

GRAU EN TURISME I GESTIÓ DEL LLEURE

6012 - INTRODUCCIÓ A L'ECONOMIA

Informació general

- Tipus d'assignatura : Bàsica
- Coordinador : Alex Araujo Batlle
- Curs: Segon
- Trimestre: Primer
- Crèdits: 6
- Professorat:
 - Ivette Fuentes Molina <imolina@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Castellà

Castellà (80%), anglès (20%)

Competències que es treballen

Bàsica

- B2_ Que els estudiants sàpiguin aplicar els seus coneixements a la seva feina o vocació d'una forma professional i tinguin les competències que cal demostrar per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi
- B3_ Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi), per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants de caire social, científic o ètic

Específica

- E1_ Interpretar els principis del turisme en la seva dimensió espacial, social, cultural, política, laboral i econòmica i identificar tipologies i destinacions turístiques

General

- G1_ Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant enfront opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements
- G4_ Integrar els valors de justícia social, d'igualtat entre homes i dones, la igualtat d'oportunitats per a tots i especialment per a les persones amb discapacitat, de manera que els estudis d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació controbueixin a formar ciutadans i ciutadanes per a una societat justa, democràtica i que es basa en la cultura del diàleg i de la pau

Transversal

- T1_Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya
- T2_Mostrar disposició per conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional
- T3. Formular raonaments crítics i ben argumentats, emprant per a això terminologia precisa, recursos especialitzats i documentació que avali aquests arguments
- T4_Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin la por al risc
- T5_Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària
- T6.Desenvolupar tasques de manera autònoma amb una correcta organització i temporalització del treball acadèmic

Descripció

Conceptes bàsics de la ciència econòmica, els seus principis fonamentals i les pautes de funcionament que es deriven.

L'objectiu d'aquesta classe és familiaritzar als estudiants amb conceptes microeconòmics bàsics com a mercat, consumidors, costos i beneficis, oferta i demanda, entre altres.

Es discutiran i elaboraran mecanismes microeconòmics bàsics com la maximització de la utilitat, l'equilibri del mercat i l'optimització de beneficis dins del curs. Se centra l'atenció en el paper del govern en l'economia de mercat amb conceptes com a impostos, regulació de preus i externalitats.

Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la **Covid-19**. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent.

El Tecnocampus posarà a l'abast del professorat i l'alumnat les eines digitals necessàries per poder dur a terme l'assignatura, així com guies i recomanacions que facilitin l'adaptació a la modalitat no presencial.

Resultats d'aprenentatge

- Conèixer i comprendre els conceptes i principis bàsics del funcionament de les economies contemporànies -amb especial referència al sector turístic- emfatitzant en l'estudi dels mercats i els seus agents: empreses, consumidors, administracions públiques, i les interrelacions que existeixen entre ells.
- Diferenciar les diverses estructures econòmiques de mercat i analitzar la seva estratègia competitiva.
- Analitzar l'entorn microeconòmic i avaluar les estratègies de les empreses sota el seu entorn. Comprendre i aplicar els conceptes fonamentals i les lleis que regeixen l'economia de mercat: demanda i oferta de mercat, preus i quantitats d'equilibri, elasticitats, etc.
- Dominar els aspectes matemàtics de problemes econòmics i/o de l'empresa per a la presa de decisions.
- Identificar i interpretar models matemàtics simples aplicables a l'economia.

Metodologia de treball

Sessions teòriques MD1.

Classes magistrals: Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor/a en la qual assisteixen tots els estudiants matriculats a l'assignatura.

Aprenentatge dirigit MD5.

Seminaris: Format presencial en petits grups de treball (entre 14 i 40). Són sessions lligades a les sessions presencials de l'assignatura que permeten oferir una perspectiva pràctica de l'assignatura i en la qual la participació de l'estudiant és clau.

Aprenentatge autònom MD9.

Resolució d'exercici i problemes: Activitat no presencial dedicada a la resolució d'exercicis pràctics a partir de les dades subministrades pel professor.

MD11. Tutories no presencials.

Els estudiants disposaran de recursos telemàtics com el correu electrònic i els recursos de la intranet de la ESCSET.

Continguts

1. El concepte i el mètode en economia

- 1.1. Què és economia.
- 1.2. Metodologia de l'economia.
- 1.3. Economia normativa i economia positiva.
- 1.4. Aplicacions.
- 1.5. L'escassetat, l'elecció i factors productius.
- 1.6. La frontera de les possibilitats de producció (FPP).
- 1.7. Cost d'oportunitat.
- 1.8. Llei de rendiments decreixents.
- 1.9. Microeconomia i macroeconomia.
- 1.10. Representacions gràfiques en l'economia.
- 2. L'especialització, el intercanvi i el diner**
- 2.1. L'especialització i el intercanvi. Eficiència del mercat.
- 2.2. Avantatge absolut i comparatiu.
- 2.3. Economies d'escala.
- 2.4. Bescanvi i economia monetària: les funcions del diner.
- 3. Els mecanismes de mercat: l'oferta i la demanda**
- 3.1. Els determinants de la demanda i els seus desplaçaments.
- 3.2. Els determinants de l'oferta i els seus desplaçaments.
- 3.3. L'equilibri del mercat.
- 3.4. Les lleis de l'oferta i la demanda.
- 3.5. Aplicacions de l'anàlisi de l'oferta i demanda.
- 4. L'elasticitat de l'oferta i la demanda**
- 4.1. L'elasticitat de la demanda: preu, substitució i renda.
- 4.2. L'elasticitat de l'oferta.
- 4.3. L'elasticitat de l'ingrés dels productors i la despesa dels consumidors.
- 5. La teoria de l'elecció del consumidor.**
- 5.1. La restricció pressupostària.
- 5.2. Les preferències del consumidor. La perspectiva de gènere en el comportament de consumidor
- 5.3. L'optimització en l'elecció del consumidor.
- 5.4. La obtenció de la corba de la demanda.
- 6. El paper de l'Estat en economia**
- 6.1. La diversitat de les activitats econòmiques i agents econòmics.
- 6.2. Preus màxims i mínims (efectius i inefectius).
- 6.3. Externalitats (generalment).
- 7. L'empresa en un mercat de competència perfecte**
- 7.1. Maximització de beneficis en una empresa competitiva.
- 7.2. Demanda i ingrés marginal de l'empresa.
- 7.3. Òptim de producció i corba d'oferta de l'empresa a curt i llarg termini.
- 7.4. Resposta de l'empresa a variacions dels costos dels factors.
- 7.5. Mercats contestables: entrada i sortida d'empreses; externalitats.
- 8. Poder de mercat i fixació de preus**
- 8.1. El monopoli: ineficiència i cost social del monopoli.
- 8.2. Discriminació de preus.
- 8.3. Monopoli i monopsoni bilateral.

- 8.4. Integració vertical i preus de transferència.
- 8.5. Regulació dels monopolis.
- 8.6. Absència de comportaments estratègics (simultaneïtat d'accions): solució de Cournot i solució de Bertrand.
- 8.7. Comportaments estratègics (accions seqüencials): solució de Stackelberg.
- 8.8. Maximització conjunta de beneficis: col·lusió i càrtel.
- 8.9. Les barreres d'entrada.

9. Teoria de jocs i estratègia competitiva

- 9.1. Cooperació i conflicte.
- 9.2. Mecanismes alternatius de coordinació.
- 9.3. El marc institucional: els drets de propietat.
- 9.4. Equilibri de Nash i òptims de Pareto.
- 9.5. Equilibri perfecte de Nash en subjocs.

Activitats d'aprenentatge

Les classes combinen la teoria econòmica amb els exemples empíric.

L'assistència a totes les sessions és essencial per entendre el material de la assignatura. Assistència significa participació activa en les sessions presencials i estudi autònom fora de l'aula.

Durant el trimestre els alumnes desenvoluparan un treball empíric relacionat amb la situació microeconòmica del entorn, simulant una situació real on els coneixements teòrics serviran per assolir els reptes del treball.

Els seminaris s'imparteixen en format presencial. Són sessions lligades a les sessions presencials de l'assignatura que permeten oferir una aplicació pràctica de la realitat econòmica i en la qual la participació de l'estudiant és clau per ponderar la capacitat d'aplicar els conceptes teòrics al marc econòmic actual.

Sistema d'avaluació

La nota final d'aquest curs consistirà dels següents elements obligatoris:

Examen final: 50% (RECUPERABLE NOMÉS SI ES PRESENTA L'EXAMEN FINAL)

Treball en grup (50%) dividit en:

- Treball escrit de màxim 10 pàgines: 20% (RECUPERABLE)
- Presentació del treball escrit al final del curs: 10% (NO RECUPERABLE)
- Lliurament d'un conjunt d'exercicis i participació: 20% (NO RECUPERABLE)

És imprescindible aprovar totes les parts del curs amb una nota de 5 per aprovar el curs. La nota final de tall per aprovar l'assignatura serà un 5/10.

L'estudiant que no present l'examen final no podrà presentar-se a l'examen de recuperació.

L'estudiant només podrà recuperar l'examen final i no les parts de l'avaluació continuada.

Recursos

Bàsics

Bibliografies

- MANKIW, G. (2017) "Principles of Economics". Editorial: CENGAGE Learning; 8th Edition, Boston.

Complementaris

Bibliografies

- PARKIN, M. (2018) "Economía" Editorial: Pearson; 12ª Edición, México.
- SAMUELSON, P. A., NORDHAUS W. D. (2010). "Economía. Con aplicaciones a Latinoamérica". Editorial: McGraw Hill; Décimo novena Edición, México.
-

Wang, W., & Kim, S. (2019). Lady first? The gender difference in the influence of service quality on online consumer behavior. *Nankai Business Review International*.