



| | | | | | |
|-------------------------------------|-------------------------------|-------------------|----------|-----------------|----------|
| Código - Asignatura | 721101 - Microeconomía | | | | |
| Tipo | Formación Básica | | | Curso | 1 |
| Materia | Economía y Sociedad | | | Créditos | 6 ECTS |
| Responsable de la asignatura | | Jordi Vives-Perez | | | |
| Presencial | 60 horas | Dirigido | 40 horas | Autónomo | 50 horas |

BREVE DESCRIPCIÓN

La asignatura de Microeconomía introduce a los estudiantes en el campo de la microeconomía con un enfoque específico a las dinámicas económicas y sociales del sector turístico.

Se exploran los fundamentos de la teoría microeconómica, incluyendo el análisis de la demanda y la oferta, el equilibrio del mercado, las estructuras de mercado y el comportamiento del consumidor. Además, se presentan conceptos clave como la producción, los costos, la maximización del beneficio y las externalidades, aplicados a situaciones reales dentro de la industria turística.

El objetivo principal es dotar a los estudiantes de las herramientas analíticas necesarias para comprender y abordar los retos económicos que afectan al turismo, así como para tomar decisiones informadas en su futuro profesional en este campo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El proceso de aprendizaje diseñado para esta asignatura permite la consecución de los siguientes Resultados de Aprendizaje de Materia:

M01C1- Recordar los fundamentos de la microeconomía, tales como la ley de oferta y demanda y la elasticidad de precios.

Asimismo, estos contribuyen a la consecución de los siguientes Resultados de Aprendizaje de Titulación:

TC01- Interpretar la estructura de una empresa hotelera y sus diferentes departamentos operativos, administrativos y estratégicos.

TC09- Identificar los conceptos fundamentales de la economía global y su impacto en la sociedad y organizaciones.

Se pueden consultar todos en [el siguiente enlace](#).



CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Introducción a la Economía.

- 1.1. El concepto de Economía.
- 1.2. Herramientas de análisis económico: coste de oportunidad y análisis marginal.
- 1.3. Economía normativa y positiva.
- 1.4. Introducción a los mercados.
- 1.5. Medidas de concentración.
- 1.6. Medidas de poder de mercado.

2. El Mercado.

- 2.1. La demanda del mercado y sus impulsores.
- 2.2. El concepto de elasticidad de la demanda.
- 2.3. La oferta del mercado y sus impulsores.
- 2.4. El concepto de elasticidad de la oferta.
- 2.5. La condición de equilibrio del mercado.
- 2.6. El excedente social del mercado.
- 2.7. Perspectiva de las dinámicas del mercado en el sector turístico. La Economía Circular y la Economía de las Plataformas.

3. El Comportamiento del Consumidor.

- 3.1. Introducción al comportamiento del consumidor.
- 3.2. La teoría de la utilidad.
- 3.3. Determinantes del comportamiento del consumidor.
- 3.4. Proceso de decisión del consumidor.
- 3.5. El modelo de Black Box.
- 3.6. El modelo de Howard-Sheth.

4. Intervenciones de Mercado.

- 4.1. Impuestos indirectos.
- 4.2. Subvenciones.
- 4.3. Cuotas de producción.
- 4.4. Precios máximos y mínimos.
- 4.5. El comercio internacional y su regulación.

5. Producción y Costes.

- 5.1. La función de producción.
- 5.2. Productividad.
- 5.3. El mercado laboral y la determinación de los salarios.
- 5.4. La función de costes.
- 5.5. Corto y largo plazo.
- 5.6. Equilibrio en el mercado competitivo.
- 5.7. Dinámicas del mercado turístico.



6. Las Estructuras de Mercado (I)

- 6.1. El monopolio.
- 6.2. Las implicaciones sociales del monopolio.
- 6.3. La regulación del monopolio.
- 6.4. La discriminación de precios.
- 6.5. La competencia monopolística y la diferenciación de producto.

7. Las Estructuras de Mercado (II)

- 7.1. La teoría de juegos. Juegos simultáneos.
- 7.2. La teoría de juegos. Juegos secuenciales.
- 7.3. El oligopolio. Producto homogéneo.
- 7.4. El oligopolio. Producto diferenciado.
- 7.5. El modelo de empresa dominante.
- 7.6. La regulación del oligopolio.

8. Introducción a las fallas del Mercado.

- 8.1. Externalidades relacionadas con la producción y el consumo.
- 8.2. Impuestos y subvenciones como medio para corregir la presencia de externalidades.
- 8.3. Bienes públicos.
- 8.4. Bienes comunales.
- 8.5. Introducción a la información asimétrica: *El Modelo de Akerlof*.

METODOLOGÍAS DE APRENDIZAJE

Las metodologías de aprendizaje asociadas a esta asignatura contemplan una gran variedad de acciones diferentes con el fin de dar respuesta a la consecución de los resultados de aprendizaje asociados, y que implican el desarrollo de diferentes tipos de capacidades referidas al aprendizaje de procesos y aplicabilidad de actitudes dentro del entorno de las organizaciones a partir de las actividades siguientes:

- *Clases expositivas.*
- *Estudio de casos.*
- *Debate dirigido.*
- *Ejercicios prácticos.*
- *Aprendizaje basado en problemas.*

SISTEMA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación mide el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta los resultados de aprendizaje y los contenidos de cada asignatura.

Los estudiantes pueden escoger entre la evaluación continua o la evaluación única:

Evaluación Continua: el proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado a través de un seguimiento continuo de las actividades realizadas por los estudiantes durante el



semestre y una evaluación individual final. Los estudiantes deben asistir a las clases para ser evaluados mediante la evaluación continua.

Evaluación Única: aquellos estudiantes que no pueden asistir regularmente a clase pueden escoger ser evaluados a través de la evaluación única. El proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado mediante la evaluación de todas las actividades y una prueba individual final.

Para acogerse en esta modalidad hace falta solicitarlo a través del apartado de evaluación del Campus Virtual dentro de los primeros 15 días desde el inicio de la asignatura.

La planificación de las actividades de evaluación será pública para los estudiantes desde la fecha de inicio de la asignatura.

| Actividades | Tipo | Continuada | Única | Semana de Entrega ¹ |
|---------------------------------------|------------|------------|-------|--------------------------------|
| Business Case I | Grupal | 20% | 10% | 4ª semana |
| Proyecto: <i>Economía Circular</i> | Individual | 20% | 20% | 7ª semana |
| Business Case II | Grupal | 20% | 10% | 12ª semana |
| Prueba Final | Individual | 40% | 60% | Semana de examen |
| Total | | 100% | 100% | |

Para aprobar la asignatura es requisito indispensable haber obtenido una nota final mínima de "5", siempre y cuando el estudiante haya realizado la prueba/s o trabajo/s individuales establecidos en la asignatura. Esta prueba/s o trabajo/s final deben estar calificadas con un mínimo de "4" para poder calcular la media de todas las actividades de evaluación realizadas durante el curso.

Revisión y Reevaluación de la Asignatura

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

Si el estudiante no consigue lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación de asignatura será imprescindible haber obtenido una calificación final de la asignatura entre "4-4.9", y haberse presentado a la prueba/s o trabajo/s finales individuales del curso.

¹ La semana de entrega es una estimación que está sujeta a cambios que puedan surgir a raíz de posibles modificaciones en la planificación o las circunstancias del plan de estudios.



El proceso de reevaluación sólo implicará modificación del acta de calificación final en caso de que la nueva prueba de evaluación sea aprobada y, en cualquier caso, la calificación máxima será de “5”. Esta calificación hará media con el resto de calificaciones de las actividades de evaluación que haya realizado el estudiante durante el período lectivo correspondiente, teniendo en cuenta los porcentajes establecidos en cada asignatura, configurando la nota final de la asignatura.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Carlton, Dennis W. and Perloff, Jeffrey M. (2015). *Modern Industrial Organization*.

Dans, Enrique (2019). *Viviendo en el Futuro*. Editorial Deusto.

Gay de Liébana, José M^a (2020). *Revolución Tecnológica y Nueva Economía: Todos los secretos contables de Apple, Google, Facebook y Amazon al descubierto*. Editorial Planeta.

Krugman, Paul and Wells, Robin (2015). *Economics*. Worth Publishers.

Parker et al. (2016). *Platform Revolution*. Norton.

Rogers, David L. (2016). *The Digital Transformation Playbook*. Columbia Business School.

Stahel, Walter R. (2019). *The Circular Economy*. Routledge.