

# **GUÍA DOCENTE**

## **ORGANIZACION Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

### **GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

**CURSO 2026-27**

Fecha de publicación: 06-07-2026



| I.-Identificación de la Asignatura |                      |
|------------------------------------|----------------------|
| Tipo                               | FORMACIÓN BÁSICA     |
| Período de impartición             | 2 curso, 1Q semestre |
| Nº de créditos                     | 6                    |
| Idioma en el que se imparte        | Castellano           |

| II.-Presentación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Principios de economía es una asignatura con un contenido especialmente interesante en la formación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. A través de su estudio, se trata de ocupar la formación de carácter económico que debe completar toda formación multidisciplinar a un nivel teórico empírico aplicado a la actualidad</p> <p>El carácter de la asignatura es plenamente introductorio y aplicado y persigue dotar al estudiante de un marco teórico sencillo y formal en base a las estructuras, procesos e instituciones económicas, formación de precios, etc que constituyen el ámbito natural de ejercicio de la publicidad y las relaciones públicas. Además, se pretende profundizar en el estudio de fenómenos económicos cotidianos que afectan a los diferentes agentes económicos (consumidores, empresas, sector público) y a la economía en su conjunto (crecimiento y desarrollo, inflación, desempleo, etc.) para que el alumno pueda presentar y discutir los hechos económicos fundamentales de su entorno.</p> <p>El objetivo fundamental es que el alumno adquiera las competencias suficientes para analizar su entorno económico de forma crítica y que pueda comprender los instrumentos de política económica.</p> <p><i>Conocimientos previos: ninguno aunque serían deseables algunos conocimientos muy básicos de interpretación de gráficos.</i></p> |

| III.-Resultados de Aprendizaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>CG02. Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.</p> <p>CG05. Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.</p> <p>CG06. Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.</p> <p>CG07. Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario,</p> <p>CG09. Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.</p> <p>CE02. Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del planificador publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.</p> |

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.
- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.

#### IV.-Contenido

##### IV.A.-Temario de la asignatura

Tema 1. Introducción: la economía y el análisis económico

- Definición de economía y teoría económica: el objeto de la economía
- La escasez y la elección
- La eficiencia y la equidad
- La modelización económica
- Microeconomía y macroeconomía

##### BLOQUE 1. MICROECONOMÍA

Tema 2. La conducta del consumidor: la demanda

- El plan de demanda y la curva de demanda individual de bienes y servicios
- Factores determinantes de la demanda: movimientos vs. desplazamientos. Variaciones en la demanda y en la cantidad demandada
- La función de utilidad y la utilidad marginal como interpretación de la curva de demanda individual
- La demanda individual y la pendiente de la curva de demanda: el supuesto de utilidad marginal decreciente
- La demanda agregada microeconómica o demanda de mercado
- El problema del consumidor y la curva de demanda

Tema 3. La conducta del productor: la oferta

- El plan de oferta y la curva de oferta individual
- Factores que afectan a la oferta: movimientos vs. desplazamientos
- La oferta individual y la pendiente de la curva de oferta: el coste marginal decreciente
- El problema del productor: las curvas de costes

Tema 4. El funcionamiento de los mercados

- El equilibrio de mercado: estabilidad y estática comparativa
- La eficiencia de los mercados: los conceptos de excedente del consumidor, del productor y excedente total
- La intervención pública en los mercados I: los controles de cantidades y los controles de precios: la pérdida irrecuperable de eficiencia
- El concepto de elasticidad
- La intervención pública en los mercados II: los impuestos
- La economía del sector público: externalidades y bienes públicos
- Estructuras y tipos de mercado: los fallos de mercado
- Competencia perfecta
- Monopolio-monopsonio
- La competencia monopolística
- Oligopolio
- Cártel

##### Extensiones

##### BLOQUE 2. MACROECONOMÍA

Tema 5. La macroeconomía y la contabilidad nacional

Tema 6. Desempleo e inflación

Tema 7. El dinero, la banca y los Bancos Centrales

##### IV.B.-Actividades formativas

| Tipo     | Descripción                                                    |
|----------|----------------------------------------------------------------|
| Otras    | Realización de test que evalúen la adquisición de competencias |
| Lecturas | Lectura y análisis de temas de actualidad                      |





**V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)**

|                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Clases teóricas                                                               | 40  |
| Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.                    | 12  |
| Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc. | 5   |
| Realización de pruebas                                                        | 3   |
| Tutorías académicas                                                           | 12  |
| Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.                          | 6   |
| Preparación de clases teóricas                                                | 40  |
| Preparación de prácticas/ejercicios/casos                                     | 40  |
| Preparación de pruebas                                                        | 22  |
| Total de horas de trabajo del alumnado                                        | 180 |

**VI.-Metodología y plan de trabajo**

| Tipo            | Periodo              | Contenido                                                                                                              |
|-----------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Clases Teóricas | Semana 7 a Semana 8  | Parte II: Macroeconomía. Tema 5: La macroeconomía y la contabilidad nacional. Sesiones presenciales en el aula física. |
| Clases Teóricas | Semana 9 a Semana 10 | Tema 6: El desempleo y la inflación                                                                                    |
| Clases Teóricas | Semana 5 a Semana 7  | Tema 4: El funcionamiento de los mercados Sesiones presenciales en el aula física.                                     |
| Clases Teóricas | Semana 1 a Semana 1  | Tema 1: Introducción. La economía y el análisis Económico. [AP] Sesiones presenciales en el aula física.               |
| Clases Teóricas | Semana 2 a Semana 3  | Tema 2: La conducta de los consumidores. La demanda de bienes y servicios.                                             |
| Clases Teóricas | Semana 3 a Semana 4  | Tema 3: La conducta de los productores: la oferta                                                                      |



|                     |                       |                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tutorías académicas | Semana 1 a Semana 12  | El trabajo tutorial será de carácter fundamental en esta asignatura. Existirá un seguimiento personalizado del alumno y se intentarán resolver posibles dificultades con la asignatura. Sesiones presenciales en el aula física. |
| Prácticas           | Semana 9 a Semana 10  | Temas 5, 6 y 7                                                                                                                                                                                                                   |
| Prácticas           | Semana 10 a Semana 12 | Tema 7 El dinero, la banca y los Bancos Centrales                                                                                                                                                                                |
| Prácticas           | Semana 7 a Semana 8   | Tema 3 Sesiones presenciales en el aula física.                                                                                                                                                                                  |
| Clases Teóricas     | Semana 10 a Semana 11 | Tema 6: El desempleo y la inflación. Sesiones presenciales en el aula física                                                                                                                                                     |
| Clases Teóricas     | Semana 12 a Semana 13 | Tema 7: Dinero, banca y Bancos Centrales Sesiones presenciales en el aula física.                                                                                                                                                |
| Prácticas           | Semana 2 a Semana 3   | Sesiones presenciales en el aula física.                                                                                                                                                                                         |
| Prácticas           | Semana 4 a Semana 5   | Tema2.                                                                                                                                                                                                                           |

## VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

### VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

Se realizan al menos 2 pruebas parciales de la parte de microeconomía y macroeconomía y una prueba escrita final. Pruebas reevaluables. La ponderación de cada apartado quedará a criterio del profesor, siempre comunicándose con anterioridad a su realización.

En el periodo extraordinario, se seguirá el mismo método de evaluación: un examen que supondrá el 100% de la calificación.

### VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

### VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

### VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

### VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica



La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.

## VIII.-Recursos y materiales didácticos

### Bibliografía básica

Fundamentos de Economía, 2ª Ed. Krugman, Wells, Graddy. Ed. Reverté (2013)

Principios de Economía, N.G. Mankiw, 6ª Edición. Mc Graw Hill, 2012

Economía. Un primer curso inspirado en el mundo real. Acemoglu, Laibson y List. Antoni Bosch Ed. 2017

La economía: Economía para un mundo en transformación. El equipo de CORE. Ed. Antoni Bosch. 2020

### Bibliografía complementaria

Direcciones web de interés: Dirección 1: OCDE: [www.oecd.org](http://www.oecd.org) Dirección 2 Instituto Nacional de Estadística. [www.ine.es](http://www.ine.es)  
Dirección 3: Eurostat: <http://europa.eu.int> Dirección 4: Banco Central Europeo: [www.bde.es](http://www.bde.es) Dirección 5: Ministerio de Economía y Competitividad España: <http://www.minec.gob.es> Dirección 6: Centro de Estudios de Economía de Madrid: [www.economiademadrid.com](http://www.economiademadrid.com) Dirección 7: The economist: <http://www.economist.com/> Dirección 8: Expansión: <http://www.expansion.com/> Dirección 9: Cinco Días: <http://www.cinco dias.com/>

Introducción a la Economía. Microeconomía. Krugman, Wells. Ed. Reverté, 2010

## IX.-Profesorado

|                                       |                                                                                                     |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre y apellidos                    | AMADEO FERNANDO NAVARRO ZAPATA                                                                      |
| Correo electrónico                    | amadeo.navarro@urjc.es                                                                              |
| Departamento                          | Economía Aplicada I e Historia e Instituciones Económicas                                           |
| Campus de impartición                 | Madrid - Vicálvaro                                                                                  |
| Categoría                             | Profesor/a Ayudante Doctor/a                                                                        |
| Titulación académica                  | Doctor                                                                                              |
| Responsable de asignatura             | No                                                                                                  |
| Horario de tutorías                   | Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico |
| Nº de Quinquenios                     | 1                                                                                                   |
| Nº de Sexenios                        | 0                                                                                                   |
| Nº de Sexenios de transferencia       | 0                                                                                                   |
| Nº de evaluaciones positivas Docencia | 1                                                                                                   |
| Nombre y apellidos                    | RAÚL SÁNCHEZ LARRIÓN                                                                                |
| Correo electrónico                    | raul.larrion@urjc.es                                                                                |
| Departamento                          | Economía Aplicada I e Historia e Instituciones Económicas                                           |
| Campus de impartición                 | Fuenlabrada                                                                                         |
| Categoría                             | Titular de Universidad                                                                              |



|                                              |                                                                                                     |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titulación académica</b>                  | Doctor                                                                                              |
| <b>Responsable de asignatura</b>             | No                                                                                                  |
| <b>Horario de tutorías</b>                   | Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico |
| <b>Nº de Quinquenios</b>                     | 6                                                                                                   |
| <b>Nº de Sexenios</b>                        | 1                                                                                                   |
| <b>Nº de Sexenios de transferencia</b>       | 0                                                                                                   |
| <b>Nº de evaluaciones positivas Docencia</b> | 6                                                                                                   |
|                                              |                                                                                                     |