

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



**GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES
PÚBLICAS**

**PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA
UNIVERSITARIA**

GUÍA DOCENTE

PRINCIPIOS DE ECONOMIA

CURSO ACADÉMICO 2015-2016

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

Título:	GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
Facultad:	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Departamento/Instituto:	PUBLICIDAD
Módulo:	ECONOMÍA
Denominación de la asignatura:	PRINCIPIOS DE ECONOMÍA
Código:	18005
Curso:	PRIMERO
Semestre:	PRIMERO
Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa):	BÁSICA
Créditos ECTS:	6
Modalidad/es de enseñanza:	PRESENCIAL
Lengua vehicular:	CASTELLANO
Página web:	www.ucjc.edu

2. REQUISITOS PREVIOS.

Esenciales:

Los propios del título.

Aconsejables:

Conocimientos previos sobre la estructura institucional nacional e internacional en el ámbito político y económico, y de las relaciones entre ellas.

Es aconsejable la consulta de las siguientes obras: a) para la inmersión en los estudios universitarios, vid. *Innovación docente en los nuevos estudios universitarios* (Valencia: Tirant, 2013); b) específicamente en CC. Jurídicas y Sociales (incluidas CC. Económicas y Empresariales), vid. *Estudios de cultura político-jurídica* (Madrid: Delta, 2010); vid. bibliografía final.

3. SENTIDO Y APORTACIONES DE LA ASIGNATURA AL PLAN DE ESTUDIOS.

Campo de conocimiento al pertenece la asignatura.

Se trata de una asignatura básica de los Grados de Periodismo y dobles titulaciones. Guarda relación con las CC. Económicas y Empresariales, y su clasificación UNESCO: 5307 Teoría Económica (5307.03 Modelos y Teorías del Desarrollo Económico; 5307.12/5310.09 Teoría del Comercio Internacional; 5307.14 Teoría Macroeconomía; 5307.15 Teoría Microeconómica); 5308 Economía General (5308.01 Metodología Económica; 5308.02/6114.06 Comportamiento del Consumidor; 5308.03/5506.06 Historia del Pensamiento Económico); 5310 Economía Internacional (5310.04 Operaciones Comerciales Internacionales; 5310.05 Política Económica Internacional; 5310.09/5304.04 y 5307.12 Relaciones Comerciales Internacionales); 5311/3310 Organización y Dirección de Empresas (5311.01/6114.01 Publicidad); 5605 Legislación y Leyes Nacionales (5605.06 Derecho Fiscal).

Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum.

Principios de Economía se imparte en primero y es fundamental su comprensión para poder entender otras asignaturas del Grado, especialmente las relacionadas con Empresa, Relaciones Internacionales, Protocolo, Organización de Actos y Producción de eventos.

Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura.

Dotar al alumno de instrumentos necesarios para mejorar su percepción del mundo y el funcionamiento actual de la sociedad, permitiendo así un mejor desarrollo de las competencias que adquiere a lo largo del programa del Grado.

Acercar al alumno al complejo sistema económico que impera en las relaciones nacionales e internacionales, facilitándole la capacidad de comprensión de las relaciones comerciales y dinerarias, ubicándolo en el mercado internacional y su función orientada al sector de la organización de eventos.

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE EN RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA.

COMPETENCIAS BÁSICAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LAS COMPETENCIAS BÁSICAS
<p>CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar 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</p>	<p>Resultado de aprendizaje CB1. Aplicar los conocimientos de la Publicidad y Relaciones Públicas vinculados a las nuevas tecnologías.</p> <p>Aplicar los conocimientos teóricos de la Publicidad y las Relaciones Públicas a problemas de comunicación.</p>
<p>CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean 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</p>	<p>Resultado de aprendizaje CB2. Aplicar los conocimientos del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico en la interacción comunicativa con la sociedad.</p>
<p>CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética</p>	<p>Resultado de aprendizaje CB3. Analizar de manera crítica problemas sociales y éticos desde el ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas</p>
<p>CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado</p>	<p>Resultado de aprendizaje CB4. Transmitir sus ideas y soluciones a problemas propuestos desde el ámbito de la comunicación desde una perspectiva oral y escrita.</p>
<p>CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía</p>	<p>Resultado de aprendizaje CB5. Analizar de manera crítica situaciones de comunicación de manera que pueda asumir responsabilidades de gestión.</p>

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
<p>CE11 - Capacidad para el estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección. En</p>	<p>Resultado de aprendizaje CE11. Establecer objetivos de comunicación, estrategias de Dirección de Comunicación Conocimiento de la comunicación específica de los mercados y productos financieros</p>

especial la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa, y de los mercados y de los productos financieros.	
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.	Resultado de aprendizaje CE2. Aplicar los conocimientos del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico en la interacción comunicativa con la sociedad.
CE25 - Capacidad para aplicar el conocimiento y realizar el análisis económico y social de las empresas de Publicidad y Relaciones Públicas: aspectos jurídicos fiscales y de relaciones laborales. Su relación con el mercado. Financiación y sistemas de información. Conocimiento de la comunicación específica de los mercados y productos financieros.	Resultado de aprendizaje CE25. Aplicar el conocimiento del análisis económico y social de las empresas de Publicidad y Relaciones Públicas: aspectos jurídicos fiscales y de relaciones laborales. Su relación con el mercado.
CE4 - Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.	Resultado de aprendizaje CE4. Identificar los procesos del trabajo en equipo
CE5 - Preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir, pasando de la idea a la estrategia en casos de comunicación	Resultado de aprendizaje CE5. Diseñar estrategias acordes con la materia
CE7 - Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad.	Resultado de aprendizaje CE7. Financiación y sistemas de información. Redactar presupuestos económicos relacionados con la materia

5. CONTENIDOS / TEMARIO / UNIDADES DIDÁCTICAS

Contenidos: esta asignatura pretende ser una útil herramienta económico-empresarial para el profesional del Protocolo y la Comunicación (incluida Publicidad), al ofrecer las bases normativas e institucionales del vigente régimen, en su correcto y solemne desenvolvimiento. Se trata de una simbiosis perfecta, pues los Principios de Economía permiten disponer de criterios elementales y permanentes del juego económico-empresarial, que el Protocolo y la Comunicación terminan de concretar y ordenar para cada ámbito de operaciones (doméstico, exterior e internacional).

Temario y Unidades Didácticas (vid. bibliografía):

PARTE I: INTRODUCCIÓN.

TEMA 1. CIENCIA ECONÓMICA.

- 1.1.- Economía, empresa y protocolo/comunicación: nociones y principios.
- 1.2.- Origen y desarrollo de la Ciencia Económica: etapas y autores.

PARTE II: MICROECONOMÍA.

TEMA 2. OFERTA Y DEMANDA. EL MERCADO.

- 2.1.- Oferta y demanda: nociones.
- 2.2.- Mercado y globalización: reformulación de mercados y relaciones.
- 2.3.- Instituciones Económicas internacionales y sus protocolos.

TEMA 3. CONSUMIDOR Y COMPETENCIA.

- 3.1.- Consumidores y usuarios: nociones.
- 3.2.- Derecho de la competencia: normas e instituciones.

TEMA 4. EMPRESA: PRODUCCIÓN Y COSTES.

- 4.1.- Empresa y empresario: nociones.
- 4.2.- Relaciones dentro y fuera de la empresa.

TEMA 5. MERCADOS: COMPETENCIA PERFECTA E IMPERFECTA.

- 5.1.- Competencia perfecta: libre mercado.
- 5.2.- Competencia imperfecta: monopolio, oligopolio, cartel.
- 5.3.- Competencia mixta: libre mercado y planificación.

PARTE III: MACROECONOMÍA.

TEMA 6. MEDICIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA.

- 6.1.- Demanda y oferta agregada: nociones.
- 6.2.- Instituciones involucradas y su protocolo.

TEMA 7. PROBLEMAS MACROECONÓMICOS.

- 8.1.- Crecimiento y equilibrio económico: nociones.
- 8.2.- Crisis, problemas y retos.

PARTE IV: FINANZAS.

TEMA 8. PRINCIPIOS FINANCIEROS.

- 8.1.- Dinero: nociones.
- 8.2.- Mercados financieros: banca, valores y seguros.
- 8.3.- Instituciones involucradas y su protocolo.

6. CRONOGRAMA

Parte I: Introducción (Tema 1: teoría, práctica, control)	Septiembre
Parte II: Microeconomía (Temas 2-5: teoría, práctica, control)	Octubre
Parte III: Macroeconomía (Temas 6-7: teoría, práctica, control)	Noviembre Diciembre
Parte IV: Finanzas (Tema 8: teoría, práctica, control, prueba final de conocimiento)	Enero

7. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DE ENSEÑANZA

MODALIDAD ORGANIZATIVA	MÉTODO DE ENSEÑANZA	COMPETENCIAS RELACIONADAS	HORAS PRESENC.	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	TOTAL DE HORAS
Clase Magistral	Lección magistral y aprendizaje participativo	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5	27	3	30
Prácticas en clase programadas por el profesor	Estudio de casos Aprendizaje basado en problemas	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE11, CE2, CE25, CE4, CE5, CE7	14	1	15
Trabajos prácticos guiados por el profesor y exposición de los mismos	Estudio de casos Aprendizaje basado en problemas	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE11, CE2, CE25, CE4, CE5, CE7	4	6	10
Trabajo autónomo del alumno	Estudio de casos Aprendizaje basado en problemas	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE11, CE2, CE25, CE4, CE5, CE7	0	60	60
Tutorías de seguimiento y orientación		Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5	7	6	13
Tutorías de seguimiento y orientación a través de la plataforma digital. programadas por el profesor	Aprendizaje orientado a proyectos Aprendizaje basado en problemas	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5	0	2	2
Elaboración de un portfolio con noticias y artículos relacionados con la materia	Revisión del portafolio, realización de simulacros	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE11, CE2, CE25, CE4, CE5, CE7	4	1	5
Estudio de casos	Estudio de casos Aprendizaje basado en problemas	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5	3	2	5
Discusiones y debate	Aprendizaje cooperativo	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE11, CE2, CE25, CE4, CE5, CE7	2	1	3
Lectura y comentario de bibliografía propuesta	Aprendizaje cooperativo	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE11, CE2, CE25, CE4, CE5, CE7	4	3	7
Total de horas			65	85	150

8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
Pruebas de evaluación de desarrollo y con ejercicios prácticos	Pruebas de autoevaluación (tests).	50%
Realización de prácticas y ejercicios puntuales	Prácticas obligatorias y complementarias para el portafolio (resúmenes, reseñas, etc.).	15%
Participación y asistencia a clase	Participación activa (debates, resolución de prácticas, etc.).	10%
Elaboración de portafolio		25%

CONSIDERACIONES GENERALES ACERCA DE LA EVALUACIÓN:

CONVOCATORIA ORDINARIA:

Se valorará especialmente la asistencia continuada a las clases, la participación en las diferentes actividades propuestas por el profesor y cualquier iniciativa original que parta del alumno. La nota de evaluación continua (50% de la nota final), únicamente será considerada si el alumno asiste, al menos, al 75% de las clases de la asignatura. En caso de asistencia por debajo de ese porcentaje, el alumno sólo podrá ser evaluado mediante el examen final (50% de la nota).

Además de las clases y tutorías, se usará Blackboard y email como vehículo principal de comunicación entre el profesor y los alumnos.

El examen constará de dos partes: una primera, de tipo test (20 preguntas, siendo necesario responder correctamente a 15 para aprobar), más una segunda, de preguntas o ejercicios de desarrollo (e.g. comentario de texto, dictamen). Cada parte tiene un valor de 5 puntos.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Los alumnos que suspendan la asignatura en la convocatoria ordinaria deberán presentarse de nuevo en la extraordinaria, que tendrá similar formato a la ordinaria (vid. infra).

FALTAS DE ORTOGRAFÍA:

Se tendrá en cuenta los criterios de la Facultad sobre la ortografía: como regla general, una falta grave supe un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves son dos puntos menos, y tres faltas graves, un suspenso en el ejercicio o evaluación. Respecto a las faltas de ortografía consideradas leves (acentos y mayúsculas), cada dos faltas leves, suponen una grave con la misma equivalencia.

FALTAS DE INTEGRIDAD EN EL AULA

Se entiende por tales: la ausencia de citación de fuentes, plagios de trabajos, uso indebido/prohibido de información durante los exámenes, etc., así como firmar en los partes por otro compañero, o entrar en conflicto causante de desorden, implicará todo ello la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas por la Universidad.

9. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

Bibliografía básica

Apuntes y prácticas en Blackboard.

Fernández, M.A.: *Principios de Economía*, Madrid: Ed. Roble (última edic.)

Bibliografía complementaria

Bibliografía:

Bort, A.: *Teoría económica (introducción)*, Madrid: UNED (última edic.)
Bustos, A.: *Hacienda Pública*, Valencia: Tirant (última edic.)
Cabrera, A., et al.: *Economía*, Madrid: SM (última edic.)
Font, J.I., Miranda, L.M.: *Competencia desleal y antitrust*, Madrid: Marcial Pons (última edic.)
Green, H.A.: *Teoría del consumidor*, Madrid: Alianza (última edic.)
Mankiw, N.G.: *Principios de Economía*, Madrid: McGraw-Hill (última edic.)
Mochón, F.: *Principios de Economía*, Madrid: MacGraw-Hill (última edic.)
Prados, J.: *Introducción al estudio de la Economía Política*, Madrid: Guadiana (última edic.)
Samuelson P.A. , Nordhaus, W.D.: *Economía*, Madrid: McGraw-Hill (última edic.).
Sánchez-Bayón, A., et al. (coords.): *El efecto de la crisis y el futuro de la sociedad del bienestar*, Madrid: Delta/ASEPELT, 2012.

Páginas web:

1) Científico-académicas:

a) españolas (e.g. Dialnet, URL: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=1006863>; IAECoS, URL: www.iaecos.com);

b) internacionales (e.g. Academia.edu, URL:

<http://ucjc.academia.edu/antonios%C3%A1nchezbay%C3%B3n>; DePaul Univ., URL:

http://www.law.depaul.edu/academics/study_abroad/madrid_faculty.asp).

2) Técnico-profesionales (e.g. Despacho Wizner&co, URL:

<http://www.wiznerco.com/index.php/consejo-academico-cientifico>).

3) Institucionales:

European Central Bank, URL: www.ecb.int

Instituto Nacional de Estadística, URL: www.ine.es

Unión Europea, URL: http://europa.eu/index_es.htm

World Bank, URL: www.worldbank.org

World Trade Organization, URL: www.wto.org

10.- OBSERVACIONES

Lectura obligatoria: para inmersión en los estudios universitarios, especialmente, en Ciencias Sociales (Economía y Empresa), y sus aportaciones para entender el mundo, se podrá optar entre:

- Lombardero, L. (2015): *Transformación digital y competencias directivas* (prólogo de Antonio Sánchez-Bayón, p. 9-12, p. 175), Madrid: LID, 201 Books.

- Sánchez-Bayón, A. (2013): *Renovación de la Filosofía Social Iberoamericana*, Valencia: Tirant.

Habrará una visita institucional, cuya realización se recomienda encarecidamente.

Resulta crucial una buena y continuada comunicación con el equipo docente (al menos con el profesor titular de la asignatura), especialmente si concurren circunstancias que demanden de un plan personalizado de trabajo y seguimiento.