

# Grado en Marketing y Comunicación Digital

**Asignatura:** Análisis del entorno económico

**Materia:** Economía

**Créditos:** 6 ECTS

**Programa:** Grado

**Modalidad:** Presencial

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Primero

## 1. Índice

1. Índice .....	2
2. Presentación.....	3
02.1 Descripción .....	3
02.2 Aplicaciones profesionales relevantes .....	5
3. Resultados de aprendizaje de la titulación .....	5
4. Resultados de aprendizaje de la materia.....	6
5. Contenidos.....	7
6. Metodología.....	7
7. Evaluación .....	8
8. Bibliografía .....	9
8.1 Bibliografía básica .....	9
8.2 Bibliografía complementaria .....	9

## 2. Presentación

### 02.1 Descripción

El análisis estratégico que realiza el directivo para diseñar y posteriormente implantar la estrategia empresarial requiere de un diagnóstico del entorno que rodea a la organización y de la interpretación de los cambios de dicho entorno. Sólo así, el directivo será capaz de tomar las decisiones más acertadas, ya que estas responderán de la manera más eficaz a las necesidades de la empresa.

Ya no basta con conocer solamente el propio mercado, sino que hoy la empresa compite en un mercado global con empresas y estrategias competitivas diferentes. Las empresas que hoy nacen, lo hacen para competir internacionalmente, en mercados muy complejos donde intervienen una infinidad de agentes económicos de diversa naturaleza.

Entorno es todo aquello ajeno a la empresa como organización. El entorno se asocia con el concepto mercado, por los efectos de este último sobre la empresa, y para estudiarlo es necesario definir sus dimensiones y niveles de referencia. El interés por analizar el entorno se manifiesta a partir de los años setenta del siglo XX, debido a los grandes cambios sucedidos en los mercados internacionales y que impactaron en las economías de los países industrializados.

Macroeconomía, que estudia la economía como un todo, buscando entender la determinación a nivel global de la actividad económica, desde el punto de vista del desempleo, el ingreso agregado, los precios medios, la inflación y la distribución de la riqueza. Uno de los iniciadores del análisis macroeconómico fue John M. Keynes, estudiando los gastos y el ingreso.

En cuanto a la microeconomía, rama de la economía que estudia las decisiones de las familias y empresas, las formas en que funcionan los mercados y como se regulan, cómo influyen los impuestos en la asignación de trabajo, de los bienes y de los servicios. En esta área de las ciencias económicas se abordan temas como el cambio tecnológico, la producción, el consumo, los salarios y los ingresos. Se considera a Adam Smith como el iniciador de este tipo de análisis.

La globalización ha superado con creces a cualquier otro fenómeno económico-social, por su dimensión y alcance. La economía mundial ha cambiado con la aparición de este

fenómeno, y es preciso conocer y comprender los elementos y características que la definen.

La globalización afecta tanto a flujos económicos, comerciales, de trabajadores y de información. Por ello, la asignatura se centrará en analizar las dinámicas económicas generales, en situaciones de crisis y de expansión, los desequilibrios globales y las desigualdades sociales y territoriales, así como las políticas económicas aplicadas y su impacto.

El análisis económico y de la globalización, abarca gran cantidad de variables, que a su vez implican el estudio distintos indicadores los cuales deben ser interpretados cuidadosamente, teniendo en cuenta la teoría y la experiencia. Así, en el análisis se requiere de un conjunto suficiente de información, la cual es indispensable para poder tener una idea clara de lo que ha sucedido, de lo que está sucediendo y de lo que podría suceder en un futuro próximo en la economía y por consiguiente en la sociedad.

En la actualidad más que nunca el análisis económico juega un papel vital, ya que los cambios en los mercados ocurren con gran rapidez, las economías se internacionalizan aumentando su grado de apertura. La globalización y la competitividad, hoy en día, son temas dominantes, las economías son menos estables y se encuentran más interrelacionadas.

En esta asignatura proporcionamos al estudiante los elementos necesarios para comprender, describir, integrar y analizar, fundamentalmente, los aspectos a tomar en cuenta para lograr una eficaz labor en el mundo empresarial, valorando los efectos e implicaciones de las condiciones económicas actuales. Conoceremos el efecto de variables económicas y sociales, permitiéndoles a los alumnos una eficiente planificación de las empresas para el logro de sus objetivos.

Proponemos, apoyados en la investigación, detectar y solucionar problemas en las organizaciones, aportando los elementos para asumir actitudes de compromiso con el entorno económico, social y ambiental.

## 02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

El conjunto de aprendizajes recibidos por el alumno en la asignatura se centra en adquirir el conocimiento que puede ser aplicado en diferentes áreas o actividades profesionales. Particularmente, la asignatura se proyecta en campos como:

- Gestión y administración de empresas de marketing y comunicación digital.
- Consultoría de marketing y comunicación digital.
- Planificación del marketing empresarial y la comunicación digital.
- Investigación y consultorías privadas.
- Aplicar conocimientos en organismos internacionales y en instituciones públicas.

## 3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT2 - El estudiante será capaz de identificar las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, y el beneficio que reportan a la empresa.
- RAT3 - El estudiante será capaz de relacionar la complejidad de los fenómenos económicos y sociales típicos de la sociedad del bienestar con la tecnología, la globalización y la sostenibilidad
- RAT4 - El estudiante será capaz de defender una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor.
- RAT6 - El estudiante podrá explicar cualquier conocimiento/información de forma clara y precisa, oralmente y por escrito, en catalán, castellano y en una tercera lengua, especialmente el inglés.
- RAT8 - El estudiante será capaz de desarrollar las estrategias comerciales de marketing y de comunicación tradicionales y online, adecuadas a la estrategia empresarial.
- RAT9 - El estudiante sabrá predecir la evolución de los mercados, mediante el uso de herramientas cuantitativas y predictivas con un enfoque estratégico focalizado en la búsqueda de oportunidades y amenazas.
- RAT12 - El estudiante será capaz de interpretar el análisis de datos e información, con visión crítica hacia los resultados.
- RAT13 - El estudiante sabrá seleccionar las acciones concretas de comunicación teniendo en cuenta la naturaleza de los stakeholders y su rentabilidad.
- RAT14 - El estudiante podrá proponer soluciones innovadoras, creativas y emprendedoras en situaciones propias del ámbito profesional.
- RAT15 - El estudiante será capaz de evaluar la sostenibilidad y el impacto social de las propuestas planteadas con responsabilidad ética, medioambiental y profesional.

- RAT17 – El estudiante sabrá diseñar estrategias comerciales y de marketing tradicional y online consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno.
- RAT18 – El estudiante será capaz de diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia, estímulo del compromiso y mejora continua.
- RAT19 – El estudiante podrá diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma.
- RAT20 – El estudiante sabrá crear las estrategias sobre el mix de marketing, en coherencia con la política y los objetivos de la empresa y teniendo en cuenta las estrategias de los competidores.
- RAT21 – El estudiante será capaz de formular previsiones de ventas, anticipando tendencias y discontinuidades, para el cumplimiento de los objetivos establecidos.
- RAT23 – El estudiante será capaz de diseñar políticas de responsabilidad social corporativa que colaboren en la mejora de la imagen y de la competitividad de la empresa, con balances sociales y alineadas con la misión y visión de la compañía.

## 4. Resultados de aprendizaje de la materia

- RAM1 – El estudiante será capaz de interpretar de forma pertinente el funcionamiento de las instituciones económicas y sociales como resultado y aplicación de modelos formales acerca de cómo funcionan en un sistema económico.
- RAM2 – El estudiante será capaz de relacionar correctamente los fenómenos económicos y sociales típicos de la sociedad del bienestar con la globalización y la sostenibilidad para el uso de la técnica, la tecnología, la economía y la sostenibilidad, mediante ejercicios escritos de relación de conceptos.
- RAM3 – El estudiante será capaz de analizar adecuadamente aquellos aspectos del entorno económico que afectan a la rentabilidad y crecimiento de una empresa con el fin de maximizar el éxito.
- RAM5 – El estudiante será capaz de interpretar datos y estadísticas macroeconómicas para entender el mundo actual mediante el aprendizaje colaborativo en grupos de trabajo.
- RAM6 – El estudiante será capaz de contrastar de forma pertinente los indicadores macroeconómicos para su interpretación cuantitativa y cualitativa mediante técnicas de análisis de datos.
- RAM7 – El estudiante será capaz de analizar adecuadamente el entorno económico de países o zonas geográficas mediante el uso de indicadores propuestos en ejercicios prácticos.
- RAM8 – El estudiante será capaz de interpretar correctamente coyunturas económicas que tienen lugar en diversas áreas del mundo (balanza de pagos, mercado de divisa, etc.), así como las políticas de la demanda agregada (política fiscal y monetaria) y las políticas estructurales por el lado de la oferta.

## 5. Contenidos

La globalización ha superado con creces a cualquier otro fenómeno económico-social, por su dimensión y alcance. La economía mundial ha cambiado con la aparición de este fenómeno, y es preciso conocer y comprender los elementos y características que la definen.

En esta asignatura proporcionamos al estudiante los elementos necesarios para comprender, describir, integrar y analizar, fundamentalmente, los aspectos a tomar en cuenta para lograr una eficaz labor en el mundo empresarial, valorando los efectos e implicaciones de las condiciones económicas actuales. Conoceremos el efecto de variables económicas y sociales, permitiéndoles a los alumnos una eficiente planificación de las empresas para el logro de sus objetivos. En particular:

- Economías en vías de desarrollo y la clasificación actual de la economía de los países. Análisis PESTEL.
- Aplicación de Globalización, sostenibilidad y medio ambiente entre España y el resto del mundo: Indicadores, análisis y comparativa de las empresas.
- Acuerdos de comercio internacional y organismos reguladores.
- Balance de Pagos
- Mercados Financieros: Sistema de divisas (tradicional y crypto), la paridad, los tipos de intereses.
- Las tendencias económicas.

## 6. Metodología

Resultados de aprendizaje trabajados	Metodología docente	Actividades formativas
Conocimiento	Clase magistral	Exposiciones del profesor
	Sesiones expositivas	Exposiciones de los estudiantes
	Tutorías	Reuniones para la resolución de dudas
	Aprendizaje basado en lecturas	Lectura y análisis de documentos
Habilidad	Aprendizaje basado en proyectos	Resolución de problemas

	Aprendizaje basado en audiovisuales	Análisis de audiovisuales
	Aprendizaje basado en casos	Búsqueda y tratamiento de la información Resolución de problemas
Competencia	Trabajo por proyectos	Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos

## 7. Evaluación

Sistema de evaluación	Peso
Evaluación continua: ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, casos de estudio	40 %
Examen parcial	20 %
Examen final	40 %

Al calcular la nota final, las actividades de evaluación continua la asignatura (participación, pruebas en clase, casos de seminarios y proyectos en grupo, examen parcial) se ponderarán sólo si la nota del examen final es igual o superior a 4,0. Por tanto, para obtener una nota aprobatoria de la asignatura, la nota del examen final deberá ser igual o superior a 4,0. Si la nota del examen final es inferior a 4,0, la nota del examen final pasa a ser la nota final del curso, independientemente del resto de notas. Los estudiantes deben realizar el examen final si quieren recibir una evaluación cuantitativa del curso. Los estudiantes que no se presenten al examen final recibirán una calificación general del curso de "No presentado".

"La calificación máxima que los o las estudiantes podrán obtener en las pruebas de reevaluación [...] será de 5,0. Además, "la calificación de las pruebas de reevaluación constituirá, en todo caso, la calificación final de la asignatura". **Así, únicamente tendrán derecho a examen aquellos estudiantes que, habiendo cumplido con el examen parcial, el examen final y haber realizado el 100% de las actividades de evaluación continua de la asignatura, estén suspendidos (nota final de la asignatura inferior a 5)."**

**Evaluación Única:** La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100 %



de la nota de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar al profesor una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles del curso.

## 8. Bibliografía

### 8.1 Bibliografía básica

- Robert Feenstra, Alan M. Taylor (2021): International Economics: Macmillan Learning, ISBN 1319383432, 9781319383435

### 8.2 Bibliografía complementaria

- Krugman, P. (2021). 13. What Do We Need to Know about the International Monetary System? (pp. 509-530). Princeton University Press.