



Fecha Aprobación:
18/09/2013

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

ESCUELA DE INGENIERIA DE MARKETING

CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

Sílabo

1. Datos generales

Materia: MICROECONOMÍA I PARA ADM, CSU, IMK

Código: FAD0018

Créditos: 4

Nivel: 3

Paralelo: 3A-IMK

Eje de formación: PROFESIONAL

Periodo lectivo: PERIODO SEP/2013 - FEB/2014

Total de horas: 64

Profesor: UGALDE VASQUEZ ANDRÉS FRANCISCO

Correo electrónico: augalde@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

FAD0008 MATEMÁTICAS II PARA ADM, CSU Y ECE

FAD0012 INTRODUCCIÓN A LA MICROECONOMÍA

2. Descripción y objetivos de la materia

Un Café para Empezar¿ Quisiera comenzar parafraseando al economista español Antonio Villar para describir esta asignatura desde nuestra vida cotidiana. En efecto, supongamos que entramos en una cafetería y pedimos un café. Un camarero nos prepara un café (cultivado en Colombia), en una cafetera (italiana), y nos lo sirve en una taza (China). Tras añadir un sobrecito de azúcar (cubano), nos tomamos nuestro café mientras revisamos el correo en una computadora (Japonesa)¿ mediante un router instalado cerca del bar¿ y pagamos por todo ello ¡menos de un dólar!...

La producción y el intercambio de mercancías constituyen el eje de la actividad económica: los consumidores demandan bienes y servicios, y ofertan distintos tipos de trabajo; las empresas producen mercancías mediante el empleo de diversas técnicas y recursos productivos; el Gobierno determina una estructura legal de derechos de propiedad, y participa en la economía mediante impuestos, subvenciones y como demandante y oferente de determinados bienes y servicios. Esto es a lo que llamamos microeconomía Las dos preguntas centrales que aborda la microeconomía son: Primero, ¿Consiguen los mercados hacer compatibles las acciones de numerosos agentes que toman sus decisiones de manera independiente? y ¿es deseable el resultado que se alcanza? La primera de las preguntas tiene que ver con la existencia de equilibrio. La segunda con el análisis de su eficiencia.

Y luego del café¿un paseo en motocicleta¿ Sigamos suponiendo. Una vez tomado nuestro café salimos a dar un paseo en motocicleta. Hay toda una serie de operaciones que realizamos en este paseo como mantener el equilibrio, cambiar de marchas, acelerar para rebasar a los vehículos más lentos, frenar y tomar las curvas, ... Cualquier motorista experimentado realiza estas operaciones de manera automática, sin detenerse en la acera para pensar qué debe hacer en cada caso.

3. Contenidos

01. INTRODUCCIÓN

- 01.01. Objeto del Estudio de la Teoría Económica (1 horas)
- 01.02. Concepto de Economía (1 horas)
- 01.03. La escases y la necesidad de elegir (1 horas)

02. OFERTA Y COSTOS

- 02.01. La frontera de las Posibilidades de Producción (1 horas)
- 02.02. Producción total, media y marginal. (2 horas)
- 02.03. Etapas de la producción. (1 horas)
- 02.04. Costos totales medios y marginales. (1 horas)
- 02.05. Modelos Económicos (2 horas)

03. COMPETENCIA PERFECTA Y EQUILIBRIO

- 03.01. Maximización de utilidades. (1 horas)
- 03.02. El Mecanismo de Mercado (1 horas)
- 03.03. El equilibrio en corto plazo y largo plazo. (1 horas)
- 03.04. Industrias de costos crecientes, decrecientes y constantes. (1 horas)

04. LA DEMANDA Y LA ELASTICIDAD

- 04.01. Elasticidad Precio de la Demanda (2 horas)
- 04.02. Relación entre gasto de los consumidores y Elasticidad (2 horas)

05. LA TEORÍA DEL CONSUMIDOR

- 05.04. La Restricción Presupuestaria del Consumidor (1 horas)
- 05.01. Supuestos sobre las preferencias del Consumidor. (1 horas)
- 05.02. Las Curvas de Indiferencia (1 horas)
- 05.03. La Tasa Marginal de Sustitución (1 horas)
- 05.05. La Optimización del Consumidor (1 horas)

06. LAS CURVAS DE DEMANDA

- 06.01. El Ingreso Real y Nominal (1 horas)
- 06.02. La Curva de Consumo Ingreso (2 horas)
- 06.03. La Curva de Consumo Precio (2 horas)
- 06.04. El Efecto Sustitución (1 horas)
- 06.05. Las Funciones de Demanda y su Derivación. (1 horas)
- 06.06. Excedente del Consumidor (1 horas)

07. LA PRODUCCIÓN

- 07.01. La Función de Producción (1 horas)
- 07.02. La Región Económica de Producción (1 horas)
- 07.03. El Isocosto y la Minimización del Costo (2 horas)
- 07.04. La Optimización del Productor (2 horas)
- 07.05. Ruta de Expansión y Rendimientos a Escala (1 horas)
- 07.06. Maximización del Beneficio (1 horas)

08. LA TEORÍA DEL COSTO DE PRODUCCIÓN

- 08.01. Los Costos a Corto Plazo (1 horas)
- 08.02. El Costo Total de Producción (2 horas)
- 08.06. La Competencia y la Estructura de Costos (1 horas)
- 08.03. Los Costos Promedio (1 horas)
- 08.04. El Costo Marginal de la Empresa (1 horas)
- 08.05. Costo Marginal y Costo Medio: Curvas (2 horas)

09. EL MONOPOLIO

- 09.01. Características. (1 horas)
- 09.02. La curva de la demanda y el Ingreso marginal. (1 horas)
- 09.03. Decisiones de producción y precio en los monopolios. (1 horas)
- 09.04. La discriminación de precios. (1 horas)

10. LA COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

- 10.1. Características. (1 horas)
- 10.2. Fijación de precios de bienes homogéneos. (1 horas)
- 10.3. Fijación de precios de bienes diferenciados. (1 horas)
- 10.4. Los mercados de competencia monopolística. (1 horas)

11. EL OLIGOPOLIO

- 11.1. Características. (1 horas)
- 11.2. El modelo de la demanda quebrada. (2 horas)
- 11.3. El modelo de la empresa dominante. (1 horas)
- 11.4. La colusión y la teoría de los juegos. (1 horas)

12. COMPETENCIA PERFECTA y FORMACIÓN DE PRECIOS

- 12.1. El Mercado de Competencia Perfecta (1 horas)
- 12.2. La Decisión de Producir (2 horas)
- 12.3. Entrada y Salida de Empresas al Mercado (1 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

<i>Resultado de aprendizaje de la materia</i>	<i>Evidencias</i>
aa. Analizar el entorno en base a las realidades y necesidades de los mercados locales y globales.	
- Analizar el entorno de manera eficiente detectando las principales necesidades de los mercados en todos los niveles y proyectándolas hacia posibilidades de producción	- Documento de ejercicios y tareas resueltas fuera del aula - Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula - Formulación de proyectos
ad. Desarrollar a profundidad los fundamentos conceptuales del Marketing.	
- Comprender los fundamentos de la disciplina del Marketing desde se naturaleza como modeladora del comportamiento de los mercados.	- Ensayos
ao. Manejar Modelos Económicos, Contables, Comerciales y Competitivos.	
- Comprender y Gestionar los principales modelos microeconómicos, con énfasis es los modelos orientados a describir el comportamiento de los consumidores	- Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula - Documento de ejercicios y tareas resueltas fuera del aula
ar. Estimular la capacidad de análisis y resolución de problemas.	
- Estimular la detección de necesidades en los mercados y la capacidad de responder a éstas con propuestas de bienes y servicios	- Exámenes escritos

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada

Metodología

Tanto en el proyecto que se realizará como en la exposición oral, se evaluará la secuencia lógica de las secciones requeridas, la pertinencia del contenido y la construcción adecuada de la información por sección, el buen uso de las normas de redacción científica y de los requerimientos de publicación.

En la exposición oral se evaluará el cumplimiento de las normas de un buen expositor, la fluidez en la exposición y el manejo adecuado de la audiencia. En la presentación en Power Point se evaluará el buen uso de las normas de preparación de las diapositivas.

Tanto en las pruebas como en el examen final se evaluará el conocimiento teórico del estudiante según la adecuada argumentación a preguntas de razonamiento.

Criterios de Evaluación

En todos los trabajos escritos (ensayos, avances de proyectos, el proyecto definitivo y las presentaciones en Power Point) se evaluará la ortografía, la redacción, la coherencia en la presentación de las ideas y la ausencia de copia textual.

Los ensayos consistirán de una introducción en donde se describa la problemática objeto de estudio, el desarrollo y discusión del tema, y una conclusión que dé cuenta de las reflexiones alcanzadas por el estudiante. Debe existir una revisión bibliográfica que muestre la actualidad y pertinencia de lo tratado. Los ensayos serán individuales.

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- FRANK, R..(2001). Microeconomía. México: McGraw Hill. Biblioteca H. Malo.
- KRUGMAN, P., WELLS, R..(2006). Introducción a la Economía. Microeconomía. España: Reverte. Biblioteca H. Malo. UDA-BG 64293.
- PARKIN, M..(2006). Microeconomía Versión para América Latina. España: Pearson. Biblioteca H. Malo. UDA-BG 64287.
- PERLOFF, J..(2008). Microeconomía. Argentina: Pearson. Biblioteca H. Malo.

Web

BIBLIOGRAFÍA

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **18/09/2013**

APROBADO