



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

GRADO EN COMERCIO

Asignatura	Introducción a la Economía	Código	801922
Módulo	Formación Básica	Materia	Economía
Carácter	Básica	Créditos	6
Curso	Primero	Semestre	Primero

Departamento Responsable	Fundamentos del Análisis Económico I
Coordinador /a	Ver listado de Coordinadores/as https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas



FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR
Una introducción a la economía, en la que se estudia el método del análisis económico, con un enfoque teórico y práctico que permite generar una visión global del entorno económico en el que se desenvuelve la actividad comercial de la empresa, diferenciando los aspectos micro y agentes económicos (consumidores y empresas) y la estructura de los mercados, con especial referencia al comportamiento del consumidor. En la parte de macroeconomía, se considerarán los principales agregados macroeconómicos de la contabilidad nacional, las interrelaciones entre los mercados de bienes y dinero, las causas de las fluctuaciones económicas y del crecimiento, así como las principales teorías del comercio internacional.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

Ninguno.

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Deberán haber aprendido los principios fundamentales de la ciencia económica.
Sabrán manejar información económica, interpretarla y aplicarla al ámbito de la actividad comercial.

COMPETENCIAS

Generales:

- CG1 - Saber reunir e interpretar datos sociales y económicos relevantes para la función comercial de forma que puedan emitir juicios sobre temas relevantes de índole comercial.
- CG3 - Conocer y comprender distintas realidades culturales para establecer contactos con el fin de desarrollar mercados a nivel internacional e, incluso, global de los países implicados y adaptar las distintas estrategias comerciales tanto al consumidor como a la sociedad donde se desenvuelve.
- CG6 - Saber comportarse con una actitud responsable ante los mercados y los consumidores con el fin de aplicar las estrategias y técnicas que se aprendan con el necesario cuidado por la norma y la ética profesional y respeto por el mercado y la sociedad en general.

Específicas:

- CE1 - Conocer y comprender los conceptos fundamentales y la evolución en el tiempo de la economía y la actividad comercial desde una triple perspectiva temática: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización de la economía, de cara a saber situar la realidad de la actividad comercial actual en su contexto histórico.

CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)

Introducción: La actividad económica

MICROECONOMÍA

- La demanda, la oferta y el equilibrio del mercado.
- Producción y Costes.
- Mercados.
- Comercio Internacional.

MACROECONOMÍA

- Las magnitudes macroeconómicas.
- El nivel de renta de equilibrio.
- La financiación de la economía.
- La demanda y oferta agregadas.
- Inflación y desempleo.
- La Balanza de Pagos y el mercado de divisas.



ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	55
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0
Otras actividades	12,5	0

EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final
Exámenes	70%
Prácticas en el aula	30%

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El estudiante que se presente a examen en la convocatoria ordinaria (febrero) será calificado según la ponderación indicada. En cualquier caso, la ponderación del examen será siempre del 70%, de forma que el alumno que no realice las prácticas evaluables pero se presente a examen será calificado solo con este (obtendría 0 puntos en el 30% relativo a las prácticas evaluables).

El estudiante que no se presente a examen en la convocatoria ordinaria (febrero) pero haya entregado al menos dos prácticas evaluables tendrá la calificación de SUSPENSO. Solo obtendrá la calificación de NO PRESENTADO en la convocatoria ordinaria (febrero) aquel estudiante que no se presente al examen y haya entregado menos de dos prácticas evaluables.

El estudiante que se presente a examen en la convocatoria extraordinaria (septiembre) será calificado según la ponderación establecida.

Si un estudiante que no superó la asignatura en la convocatoria ordinaria (febrero) no se presentara a examen en la convocatoria extraordinaria (septiembre), obtendría la calificación de NO PRESENTADO.



FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- CASTAÑO, T y otros (2012): Introducción a la Economía. Teoría y Cuestiones. Editorial Lisma.
- KRUGMAN, P y otros (2008): Fundamentos de Economía. Editorial Reverté.
- CARRASCO PRADAS y otros (2004): Cuestiones tipo test de introducción a la economía. Editorial Pearson Prentice-Hall.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- LIPSEY, R. G. y CHRYSTAL, K. A (1999): Economía positiva. Editorial Vicens Vives.
- MANKIW, N. G. (1998): Principios de economía. Editorial McGraw-Hill.
- SAMUELSON, P. A. y NORDHAUS, W. D.(1999): Economía. Editorial McGraw-Hill

Idioma en que se imparte

Castellano

Otra información

El sistema de docencia para el curso 2020-2021 se ha establecido para cumplir las pautas del marco estratégico aprobado por la Facultad de Comercio y Turismo el 22 de julio de 2020. En dicho marco, se garantiza que la docencia pueda realizarse mediante un sistema semipresencial por medio del sistema de docencia presencial adaptada a las normas de distanciamiento, difundida por *streaming* u *online*, adaptándose a las necesidades, potenciando la evaluación continuada de los progresos del alumno al ir alcanzando los objetivos y las competencias asignadas, según las capacidades de las aulas y el número de alumnos matriculados, combinando clases online, con clases semipresenciales en días y semanas alternas, durante las semanas que dure el cuatrimestre.

Se utilizarán los recursos del Campus Virtual de la UCM para la distribución de los contenidos y comunicación con los estudiantes.

