

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura/Módulo</b>	Entorno Económico
<b>Titulación</b>	Grado en Marketing
<b>Facultad/Escuela</b>	Facultad de Ciencias Sociales
<b>Curso</b>	1
<b>Créditos (ECTS)</b>	6 ECTS
<b>Carácter</b>	Básica
<b>Idioma/s</b>	Castellano e inglés
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Semestre</b>	Primer semestre
<b>Curso académico</b>	2025-2026
<b>Docente coordinador</b>	

## 2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA/MÓDULO

La asignatura de Entorno Económico de la titulación del Grado en Marketing se constituye como una materia introductoria cuyo objetivo general es que el alumno/a conozca y entienda las herramientas necesarias para comprender y analizar la situación y evolución de una economía. Se estudia la economía en su conjunto, destacando la relación entre el gobierno, familias, y el sector privado. Estudiamos las decisiones del gobierno y del banco central y sus efectos sobre los consumidores y los productores. El curso incluye, entre otras cosas, el uso de la teoría económica subyacente de la producción, distribución, e intercambio de bienes y servicios, el uso de los recursos escasos, análisis de los precios, política fiscal, teoría y política monetaria y bancaria, y el sistema económico. Se aprende el uso de los principios económicos en la resolución de problemas económicos. Al final del curso el estudiante debe ser capaz de buscar, analizar e interpretar datos relevantes de la situación socioeconómica de un país, con el fin de transmitir la información, ideas, problemas y sus posibles soluciones tanto a los expertos en la materia como al público menos experimentado.

## 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Conocimientos:

CON01. Explicar los conceptos relacionados con la gestión y administración de empresa y de los negocios en general, así como del marketing y la comunicación comercial en particular.

CON04. Interpretar datos económicos y de mercado, determinando la relevancia de la información y sus posibles aplicaciones para la toma de decisiones y la extracción de conclusiones.

- Explicar la evolución histórica del crecimiento económico y la situación actual.
- Realizar el seguimiento y previsión de las principales variables macroeconómicas.
- Describir el entorno económico de un país, los mercados competitivos y monopolísticos.
- Definir medidas de política económica convencionales para la corrección de desequilibrios.
- Aplicar los conceptos relacionados con la teoría económica.
- Manejar las herramientas de análisis y cuantificación. Las variables microeconómicas: oferta, demanda, elasticidad y fallos de mercado.

#### **Competencias:**

CP8. Obtener datos económicos y de mercado, determinando la relevancia de la información y gestionando su uso y aplicación para la toma de decisiones y la extracción de conclusiones.

CP14. Discernir entre los aspectos empresariales, económicos y jurídicos que conllevan las acciones de marketing, reconociendo el papel que juegan los aspectos RSC en la sociedad global y como el marketing lo utiliza para llegar al consumidor.

CP21 Utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación para la búsqueda y análisis de datos, la investigación, la comunicación y el aprendizaje.

## **4. CONTENIDOS**

A continuación, se indican los contenidos de la asignatura/módulo:

- Entorno microeconómico: La Teoría del consumidor y la Teoría de la empresa
- Mercados competitivos y monopolísticos
- Entorno macroeconómico: Medición de la actividad económica. Variables básicas e indicadores, la Inflación, los precios y los problemas derivados
- Empleo y mercado de trabajo
- Sector Público y Sector Exterior

## **5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se desarrollarán a lo largo de la asignatura/módulo:

- Clase Magistral
- Método del caso
- Aprendizaje basado en proyectos

## **6. ACTIVIDADES FORMATIVAS**

A continuación, se detallan los tipos de actividades formativas previstas, incluyendo la dedicación en horas que se espera por parte del estudiante para cada una de ellas:

**Modalidad presencial:**

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	12
Seminarios de aplicación práctica	18
Análisis de Casos	16
Elaboración de informes y escritos	8
Investigación y Proyectos	18
Trabajo autónomo	56
Debates y Coloquios	8
Tutoría académica	12
Pruebas de evaluación presenciales	2
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

## 7. EVALUACIÓN

Cada actividad formativa evaluable constituye una oportunidad para el estudiante para progresar, recibir feedback y consolidar conocimientos, habilidades y competencias. Los Resultados de Aprendizaje, recogidos en esta guía, orientan este proceso y actúan como referentes para su consecución.

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación final de la asignatura/módulo.

**Modalidad presencial:**

Sistema de evaluación	Peso (%)
Pruebas de evaluación presenciales	40%-50%
Informes y escritos	10%-20%
Caso /problema	10%-30%
Investigación y proyectos	10%-30%

En el Campus Virtual, al acceder a la asignatura/módulo correspondiente, se puede consultar en detalle la información relativa a los sistemas de evaluación, incluyendo las fechas de entrega y los procedimientos aplicables a cada uno de ellos.

### **7.1. Convocatoria ordinaria**

Para superar la asignatura/módulo en convocatoria ordinaria, el estudiante deberá obtener una calificación mayor o igual a 5,0 (sobre 10), en todos los sistemas de evaluación propuestos en esta guía. La calificación final se calculará a partir de la media ponderada de todos los sistemas de evaluación descritos.

Si en alguno de los sistemas de evaluación, propuestos en la presente guía, se obtuviese una nota inferior a 5,0 (sobre 10), la calificación final de la asignatura/módulo sería “suspense” aunque, en el resultado de la media ponderada se obtuviese un valor superior a 5,0 (sobre 10). En este último caso, la asignatura/módulo, seguiría estando “suspendida” obteniendo una calificación final de la asignatura/módulo de 4,0 (sobre 10).

#### *Entrega de actividades*

El cumplimiento de los plazos de entrega es esencial para garantizar la equidad y la planificación del proceso formativo.

En caso de no entregar una actividad formativa evaluable en tiempo y forma, y sin justificación previa, esta no será evaluada y, por tanto, constará como “no presentado”.

Se anima al estudiante a comunicar con antelación suficiente al docente de la asignatura/módulo, cualquier dificultad que pueda afectar a su participación en cualquier actividad.

#### *Asistencia*

La participación activa en las sesiones formativas es un componente clave del aprendizaje. Para superar la asignatura/módulo, se requiere acreditar al menos un 50 % de asistencia. En caso de no alcanzarse este porcentaje mínimo, el docente podrá considerar la asignatura/módulo como “suspense”, conforme al reglamento de evaluación de la Universidad Europea de Andalucía.

### **7.2. Convocatoria extraordinaria**

La convocatoria extraordinaria ofrece una nueva oportunidad al estudiante para evidenciar su aprendizaje. Para superarla, será necesario obtener una calificación final (media ponderada) igual o superior a 5,0 sobre 10,0).

#### *Entrega de actividades*

El estudiante deberá presentar y superar aquellas actividades formativas obligatorias no entregadas o no superadas en la convocatoria ordinaria, respetando los nuevos plazos establecidos. En el caso de incumplimiento de estos nuevos plazos de entrega, supondrá la no evaluación de la actividad y, por tanto, constará como “no presentado”.

## **8. CRONOGRAMA**

En este apartado se presenta el cronograma con las fechas de entrega de las actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
------------------------	-------

Trabajo grupal, fase 1	Semana 5
Trabajo grupal, fase 2	Semana 8
Trabajo grupal, fase 3	Semana 11
Trabajo grupal fase 4	Semana 14-15
Presentaciones trabajo grupal. Prueba de evaluación presencial.	Semana 16-18

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

## 9. REFERENCIAS

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- Muñoz Ciudad, C; Iráizoz, B; Rapún, M.: *Las cuentas de la nación I. Introducción a la economía aplicada*, Thompson Civitas, 2008, Cizur Menor.
- Muñoz Ciudad, C; Iráizoz, B; Rapún, M.: *Las cuentas de la nación II. Ejercicios*, Thompson Civitas, 2003, Cizur Menor.

## 10. ÁREA DE ORIENTACIÓN, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde el Área de Orientación, Diversidad e Inclusión (ODI) se ofrece acompañamiento a los estudiantes a lo largo de su trayectoria universitaria, con el propósito de facilitar su desarrollo académico y personal, y apoyarles en el logro de sus metas. Esta área centra su labor en tres pilares fundamentales: la inclusión de estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, la promoción de la accesibilidad universal en la comunidad educativa y la garantía de igualdad de oportunidades para todos.

Entre los servicios que se ofrecen, se encuentran:

- **Acompañamiento y seguimiento académico**, a través de la realización de asesorías y la elaboración de planes personalizados dirigidos a quienes requieren mejorar su rendimiento académico.
- **Atención a la diversidad**, mediante la implementación de ajustes curriculares no significativos -en aspectos metodológicos y de evaluación- para alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo, con el fin de garantizar la equidad de oportunidades.
- **Recursos formativos extracurriculares**, orientados al desarrollo de competencias personales y profesionales que contribuyan al crecimiento integral de los estudiantes.
- **Orientación vocacional**, mediante la provisión de herramientas y asesoramiento a quienes tengan inquietudes sobre su elección de titulación o estén considerando un cambio en su trayectoria formativa.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden contactar con el área a través del siguiente correo electrónico: [orientacioneducativa@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## 11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Participar en las encuestas de satisfacción es una oportunidad enriquecedora para contribuir a la mejora continua de la titulación, así como de la institución. Gracias a ellas, es posible identificar qué aspectos académicos, del equipo docente y del proceso de enseñanza-aprendizaje están funcionando bien y cuáles pueden seguir mejorándose.

Con el objetivo de fomentar una participación activa en la cumplimentación de encuestas entre los estudiantes, se han puesto en marcha distintas vías de difusión. Las encuestas están disponibles en el espacio habilitado en el Campus Virtual y también se envían por correo electrónico para facilitar el acceso.

Las respuestas recogidas permiten la toma de decisiones que impactan directamente en la calidad de la experiencia formativa y en el día a día de la comunidad universitaria.