



Escuela Universitaria de Turismo de Cartagena

UPCT



Guía docente de la asignatura:

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

Titulación: GRADUADO EN TURISMO

Curso: 1º

Guía Docente

1. Datos de la asignatura

Nombre		INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA			
Módulo		FUNDAMENTOS Y DIMENSIONES DEL TURISMO			
Código		503101001			
Titulación		GRADO EN TURISMO			
Plan de estudios		2010			
Centro		ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO CARTAGENA			
Tipo		FORMACIÓN BÁSICA			
Periodo lectivo		PRIMER CUATRIMESTRE		Curso	PRIMERO
Idioma		CASTELLANO			
ECTS	6	Horas / ECTS	25	Carga total de trabajo (horas)	150
Horario clases teoría		Martes: 9,00 - 11,00 Viernes: 9,00-10,00		Aula	1
Horario clases prácticas		Viernes: 10,00-11,00		Lugar	1

2. Datos del profesorado

Profesor responsable	IRENE ANGELES JIMENEZ CERVANTES
Departamento	TURISMO
Área de conocimiento	ECONOMÍA APLICADA
Correo electrónico	irene.jiménez@upct.es
Horario de atención / Tutorías	Martes :11,15-12,15
Ubicación durante las tutorías	Despacho 43, 4ª planta

Perfil docente e investigador	Docencia durante el período 2004_-2011 en las áreas de economía aplicada; estadística; contabilidad. Investigación desde 2005 en el área de contabilidad de empresas de hostelería.
--------------------------------------	--

3. Descripción de la asignatura

3.1. Presentación

El objetivo básico de la asignatura es introducir un conjunto de conceptos básicos de la Teoría Económica de forma que el estudiante se familiarice con el lenguaje y la lógica de la economía como forma de conocimiento, presentar y discutir los problemas económicos fundamentales e iniciar a los estudiantes en el método de análisis económico, de manera que se entienda la economía como una herramienta de análisis para abordar los aspectos económicos esenciales que afectan a la sociedad.

3.2. Ubicación en el plan de estudios

Esta asignatura se destina a los estudiantes del primer curso del Grado en Turismo, impartándose en el primer cuatrimestre. Su pertenencia al módulo de fundamentos aconseja una ubicación en los primeros cursos. Dado su carácter de presentación y asimilación de conceptos básicos imprescindibles, así como de los instrumentos de análisis, principales instituciones económicas nacionales e internacionales, su ubicación en el primer cuatrimestre es esencial.

3.3. Descripción de la asignatura. Adecuación al perfil profesional

El Turismo como actividad económica tiene dos dimensiones claramente diferenciadas que se abordarán a lo largo de este curso, una dimensión microeconómica y otra macroeconómica. Ambas guardan relación con la toma de decisiones de los agentes que intervienen en las actividades turísticas. Los usuarios de servicios turísticos, las empresas del sector así como las interacciones entre el lado de la oferta y el de la demanda, y la configuración de los mercados turísticos. El alumno desarrolla la capacidad de analizar el mercado teniendo en cuenta las interrelaciones que se producen entre sus elementos, un aspecto fundamental en el ejercicio profesional de cara a la toma de decisiones en puestos de responsabilidad.

3.4. Relación con otras asignaturas. Prerrequisitos y recomendaciones

El Turismo es una de las actividades económicas más importantes por su generación de empleo y riqueza. Las actividades turísticas necesitan de un egresado con habilidades y competencias que provienen de muchas disciplinas, entre las que figura de manera destacada la economía. La gestión en el Turismo es un asunto trascendental y esta materia es de las primeras a las que se enfrenta el alumno sirviendo de base para el resto de asignaturas, en especial Estructura del Mercado Turístico así como las asignaturas que se desarrollan en torno a los mercados y el análisis del entorno económico de la empresa turística. En efecto, el carácter multidisciplinar del Turismo exige capacidad para enfrentarse al fenómeno desde diferentes perspectivas, tanto desde el punto de vista académico como de la práctica. Desde el punto de vista instrumental se relaciona con las asignaturas de Estadística Aplicada al turismo, de segundo curso, e Investigación Social del Mercado Turístico, de cuarto curso. Desde el punto de vista conceptual y práctico guarda relación con las asignaturas de fundamentos de primer curso, y de gestión y organización de los restantes. Concretamente, con Economía de la Empresa e Introducción a la Economía, de primer curso, Dirección de Establecimientos Hoteleros, de cuarto curso.

No existen requisitos mínimos previos pero se recomienda un uso avanzado de Internet y un uso básico de Word, Excel y PowerPoint. Conviene que el estudiante conozca los principios fundamentales de la Teoría Económica y maneje vocabulario económico básico.

4. Competencias

4.1. Competencias específicas de la asignatura

- A. Comprender los principios del turismo, su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.
- B. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- D. Reconocer los principales agentes turísticos.
- E. Analizar la dimensión económica del turismo.
- I. Analizar los impactos generados por el turismo.
- J. Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito turístico.
- L. Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.

4.2. Competencias genéricas / transversales

COMPETENCIAS INSTRUMENTALES

- ☒ G01 Capacidad de análisis y síntesis
- ☒ G02 Capacidad de organización y planificación
- ☐ G03 Comunicación oral y escrita en lengua nativa
- ☐ G04 Conocimiento de una lengua extranjera
- ☐ G05 Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
- ☐ G06 Capacidad de gestión de la información
- ☐ G07 Resolución de problemas
- ☐ G08 Toma de decisiones
- ☒ G09 Razonamiento crítico

COMPETENCIAS PERSONALES

- ☒ G10 Trabajo en equipo
- ☐ G11 Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar
- ☐ G12 Trabajo en un contexto internacional
- ☐ G13 Habilidades en las relaciones interpersonales
- ☐ G14 Reconocimiento de la diversidad y la multiculturalidad
- ☒ G15 Compromiso ético
- ☒ G16 Aprendizaje autónomo
- ☒ G17 Adaptación a nuevas situaciones
- ☐ G18 Tratamiento de conflictos y negociación
- ☐ G19 Sensibilidad hacia temas medioambientales

COMPETENCIAS SISTÉMICAS

- ☐ G20 Creatividad e innovación
- ☒ G21 Liderazgo
- ☒ G22 Iniciativa y espíritu emprendedor
- ☒ G23 Motivación por la calidad

4.3. Objetivos generales / competencias específicas del título

- Facilitar el conocimiento de instrumentos útiles para la toma de decisiones en el contexto del turismo.
- Abordar aspectos para el desarrollo de ventajas competitivas con relación a productos y destinos.
- Plantear unos conocimientos de alto alcance, de carácter universitario que den respuesta a las necesidades de formación superior en relación con cuestiones sociales, humanísticas, científicas y técnicas.
- Atender a las necesidades específicas de la titulación acerca del conocimiento de habilidades y técnicas de trabajo en lo referente al análisis de mercados.

4.4. Resultados esperados del aprendizaje

- 4.4.1. Interpretar los principios del turismo, su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.
- 4.4.2. Inferir el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- 4.4.3. Clasificar los principales agentes turísticos.
- 4.4.4. Explicar la dimensión económica del turismo.
- 4.4.5. Diferenciar los impactos generados por el turismo.
- 4.4.6. Describir el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito turístico.
- 4.4.7. Detectar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.

5. Contenidos

5.1. Contenidos según el plan de estudios

La materia de Introducción a la Economía tiene por objetivo el conocimiento de los fundamentos del análisis económico, así como una introducción a los principios básicos de la Teoría Económica. Los contenidos de la materia se estructuran en tres bloques: Introducción, Microeconomía, Macroeconomía y Economía Exterior

5.2. Programa de teoría

UNIDAD DIDÁCTICA I: INTRODUCCIÓN

Tema 1: La economía y el turismo.

Tema 2: Los agentes económicos y los sistemas económicos.

UNIDAD DIDÁCTICA II: MICROECONOMÍA

Tema 3: La oferta y la demanda turística: el funcionamiento del mercado.

Tema 4: Producción y costes.

Tema 5: Los mercados.

Tema 6: Los fallos del mercado y la intervención del Estado.

UNIDAD DIDÁCTICA III: MACROECONOMÍA

Tema 7: La macroeconomía: la mediación de la producción y la renta.

Tema 8: La demanda y la oferta agregadas: inflación, empleo y ciclos.

Tema 9: Las políticas macroeconómicas: la política fiscal.

Tema 10: El dinero y la política monetaria.

UNIDAD DIDÁCTICA IV: ECONOMIA EXTERIOR

Tema 11: El comercio internacional. El turismo en el mercado internacional.

Tema 12: El sector exterior y el turismo. Tipo de cambio y mercado de divisas.

Tema 13: La organización de la economía supranacional: la Unión Europea.

5.3. Programa de prácticas

- Resolución de ejercicios correspondientes a cada tema. Casos prácticos, lecturas y debates

6. Metodología docente

6.1. Actividades formativas			
Actividad	Trabajo del profesor	Trabajo del estudiante	ECTS
Clases expositivas	Exposición del contenido teórico de cada tema y explicación de los aspectos más relevantes. Se usará el aprendizaje cooperativo.	<u>Presencial</u> : Toma de apuntes complementarios a la información disponible Planteamiento de dudas y reflexiones a nivel individual o de grupo.	1
		<u>No presencial</u> : Estudio de la materia	0,8
Clases Teórico-Prácticas	Análisis, diagnóstico y comentarios de la actividad económica y de los principales indicadores publicados en comunicación escrita y multimedia, exposiciones orales y presentaciones multimedia.	<u>Presencial</u> : Desarrollo de competencias sobre análisis e interrelación de magnitudes económicas básicas.	0,30
		<u>No presencial</u> : Lectura del material de prácticas complementario a disposición del alumno sobre el análisis estadístico de datos mediante procesadores de hoja de cálculo	0,18
Clases Prácticas:	Resolución de ejercicios correspondientes a los temas de enfoque eminentemente práctico. Coloquios sobre lecturas recomendadas y búsqueda de información en las fuentes económicas.	<u>Presencial</u> : Participar activamente en los temas a tratar.	0,06
		<u>No presencial</u> : Ampliar la información sobre los temas analizados	0,06
Trabajo autónomo del alumno	Resolución de casos y problemas; estudio	<u>Presencial</u> : Planteamiento de dudas generales	0,18
		<u>No presencial</u> : Control y orientación.	3
Tutorías individualizadas	Seguimiento a título individual sobre cuestiones relativas al aprendizaje. Revisión de exámenes y pruebas prácticas.	<u>Presencial</u> : Planteamiento de dudas	0,03
		<u>No presencial</u> : Resolución de dudas por email. Estudio	0,03
Evaluaciones	Se realizarán pruebas de los contenidos dados en clase cada dos temas en las clases teóricas	<u>Presencial</u> : Resolución de las pruebas test y fomento de la autoevaluación	0,36
		<u>No presencial</u> :	0
			6

7. Evaluación

7.1. Técnicas de evaluación				
Instrumentos	Realización / criterios	Peso	Competencias genéricas (4.2) evaluadas	Resultados (4.4) evaluados
Trabajos y actividades individuales	Es obligatoria la resolución de las actividades relativas a cada tema que periódicamente se establezcan en los temas de alta carga práctica.	5%	G01, G02, G10, G15, G16, G17	1, 3, 4, 5
Trabajo en grupo	Es obligatorio el desarrollo y exposición del tema marcado para el grupo de cada dos, tres alumnos	15%	G01, G02, G06, G16, G17	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Pruebas prácticas	Se evaluará el aprendizaje y trabajo regular del alumno acerca de los contenidos específicos teóricos.	5%	G01, G02, G06, G16, G17	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Participación Proactiva	Para el adecuado cumplimiento de los criterios de evaluación es obligatoria la asistencia a un porcentaje no inferior al 80% de todas las sesiones de clase tanto teóricas como prácticas, así como de mantener un interés y participación proactiva.	5%	G01, G02, G15, G16, G17	1, 2, 4, 5, 7
Examen Teórico	Es obligatoria la evaluación positiva en el examen de evaluación final de los contenidos teórico-prácticos abordados, o de los exámenes parciales.	70%	G01, G02, G09, G15, G16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

7.2. Mecanismos de control y seguimiento
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control regular de asistencia ▪ Entrega de casos practico de cada tema ▪ Asistencia a tutorías en el horario establecido y publicado en el tablón de anuncios ▪ Aula virtual ▪ Correo electrónico

7.3. Resultados esperados / actividades formativas / evaluación de los resultados (opcional)

Resultados esperados del aprendizaje (4.4)	Clases de teoría	Clases ejercicios	Prácticas instrumentos	Evaluación formativa	Trabajo de campo	Prueba teoría	Prueba ejercicios	Prueba oral	Trabajo en grupo	Ejercicios propuestos	Evaluación formativa
4.4.1. Interpretar los principios del turismo, su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.	40%	10%	10%	20%	20%	40%	10%	10%	20%	20%	40%
4.4.2. Inferir el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.	25%	15%	5%	15%	40%	25%	15%	5%	15%	40%	25%
4.4.3. Clasificar los principales agentes turísticos.	40%	10%	10%	20%	20%	40%	10%	10%	20%	20%	40%
4.4.4. Explicar la dimensión económica del turismo.	40%	10%	10%	20%	20%	40%	10%	10%	20%	20%	40%
4.4.5. Diferenciar los impactos generados por el turismo.	40%	10%	10%	20%	20%	40%	10%	10%	20%	20%	40%
4.4.6. Describir el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito turístico.	20%	10%	20%	20%	30%	20%	10%	20%	20%	30%	20%
4.4.7. Detectar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.	35%	10%	20%	10%	15%	35%	10%	20%	10%	15%	35%

8. Distribución de la carga de trabajo del alumnado

		ACTIVIDADES PRESENCIALES														ACTIVIDADES NO PRESENCIALES											
		Convencionales					No convencionales																				
Semana	Temas o actividades (visita, examen parcial, etc.)	Clases teoría	Clases problemas	Aula informática			TOTAL CONVENCIONALES	Trabajo cooperativo	Tutorías	Seminarios	Visitas	Evaluación formativa	Evaluación	Exposición de trabajos			TOTAL NO CONVENCIONALES	Estudio	Trabajos / informes individuales	Trabajos / informes en grupo				TOTAL NO PRESENCIALES		TOTAL HORAS	
1	Tema 1	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4		10		
2	Tema 2	3	1				4	1	0,8			0,2					2	2	2				4		10		
3	Tema 2 y 3	4					4	1	0,8			0,2					2	2	2				4		10		
4	Tema 3 y Parcial t.1/2	3					3	1,5	0,5				1				3	3	1				4		10		
5	Tema 4	3	1				4	1	0,8			0,2					2	2	2				4		10		
6	Tema 5	3	1				4	1	0,8			0,2					2	3	1				4		10		
7	Tema 6 y Parcial tema 3/4	3					3	1	0,8			0,2	1				3	3	1				4		10		
8	Tema 7	3	1				4	1	0,5			0,5					2	2	2				4		10		
9	Tema 8 y Parcial t. 5/6	3					3	1,5	0,5				1				3	3	1				4		10		
10	Tema 8 y Tema 9	3	1				4	1	0,5			0,5					2	2	2				4		10		
11	Tema 9 Y Parcial t. 7/8	3					3	1	0,5			0,5	1				3	3	1				4		10		
12	Tema 10	3	1				4	1	0,5			0,5					2	2	2				4		10		
13	Tema 10 y Parcial t. 9/10	3					3	1	0,5			0,5	1				3	3	1				4		10		
14	EXPOSICION TRABAJOS		1				1	3	0,5			1	0,5				5	1		3			4		10		
15	EXPOSICION TRABAJOS		1				1	3	0,5			1	0,5				5	1		3			4		10		
Periodo de exámenes																											
Otros																											
TOTAL HORAS		40	9				49	20,5	9			5,5	6				41	34	20	9			60		150		

9. Recursos y bibliografía

9.1. Bibliografía básica

- RAFAEL CASTEJON Y ESTHER MENDEZ “Introducción a la Economía para Turismo” Editorial Pearson-Pentice Hall.
- FRANCISCO MOCHON “Economía y Turismo” Editorial Mc Graw Hill.
- RAFAEL CASTEJON Y JUAN LUIS MARTINEZ MERINO “Introducción a la Economía para Turismo” Casos prácticos y ejercicios Editorial Pearson-Pentice Hall.
- SAMUELSON PAUL A, NORDHAUS WILLIAM D. *Economía*. Editorial: MCGRAWHILL, 2006. ISBN: 8448151542

9.2. Bibliografía complementaria

- FIGUEROLA, M. *Teoría económica del turismo*. Ed. Alianza, 1 edición 1990, ISBN: 8420680915
- MANKIW, Gregory. *Principios de economía*. Thomson Editores, 2010. ISBN: 9786074810349

9.3. Recursos en red y otros recursos

www.europa.eu.int/comm/eurostat
www.ine.es
www.bde.es
www.imf.org
www.oecd.org
<http://www.inem.es>
www.fedea.es
www.fedea.es
www.ieemadrid.es