



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: INTRODUCCIÓN A LA MICROECONOMÍA
Código: FAD0012
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2017 a Julio-2017
Profesor: UGALDE VASQUEZ ANDRÉS FRANCISCO
Correo electrónico: augalde@uazuay.edu.ec

Nivel: 2

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

Prerrequisitos:

Código: FAD0001 Materia: MATEMÁTICAS I PARA ADM, CSU Y ECE

2. Descripción y objetivos de la materia

El estudio de esta materia contribuye al conocimiento de los conceptos generales de la ciencia económica y sus técnicas básicas de trabajo como son los modelos teóricos y matemáticos, el uso del método gráfico para mejorar el nivel de comprensión y el manejo de las variables económicas. Más adelante, se dedica el curso al estudio del mercado y sus fuerzas: la demanda y oferta, que permitirá a los estudiantes manejar un modelo de explicación del funcionamiento del mercado, para concluir con el estudio de las elasticidades y su aplicación en las decisiones empresariales y económicas.

Con la materia de Introducción a la Microeconomía se inicia el estudio de la teoría económica, por esta razón, se debe poner énfasis en la comprensión y manejo de las herramientas fundamentales para poder continuar en esta línea de estudio sin dificultades en los ciclos posteriores. Comprender el análisis microeconómico es fundamental para tomar decisiones empresariales acertadas, y en términos generales, para hacerse una clara de cómo funciona una economía moderna

La Introducción a la Microeconomía se desarrolla con el uso y apoyo de materias cuantitativas como las matemáticas, la estadística y otras que provee la formación curricular. Esta materia constituye la base para el estudio de la línea de la teoría económica como son las materias de: Microeconomía I y II, Macroeconomía, Economía Internacional, Finanzas Internacionales y otras afines.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Los problemas básicos de la economía.
01.01.	Definición de economía.
1.2	El método científico en economía.
01.02.	Alcance de la economía
1.3	Los modelos económicos. Dos ejemplos: el flujo circular de la renta y la frontera de las posibilidades de la producción.
01.03.	El razonamiento económico.
1.4	Interdependencia y ganancias derivadas del comercio.
01.04.	Economía: una ciencia social
01.05.	Economía y Marketing

2.1	Representación gráfica de datos.
02.01.	Posibilidades de producción y costo de oportunidad.
2.2	Uso de gráficos en modelos económicos.
02.02.	Uso eficiente de los recursos.
2.3	La pendiente de una relación.
02.03.	El crecimiento económico.
2.4	Representación gráfica de relaciones entre más de dos variables
02.04.	Ganancias del comercio.
02.05.	Coordinación económica.
3.1	La demanda.
03.01.	El valor y los precios.
3.2	La oferta.
03.02.	Mercados y precios.
3.3	El equilibrio del mercado.
03.03.	La demanda.
3.4	Desplazamientos de la demanda y de la oferta
03.04.	La oferta.
3.5	Los controles de precios: precios máximos y precios mínimos.
03.05.	El equilibrio del mercado.
3.6	Los impuestos y los subsidios
03.06.	Desplazamientos de la demanda y de la oferta
3.7	Los costos de la tributación.
4.1	La elasticidad de la demanda.
04.01.	La elasticidad precio de la demanda.
4.2	Demanda, ingreso y elasticidad.
04.02.	La elasticidad, el gasto total y el ingreso total
4.3	La elasticidad de la renta y la elasticidad cruzada.
04.03.	Otras elasticidades de la demanda.
4.4	La elasticidad de la oferta.
04.04.	La elasticidad precio de la oferta.
5.1	El excedente del consumidor.
5.2	El excedente del productor.
5.3	La eficiencia del mercado.

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

aa. Analizar el entorno en base a las realidades y necesidades de los mercados locales y globales.

-Determinar las realidades que se presentan en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.

-Evaluación escrita

ad. Desarrollar a profundidad los fundamentos conceptuales del Marketing.

-Conocer conceptos y definiciones básicas del marketing

-Evaluación escrita

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

ao. Manejar Modelos Económicos, Contables, Comerciales y Competitivos.

-Conocer y elaborar modelos explicativos sobre aspectos económicos comerciales, contables

-Evaluación escrita

ar. Estimular la capacidad de análisis y resolución de problemas.

-Capacidad para determinar y resolver problemas dentro de la empresa

-Evaluación escrita

aw. Diseño de canales de distribución acorde al mercado de la organización

-Conocer los conceptos relacionados con el comportamiento y la toma de decisiones de los agentes económicos

-Evaluación escrita

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Evaluación Escrita Tipo Reativo más Resolución de Ejercicios	El problema económico., Qué es la economía.	APORTE 1	10	Semana: 5 (17-ABR-17 al 22-ABR-17)
Evaluación escrita	Evaluación Escrita Tipo Reativo más Resolución de Ejercicios	El problema económico., Oferta y demanda.	APORTE 2	10	Semana: 10 (22-MAY-17 al 27-MAY-17)
Evaluación escrita	Evaluación Escrita Tipo Reativo más Resolución de Ejercicios	Elasticidad., Oferta y demanda.	APORTE 3	10	Semana: 15 (26-JUN-17 al 01-JUL-17)
Evaluación escrita	Evaluación Escrita Tipo Reativo más Resolución de Ejercicios	El problema económico., Elasticidad., Oferta y demanda., Qué es la economía.	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017)
Evaluación escrita	Evaluación Escrita Tipo Reativo más Resolución de Ejercicios	El problema económico., Elasticidad., Oferta y demanda., Qué es la economía.	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (23-07-2017 al 29-07-2017)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Parkin Michael; Loria Eduardo	Pearson/Adidison Wesley	Microeconomía versión para Latinoamérica	2010	

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
PARKIN, M.	Editorial Pearson	Microeconomía, versión para Latinoamérica.	2006	

Web

Autor	Título	Url
HIRI HLAVACEK	GENERALIZED MICROECONOMICS	http://site.ebrary.com/lib/uazuay/reader.action?docID=10953551
JOHN P. BURKET	MICROECONOMICS, OPTIMIZATION, EXPERIMENTS, AND BEHAVIOR	http://site.ebrary.com/lib/uazuay/reader.action?docID=10160618

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **10/03/2017**

Estado: **Aprobado**