

GRADO EN TURISMO Y GESTIÓN DEL OCIO

6012 - INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

Información general

- Tipo de asignatura : Básica
- Coordinador : Alex Araujo Battle
- Curso: Segundo
- Trimestre: Primero
- Créditos: 6
- Profesorado:
 - Ivette Fuentes Molina <imolina@tecnocampus.cat>

Idiomas de impartición

- Castellano

Castellano (80%), inglés (20%)

Competencias que se trabajan

Básica

- B2_ 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
- B3_ 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

Específica

- E1_ Interpretar los principios del turismo por lo que se refiere a su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica e identificar las tipologías de espacios y destinos turísticos y los principales agentes turísticos que operan en ellos, tanto públicos como privados

General

- G1_ Ser capaz de trabajar en equipo, participando activamente en las tareas y negociando ante opiniones discrepantes hasta llegar a posiciones de consenso, adquiriendo así la habilidad para aprender conjuntamente con otros miembros del equipo y crear nuevos conocimientos
- G4_ Integrar los valores de la justicia social, la igualdad entre hombres y mujeres, la igualdad de oportunidades para todos y especialmente para las personas con discapacidad, de manera que los estudios de Administración de Empresas y Gestión de la Innovación contribuyan a formar ciudadanos y ciudadanas para una sociedad justa, democrática y basada en la cultura del diálogo y de la paz

Transversal

- T1_ Comunicar con propiedad de forma oral y escrita en las dos lenguas oficiales en Cataluña

-

T2_Mostrar disposición para conocer nuevas culturas, experimentar nuevas metodologías y fomentar el intercambio internacional

- T3. Formular raonaments crítics i ben argumentats, emprant per a això terminologia precisa, recursos especialitzats i documentació que avali aquests arguments
- T4_Mostrar habilidades emprendedoras de liderazgo y dirección, que refuercen la confianza personal y reduzcan la aversión al riesgo
- T5_Dominar las herramientas informáticas y sus principales aplicaciones para la actividad académica y profesional ordinaria
- T6_Desarrollar tareas de manera autónoma con una correcta organización y temporalización del trabajo académico.

Descripción

Esta asignatura analiza los conceptos básicos de la ciencia económica, sus principios fundamentales y las pautas de funcionamiento que se derivan.

El objetivo de esta clase es familiarizar a los estudiantes con conceptos microeconómicos básicos como mercado, consumidores, costes y beneficios, oferta y demanda, entre otros.

Se discutirán y elaborarán mecanismos microeconómicos básicos como la maximización de la utilidad, el equilibrio del mercado y la optimización de beneficios dentro del curso. Se centra la atención en el papel del gobierno en la economía de mercado con conceptos como impuestos, regulación de precios y externalidades.

La asignatura dispone de recursos metodológicos y digitales para hacer posible su continuidad en modalidad no presencial en el caso de ser necesario por motivos relacionados con la **Covid-19**. De esta forma se asegurará el logro de los mismos conocimientos y competencias que se especifican en este plan docente. El TecnoCampus pondrá al alcance del profesorado y el alumnado las herramientas digitales necesarias para poder llevar a cabo la asignatura, así como guías y recomendaciones que faciliten la adaptación a la modalidad no presencial.

Resultados de aprendizaje

- Conocer y comprender los conceptos y principios básicos del funcionamiento de las economías contemporáneas -con especial referencia al sector turístico- enfatizando en el estudio de los mercados y sus agentes: empresas, consumidores, administraciones públicas, y las interrelaciones que existen entre ellos.
- Diferenciar las diversas estructuras económicas de mercado y analizar su estrategia competitiva.
- Analizar el entorno microeconómico y evaluar las estrategias de las empresas bajo su entorno. Comprender y aplicar los conceptos fundamentales y las leyes que rigen la economía de mercado: demanda y oferta de mercado, precios y cantidades de equilibrio, elasticidades, etc.
- Dominar los aspectos matemáticos de problemas económicos y/o de la empresa para la toma de decisiones.
- Identificar e interpretar modelos matemáticos simples aplicables a la economía.

Metodología de trabajo

Sesiones teóricas MD1.

Clases magistrales: Sesiones de clase expositivas basadas en la explicación del profesor/a en la cual asisten todos los estudiantes matriculados a la asignatura.

Aprendizaje dirigido MD5.

Seminarios: Formato presencial en pequeños grupos de trabajo (entre 14 y 40). Son sesiones ligadas a las sesiones presenciales de la asignatura que permiten ofrecer una perspectiva práctica de la asignatura y en la cual la participación del estudiante es clave.

Aprendizaje autónomo MD9.

Resolución de ejercicio y problemas: Actividad no presencial dedicada a la resolución de ejercicios prácticos a partir de los datos suministrados por el profesor.

MD11. Tutorías no presenciales.

Los estudiantes dispondrán de recursos telemáticos como el correo electrónico y los recursos de la intranet de la ESCSET.

Contenidos

1.El concepto y el método en economía

- 1.1. Qué es economía.
- 1.2. Metodología de la economía.
- 1.3. Economía normativa y economía positiva.
- 1.4. Aplicaciones.
- 1.5. La escasez, la elección y factores productivos.
- 1.6. La frontera de las posibilidades de producción (FPP).
- 1.7. Coste de oportunidad.
- 1.8. Ley de rendimientos decrecientes.
- 1.9. Microeconomía y macroeconomía.
- 1.10. Representaciones gráficas en la economía.

2. La especialización, el intercambio y el dinero

- 2.1. La especialización y el intercambio. Eficiencia del mercado.
- 2.2. Ventaja absoluta y comparativa.
- 2.3. Economías de escala.
- 2.4. Canje y economía monetaria: las funciones del dinero.

3. Los mecanismos de mercado: la oferta y la demanda

- 3.1. Los determinantes de la demanda y sus desplazamientos.
- 3.2. Los determinantes de la oferta y sus desplazamientos.
- 3.3. El equilibrio del mercado.
- 3.4. Las leyes de la oferta y la demanda.
- 3.5. Aplicaciones del análisis de la oferta y demanda.

4. La elasticidad de la oferta y la demanda

- 4.1. La elasticidad de la demanda: precio, sustitución y renta.
- 4.2. La elasticidad de la oferta.
- 4.3. La elasticidad del ingreso de los productores y el gasto de los consumidores.

5. La teoría de la elección del consumidor

- 5.1. La restricción presupuestaria.
- 5.2. Las preferencias del consumidor. El consumidor desde la perspectiva de género.
- 5.3. La optimización en la elección del consumidor.
- 5.4. La obtención de la curva de la demanda.

6. El papel del Estado en economía

- 6.1. La diversidad de las actividades económicas y agentes económicos.
- 6.2. Precios máximos y mínimos (efectivos e inefectivos).
- 6.3. Externalidades (generalmente).

7. La empresa en un mercado de competencia perfecta

- 7.1. Maximización de beneficios en una empresa competitiva.
- 7.2. Demanda e ingreso marginal de la empresa.
- 7.3. Óptimo de producción y curva de oferta de la empresa a corto y largo plazo.
- 7.4. Respuesta de la empresa a variaciones de los costes de los factores.
- 7.5. Mercados contestables: entrada y salida de empresas; externalidades.

8. Poder de mercado y fijación de precios

- 8.1. El monopolio: ineficiencia y coste social del monopolio.
- 8.2. Discriminación de precios.
- 8.3. Monopolio y monopsonio bilateral.
- 8.4. Integración vertical y precios de transferencia.
- 8.5. Regulación de los monopolios.
- 8.6. Ausencia de comportamientos estratégicos (simultaneidad de acciones): solución de Cournot y solución de Bertrand.
- 8.7. Comportamientos estratégicos (acciones secuenciales): solución de Stackelberg.
- 8.8. Maximización conjunta de beneficios: colusión y cártel.
- 8.9. Las barreras de entrada.

9. Teoría de juegos y estrategia competitiva

- 9.1. Cooperación y conflicto.
- 9.2. Mecanismos alternativos de coordinación.
- 9.3. El marco institucional: los derechos de propiedad.
- 9.4. Equilibrio de Nash y óptimos de Pareto.
- 9.5. Equilibrio perfecto de Nash en subjuegos.

Actividades de aprendizaje

Las clases combinan la teoría económica con los ejemplos empíricos. La asistencia a todas las sesiones es esencial para entender el material de la asignatura. La asistencia implica la participación activa en las sesiones presenciales y estudio autónomo fuera del aula.

Durante el trimestre los estudiantes desarrollarán un trabajo empírico relacionado con situación microeconómica de una empresa, simulando una situación real donde los conocimientos teóricos servirán para lograr los retos del trabajo.

Los seminarios se imparten en formato presencial en pequeños grupos de trabajo. Son sesiones ligadas a las sesiones presenciales de la asignatura que permiten ofrecer una aplicación práctica de la realidad económica y en la cual la participación del estudiante es clave para ponderar la capacidad de aplicar los conceptos teóricos al marco de la política económica actual.

Sistema de evaluación

La nota final de este curso consistirá de los siguientes elementos obligatorios:

Examen final tipo test: 50% (RECUPERABLE SÓLO SI SE PRESENTA EL EXAMEN FINAL)

Trabajo en grupo (50%) dividido en:

- Trabajo escrito: 20% (RECUPERABLE)
- Presentación del trabajo escrito al final del curso: 10% (NO RECUPERABLE)
- Entrega de un conjunto de ejercicios y participación: 20% (NO RECUPERABLE)

Es imprescindible aprobar todas las partes del curso con una nota de 5 para aprobar el curso. La nota final de corte para aprobar la asignatura será un 5/10.

El estudiante que no presente el examen final no podrá presentarse al examen de recuperación.

El estudiante sólo podrá recuperar el examen final y no las partes de la evaluación continuada.

Recursos

Básicos

Bibliografías

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

Complementarios

Bibliografías

- 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.