

Curso Académico: (2024 / 2025)

Fecha de revisión: 26-03-2024

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: BARROSO LUDEÑA, ALICIA

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 1

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

No requerido

OBJETIVOS**COMPETENCIAS**

Las competencias generales asociadas a esta materia son la CG2 (Conocimiento adecuado de otras disciplinas/técnicas utilizadas en el ámbito del Marketing e Investigación de Mercados); y las competencias específicas son CE1 (Conocer los conceptos fundamentales de microeconomía y economía de la empresa, así como la aplicación de estos instrumentos para comprender el entorno en el que opera una organización económico-empresarial), CE10 (Análisis, valoración y toma de decisiones respecto al precio (métodos tradicionales, y técnicas más científicas)).

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno distingue entre los conceptos básicos de equilibrio económico bajo competencia perfecta y en contextos de poder de mercado.

El alumno identifica el impacto de las actividades económicas, y analiza los efectos económicos y organizativos derivados de las relaciones contractuales entre los agentes.

El alumno identifica la relación existente entre empresas y el marco institucional en el que desarrollan sus actividades.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Parte I: Principios de Microeconomía: Comportamiento del consumidor y la empresa en mercados competitivos: oferta y demanda. Equilibrio de mercado bajo competencia perfecta. Competencia imperfecta: monopolio, oligopolio y competencia monopolística. Modelos multiatributo, Nociones de la teoría de Juegos y su papel en economía industrial.

Parte II: Economía de la empresa. Toma de decisiones: racionalidad y cooperación. Especialización e intercambio: costes de transacción y contratos incompletos. Coordinación de actividades económicas: límites entre empresas y mercados. Integración vertical, formas híbridas y contratos relacionales. Incentivos en las organizaciones: estructura de incentivos de la empresa, distribución de poder e incentivos, teoría de la agencia. Propiedad y control de la compañía: riesgo moral y sistema de incentivos eficientes. Compañías e instituciones.

A través de los diferentes casos de estudio utilizados se aplicarán los conceptos estudiados en diferentes contextos reales cubriendo contenido de especial relevancia como el tradeoff entre crecimiento económico y sostenibilidad, o el incumplimiento del principio de igualdad a través de prácticas empresariales de segmentación o impuestos indirectos.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS**ACTIVIDADES FORMATIVAS DE LA MATERIA**

AF3 Clases teórico prácticas

AF6 Trabajo en grupo

AF7 Trabajo individual del estudiante

Código actividad/ N° Horas totales /N° Horas Presenciales / % Presencialidad

AF3 105 105 100

AF6 145 0 0

AF7 125 0 0

TOTAL MATERIA 375 105

METODOLOGÍAS DOCENTES

MD1 Exposiciones en clase del profesor con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.

MD2 Lectura crítica de textos recomendados por el profesor de la asignatura: Sentencias y resoluciones, artículos de prensa, informes, manuales y/o artículos académicos, bien para su posterior discusión en clase, bien para ampliar y consolidar los conocimientos de la asignatura.

MD3 Resolución de casos prácticos, problemas, etc. ¿ planteados por el profesor de manera individual o en grupo

MD4 Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de temas relacionados con el contenido de la materia, así como de casos prácticos

MD5 Elaboración de trabajos e informes de manera individual o en grupo

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Peso porcentual del Examen Final: 40

Peso porcentual del resto de la evaluación: 60

La evaluación final se basa en:

Participación en clase, resolución de ejercicios y casos reales: 60%

Examen final: 40%.

Para aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria, es necesario obtener un mínimo de 4 puntos (de un total de 10 posibles) en el examen final. Si se suspende la asignatura, el estudiante tiene que presentarse a la convocatoria extraordinaria. En esta convocatoria extraordinaria, se aplica el mismo criterio de evaluación.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- G.Mankiw and M.Taylor Economics 2nd Ed., Cengage Learning, 2011

- Hal Varian Intermediate Microeconomics, 8th Ed. , W.W. Norton & Co., 2010