

ADAPTACIONES PARA ESTUDIANTES CON NECESIDADES ESPECIALES (ESTUDIANTES EXTRANJEROS, ESTUDIANTES CON ALGUNA DISCAPACIDAD, ...)

Sin comentario

4. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

Objetivos

Objetivos generales: que los alumnos adquieran competencias teóricas y prácticas sobre el funcionamiento de los procesos de producción.

Igualmente, deben comprender cómo funcionan los mercados comunicativos con sus particularidades diferenciadoras. Por ello, el análisis general será particularizado especialmente en los mercados de mayor trascendencia económica, social y cultural: televisión, cine e Internet. Esto supone abordar desde la perspectiva de los medios de comunicación de masas, temas de actualidad económica como la globalización, la liberalización comercial, etc. También deberán comprender la política económica aplicada sobre el sector

Competencias transversales genéricas:

Competencias básicas:

B1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, que suele encontrarse a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

B2. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos al trabajo o vocación propia 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 de su área de estudio.

B3. Que los estudiantes tengan la capacidad para reunir e interpretar datos relevantes en el ámbito de la arquitectura económica, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

B4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

B5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades básicas de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales:

G06. Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada, adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de una campaña de comunicación.

G07. Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos.

G08. Fomentar el espíritu emprendedor.

G09. Fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y los valores democráticos y de la cultura de la paz.

Competencias específicas:

E01. Conocimientos fundamentales de las Ciencias Sociales y del entorno económico, político, social y cultural que lo capacite para interactuar con la sociedad.

E13. Conocer las estructuras de las organizaciones, como son las ONG, partidos políticos, sindicatos, organizaciones sociales, etc.

E15. Conocimiento del estado del mundo y de su evolución histórica reciente, con especial atención a Europa, Iberoamérica y el área mediterránea, así como de la comprensión de sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).

E16. Capacidad para analizar y definir temas de interés dentro del campo de la comunicación que estén en relación con los ámbitos económicos y empresariales y perspectivas de análisis alternativos propuestos desde esta disciplina.

E17. Estudio y evolución de los aspectos industriales, sociales y estéticos que inciden en la publicidad.

E40. Capacidad y habilidad para evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa desde la perspectiva de las ciencias sociales.

5. CONTENIDOS O BLOQUES TEMÁTICOS

La ciencia económica y el turismo

Los sujetos económicos y el funcionamiento de la economía

La conducta del demandante de bienes y servicios turísticos

La demanda de bienes y servicios turísticos

La oferta de bienes y servicios turísticos

El funcionamiento de los mercados

Producción de bienes y servicios turísticos

Costes en el sector turístico

Mercado de competencia perfecta

Competencia monopolística

Oligopolio

La teoría de la distribución

6. TEMARIO DESARROLLADO

BLOQUE I: Introducción

Tema 1. LOS PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA ECONOMÍA

1. Introducción
2. Decisiones económicas
3. Los bienes económicos y los factores de producción
4. La microeconomía y la macroeconomía

BLOQUE II: Análisis Microeconómico

Tema 2. LA DEMANDA, LA OFERTA Y EL MERCADO

1. EL mercado
2. La demanda
3. Determinantes de la demanda
4. La oferta
5. Determinantes de la oferta
6. El equilibrio
7. La fijación de precios
8. La demanda de los consumidores
9. La ley de los rendimientos decrecientes

Tema 3. LA ELASTICIDAD

1. Definición
2. La elasticidad-precio de la demanda
3. Los determinantes de la elasticidad-precio de la demanda
4. Otras elasticidades de la demanda
5. La elasticidad-precio de la oferta

Tema 4. EL COMPORTAMIENTO ECONÓMICO DE LOS CONSUMIDORES

1. La conducta de los consumidores: enfoque cardinal
2. La ley de la utilidad marginal decreciente
3. La conducta de los consumidores: enfoque ordinal

Tema 5. LA EMPRESA Y LA PRODUCCIÓN

1. Teoría de la oferta
2. Decisiones empresariales
3. La función de producción a corto plazo
4. Los costes de producción
5. La producción a largo plazo
6. La eficiencia técnica y la eficiencia económica

Tema Apéndice. LA ESTRUCTURA DEL MERCADO

1. La competencia
2. El monopolio

7. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

La metodología docente se basará primordialmente en el desarrollo de presentaciones dialogadas con el grupo de estudiantes, seguido de resolución de cuestiones relacionadas a contenidos y la presentación de informes relacionados con los contenidos de cada tema. Se fomentará la discusión entre el alumnado y el trabajo en equipo.

Los contenidos y ejercicios serán expuestos por el profesor en el aula, con la participación activa de los estudiantes. El profesor propondrá ejercicios para desarrollar, algunos de los cuales se elaborarán y corregirán en clase y otros serán desarrollados por los estudiantes fuera de clase.

8. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Tanto la asistencia, como la realización de ejercicios, la entrega de trabajos y el trabajo en equipo tendrán mucha importancia a la hora de la nota final.

Sistema de evaluación para los estudiantes que lleguen al 80% de asistencia a clase (modalidad A):

1. Actividades en clase y trabajos individuales. Participación. Su porcentaje será del 30%.
2. Trabajos en grupo: 10%
3. Examen final convocatoria 60%

Sistema de evaluación alternativo (modalidad B): Aquellos alumnos que no superen el 80% de asistencia a clase serán evaluados con la calificación obtenida en el examen final.

En cualquiera de los dos sistemas es imprescindible superar en 5 sobre 10 cualquiera de las herramientas de evaluación previstas.

En la SEGUNDA y TERCERA convocatoria, se evaluará con la nota obtenida en el correspondiente examen. En el momento que un estudiante que está siendo evaluado por la modalidad A supere el 25% de faltas de asistencia, pasará a ser evaluado por la modalidad B, y todas las calificaciones obtenidas en herramientas de evaluación que estén programadas para la modalidad A y que no se encuentren en la modalidad B dejarán de tener validez.

El uso continuado e inapropiado de ipad y teléfonos móviles en clase implicará que el alumno no participa de la misma, por lo tanto, no se le contabilizará la asistencia.

9. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

GENERAL

- Cuervo-Arango Martínez, C. Y Trujillo del Valle, J.A., INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA, México, Ed. McGraw Hill.
- Gimeno Ullastres, J.A. y Guirola López, J.M. INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA. LIBRO DE PRÁCTICAS. Ed. McGraw Hill.
- Richard G. Lipsey, K. Alec Chrystal (1999) Introducción a la economía positiva. Barcelona Vicens-Vives
- Samuelson P.A., Nordhaus W.D. (2006) Economía. Madrid: McGraw-Hill-Interamericana de España

OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN (DIRECCIONES DE INTERNET)

- OMT: www.world-tourism.org
- Secretaría de Estado de Comercio y Turismo: www.mcx.es
- IET: www.iet.tourspain.es
- INE: www.ine.es
- Instituto Nacional de Consumo: www.consumo-inc.es
- UE-Eurostat: www.europa.int/comm/eurostat
- Junta de Andalucía: www.juntadeandalucia.org
- Consejería de Turismo: www.ctd.juntadeandalucia.es/turismo