

Guia docent de l'assignatura "Introducció a l'Economia"

1. IDENTIFICACIÓ

- ✓ **Nom de l'assignatura:** Introducció a l'Economia
- ✓ **Codi:** 101192
- ✓ **Titulació:** Grau en Turisme
- ✓ **Curs acadèmic:** 2018-2019
- ✓ **Tipus d'assignatura:** Bàsica
- ✓ **Crèdits ECTS (hores):** 6 (150)
- ✓ **Període d'impartició:** 1er Semestre
- ✓ **Idioma en que s'imparteix:** Català-Castellà
- ✓ **Professorat:** Albert Saló
- ✓ **Correu electrònic:** albert.salo@uab.cat

2. PRESENTACIÓ

Aquesta assignatura introdueix els conceptes de la teoria econòmica als alumnes del Grau en Turisme. Es tracta d'una assignatura de caràcter fonamental on els alumnes s'inicien en els conceptes bàsics que després hauran d'utilitzar a la resta d'assignatures de contingut econòmic. En concret l'assignatura descriu els elements essencials de la microeconomia des d'una perspectiva teòrica, analítica i pràctica. L'enfocament de l'assignatura és molt pràctic i es pretén que els continguts teòrics s'apliquin en forma d'exercicis, anàlisi de gràfics, així com d'altres activitats complementàries.

3. OBJECTIUS FORMATIUS

El desenvolupament d'aquesta assignatura conté els següents objectius formatius:

1. Demostrar que coneixen i comprenen els principis bàsics del turisme en totes les seves dimensions i àrees. Identificant els fonaments bàsics de la teoria econòmica des de la perspectiva microeconòmica.
2. Identificar i avaluar els elements del sistema turístic i la seva interacció amb l'entorn i el seu impacte. L'anàlisi de l'oferta i la demanda turística, el consumidor, l'empresa, el mercat, etc. Per últim, els impactes que l'activitat turística genera en el conjunt de l'economia, com poden ser les externalitats.

3. Avaluar la dimensió econòmica del turisme en diferents àmbits territorials i analitzar la interacció entre elles. Comprendre el comportament del mercat i la lògica de la “mà invisible” que el regula tant des d’una perspectiva estàtica com dinàmica. Aprofundir en els diferents conceptes però d’una manera gradual segons la presència d’assignatures concretes al llarg del Grau.

4. COMPETÈNCIES I RESULTATS D’APRENTATGE

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS DE L’APRENTATGE

CE15. Valorar la dimensió econòmica del turisme a diferents escales i analitzar la interrelació entre elles.

RESULTATS DE L’APRENTATGE

CE15.1. Identificar i conèixer els conceptes econòmics dins les economies de mercat.

CE15.2. Comprendre els fonaments bàsics de les conductes dels agents econòmics en diferents entorns competitius (competència perfecta, monopoli, etc.).

CE10. Argumentar de forma crítica des de diferents perspectives teòriques, ideològiques i de bones pràctiques, la realitat que envolta el sector turístic

RESULTATS DE L’APRENTATGE

CE10.1. Comprendre que la lògica de l’economia de mercat té un component ideològic darrera.

CE10.2. Entendre que la teoria econòmica és només una vessant en l’estudi del comportament dels agents, i que hi ha altres factors (psicològics, socials, antropològics, culturals, etc.) que també incideixen en la seva conducta.

COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

CT1. Desenvolupar una capacitat d’aprenentatge de forma autònoma.

CT4. Utilitzar les tècniques de comunicació a tots els nivells.

CT5. Prendre decisions en contextos d’incertesa així como ser capaç d’avaluar i preveure les conseqüències d’aquestes decisions a curt, mitjà i llarg termini.

CT10. Treballar en grup

5. TEMARI I CONTINGUTS

TEMA I: INTRODUCCIÓ A L'ECONOMIA

- 1.1. Escassetat i elecció: l'economia com a ciència
- 1.2. La Frontera de Possibilitats de Producció
- 1.3. Cost d'oportunitat i aplicacions

TEMA II: L'OFERTA I LA DEMANDA TURÍSTICA

- 2.1. El flux circular de la renda
- 2.2. Sistemes econòmics: el mercat
- 2.3. Anàlisi i determinants de la demanda
- 2.4. Anàlisi i determinants de l'oferta

TEMA III: EQUILIBRI DE MERCAT, ELASTICITATS I REGULACIÓ PÚBLICA

- 3.1. Equilibri de mercat i variacions
- 3.2. Elasticitats de la demanda i l'oferta
- 3.3. Regulació pública: preus màxims, mínims, impostos i subvencions

TEMA IV: LA TEORIA DEL CONSUMIDOR

- 4.1. La racionalitat del consumidor
- 4.2. Restricció pressupostària
- 4.3. Preferències i maximització de la utilitat
- 4.4. Efecte substitució i efecte renda en l'elecció òptima

TEMA V: LA TEORIA DE L'EMPRESA: PRODUCCIÓ I COSTOS

- 5.1. La funció de producció a curt termini
- 5.2. La funció de costos a curt termini
- 5.3. La producció a llarg termini i els rendiments a escala
- 5.4. Els costos a llarg termini
- 5.5. Maximització de beneficis de l'empresa

TEMA VI: ANÀLISI DE MERCATS ESPECÍFICS: COMPETÈNCIA PERFECTA I MONOPOLI.

- 6.1. Introducció: diferents possibilitats de mercat
- 6.2. Condicions i maximització de beneficis amb competència perfecta.
- 6.3. L'equilibri competitiu a curt termini i a llarg termini
- 6.4. El monopoli
- 6.5. Introducció a la teoria de jocs per situacions d'oligopoli

6. BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

- MANKIW, N. (2015): "Principios de economía", Ed. Thomson
- BEGG, D. (2012): "Economía". Ed. McGraw-Hill
- MOCHON, F. (2004): Economía y Turismo. Ed. McGraw-Hill
- CASTEJÓN, M. Y PÉREZ, E. (2009): Introducción a la economía para turismo. Ed. Prentice Hall

- FRANK, ROBERT H. (2004): Microeconomía y conducta. Ed. McGraw-Hill
- TRIBE, J. (2013). The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. Oxford, Ed. Elsevier (4th Edition)
- REECE, W. (2009). The Economics of Tourism. Pearson

Bibliografia complementària:

- BARBÉ, LLUÍS (1993). Curs d'introducció a l'economia (2a ed). Bellaterra: Publicacions de la UAB.Catàleg
- BLAIR, ROGER D., (1983): Microeconomía con aplicaciones a la empresa. Ed. McGraw-Hill,
- FAYOS SOLÀ, E., (1991) “*Competitividad y calidad en la nueva era del turismo*”, Estudios Turísticos, nº 123, p. 5-10
- FERNÁNDEZ FUSTER, R., (1989) Introducción a la teoría y técnica del turismo, Alianza Universidad Textos
- HEILBRONER, ROBERT L, THUROW, LESTER C (1993). Introducció a l'economia (3ª ed). Barcelona: Empúries.
- MARTÍNEZ ALIER, JOAN (1984). L'Ecologisme i l'economia: història d'unes relacions amagades. Barcelona: Ed. 62.
- O.M.T. (1998) Introducción al turismo, Madrid
- PYNDICK, ROBERT S. AND DANIEL L. RUBINFELD, (1998): Microeconomía, Ed. McGraw-Hill,
- ROBINSON, JOAN; EATWELL, JOHN (1973). An introduction to modern economics. London: McGraw-Hill.
- STIGLITZ, JOSEPH E. (1998): Microeconomía, Ed. Barcelona Ariel,
- VARIAN, HAL R. “Microeconomía intermedia un enfoque moderno” Ed. Antoni Bosch, 1994

7. METODOLOGIA DOCENT

L'assignatura funciona en base a tres metodologies d'ensenyament-aprenentatge:

a) Metodologia de la part teòrica de l'assignatura:

Mitjançant classe magistral s'exposen els continguts dels temes de l'assignatura inclosos al programa. Aquesta part es complementa amb exercicis de demostració fets a la pissarra.

b) Metodologia de la part pràctica de l'assignatura:

Realització d'exercicis a classe, tant de manera individual com en grup, i exposició a classe de la resolució dels mateixos. També està previst fer exercicis de repàs fora de l'horari de classe.

c) Metodologia de la part no presencial de l'assignatura (Campus Virtual):

La plataforma del Campus Virtual s'emprarà com a complement d'informació i mitjà de comunicació alternatiu a l'aula entre alumnes i professor. Al Campus Virtual hi haurà la fitxa de l'assignatura, els exercicis i material complementari de l'assignatura. A més s'elaborarà un treball no presencial sobre diferents temàtiques que relacionen l'economia amb el sector turístic. El treball elaborat per equips caldrà entregar-se en un document en paper per a la seva avaluació. També s'inclourà la preparació d'alguns textos d'economia aplicada a l'activitat turística que s'inclouran al procés d'avaluació.

ACTIVITATS FORMATIVES

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	40	1.60	C15.1 , C15.2, CT5
Resolució casos pràctics	12	0.48	C15.1 , C15.2., CT1
Presentació pública de treballs	4	0.16	C15.1 , C15.2, CT5, CT10
Tipus: Supervisades			
Tutories	22	0.88	C15.1 , C15.2
Tipus: Autònomes			
Resolució casos pràctics	12	0.48	C10.1 , C10.2, C15.1, C15.2, CT1
Elaboració de treballs	36	1.44	C10.1,C10.2,C15.1, C15.2, CT10
Estudi	24	0.96	C10.1, C10.2, C15.1, C15.2, CT1

8. SISTEMA D'AVALUACIÓ

L'avaluació continuada d'aquesta assignatura consta dels següents blocs:

- a) La realització i exposició-discussió d'exercicis individuals, presencials i "on-line" al llarg del curs, lliurats el mateix dia de classe o dins del termini fixat, que valdrà un 10 % de la nota final.
- b) La realització d'un treball no presencial, en equip, sobre la relació de l'economia i el turisme. Lliurar en la data establerta. Aquesta part valdrà un 20 % de la nota final.
- c) La realització de dues proves individuals sobre el material teòric, els exercicis pràctics i sobre els temes preparats d'economia aplicada, a la part no presencial, que valdrà un 70 % de la nota final. Cal una nota mitjana de les dues proves d'un mínim de 4 punts per fer mitjana amb els blocs a i b amb la condició que la nota mínima de qualsevol parcial ha de ser d'almenys 3 punts.

Per aprovar l'avaluació continuada cal una nota mitjana dels tres blocs (a,b,c) de 5 punts.

En cas de no passar l'avaluació continuada caldrà fer l'examen final de l'assignatura de tot el temari i aprovar amb una nota igual o superior a 5 punts.

ACTIVITATS D'AVALUACIÓ

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Prova teòrico-pràctica 1	35 %	2	0,08	CE15.1, CE15.2
Prova teòrico-pràctica 1	35 %	2	0,08	CE15.1, CE15.2
Treballs pràctics en grup	20 %	30	1,2	CE10.1, CE10.2
Exercicis individuals	10 %	8	0,32	CE15.2.

9. PLANIFICACIÓ DE LA DOCÈNCIA

SETMANA	TEMA	MÈTODE	HORES
1 i 2	- Presentació assignatura (objectius, metodologia, avaluació, elaboració treball, etc.) - Tema 1	-Classe magistral -Exercicis	6
3 i 4	Tema 2	-Classe magistral -Exercicis	8
5 i 6	Tema 3	-Classe magistral -Exercicis	6

7 i 8	Tema 3	-Classe magistral -Exercicis - Prova parcial	8
9 i 10	Tema 4	-Classe magistral -Exercicis	6
11, 12,13	Tema 5 i treballs pràctics	- Classe magistral - Preparació treball i exposició -Exercici on-line	12
14,15	Tema 6	-Classe magistral -Exercicis - Prova parcial	8

10. EMPRENEDORIA I INNOVACIÓ

A l'assignatura d'Introducció a l'Economia s'expliquen els fonaments bàsics del comportament econòmic dels agents, com a consumidors i com empreses. És per tant un lloc adequat pel foment de l'esperit emprenedor. L'assignatura dins dels treballs dirigits té una dedicació especial a l'estudi de casos d'empreses innovadores o d'anàlisis de situacions per generar idees innovadores a l'empresa o pel desenvolupament turístic. Almenys, cada grup de treball coneixerà un cas concret d'acció innovadora o emprenedora que li pot servir per despertar el seu propi esperit emprenedor.