



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: MICROECONOMÍA I PARA ADM, CSU, IMK
Código: FAD0018
Paralelo: A
Periodo: Septiembre-2017 a Febrero-2018
Profesor: UGALDE VASQUEZ ANDRÉS FRANCISCO
Correo electrónico: augalde@uazuay.edu.ec

Nivel: 3

Distribución de horas.

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

Prerrequisitos:

Código: FAD0008 Materia: MATEMÁTICAS II PARA ADM, CSU Y ECE
 Código: FAD0012 Materia: INTRODUCCIÓN A LA MICROECONOMÍA

2. Descripción y objetivos de la materia

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.

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!...

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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	La demanda
1.1	Teoría elemental de la demanda
1.2	La oferta
1.2	Teoría elemental de la oferta
1.3	Las elasticidades de la demanda y la oferta
1.3	Relación entre demanda y oferta: el equilibrio del mercado
1.4	Cambios en la demanda vs cambios en las cantidades demandadas

1.5	Cambios en la oferta vs cambios en las cantidades ofrecidas
1.6	Precios máximos y precios mínimos
1.7	Impuestos y subsidios
1.8	Las elasticidades de la demanda y la oferta
2.1	La utilidad cardinal
2.2	La utilidad ordinal: axiomas del consumidor y propiedades de la curva de indiferencia
2.3	Las restricciones del consumidor
2.4	Optimización del consumidor: la toma de decisión individual
2.5	La curva precio consumo y la curva de la demanda
2.6	La curva ingreso consumo y la curva de Engel
3.1	Los efectos ingreso y sustitución
3.2	La compensación de variaciones en el ingreso por el método de Hicks
3.3	La compensación de variaciones en el ingreso por el método de Slutsky
4.1	La función de producción de corto plazo
4.2	Producto medio y marginal del trabajo
4.3	La ley de rendimientos decrecientes
4.4	Las tres etapas de la producción
4.5	La función de producción de largo plazo: el enfoque de las isocuantas
5.1	Los costos totales de corto plazo
5.2	Los costos promedio y marginales
5.3	La dualidad producción-costo

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.

- Analizar el entorno de manera eficiente detectando las principales necesidades de los mercados en todos los niveles y proyectándolas hacia posibilidades de producción

-Evaluación escrita
-Resolución de ejercicios, casos y otros

ab. Presentar y valorar la información financiera.

-Aplicar los conocimientos teóricos y cuantitativos a la solución práctica de problemas empresariales microeconómicos.

-Evaluación escrita
-Resolución de ejercicios, casos y otros

-Comprender el funcionamiento de la economía que permita la toma de decisiones apropiadas.

-Evaluación escrita
-Resolución de ejercicios, casos y otros

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

-Evaluación escrita
-Resolución de ejercicios, casos y otros

ad. Desarrollar a profundidad los fundamentos conceptuales del Marketing.

-Comprender los fundamentos de la disciplina del Marketing desde su naturaleza como modeladora del comportamiento de los mercados.

-Evaluación escrita
-Resolución de ejercicios, casos y otros

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

-Comprender y Gestionar los principales modelos microeconómicos, con énfasis en los modelos orientados a describir el comportamiento de los consumidores

-Evaluación escrita
-Resolución de ejercicios, casos y otros

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

-Evaluación escrita
-Resolución de ejercicios, casos y otros

aw. Utilizar variables económicas y comprender el sistema de precios y de los mercados.

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

-Identificar los problemas económicos relacionados con el comportamiento del consumidor y del productor

-Evaluación escrita
-Resolución de ejercicios, casos y otros

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Evaluación Escrita, Ejercicios Prácticos y Defensa Investigación	El comportamiento del consumidor, la demanda y la elasticidad, Repaso sobre la demanda, oferta, equilibrio y elasticidades	APORTE 1	10	Semana: 5 (23-OCT-17 al 28-OCT-17)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Evaluación Escrita, Ejercicios Prácticos y Defensa Investigación	Ampliación y aplicaciones de la teoría de la demanda, El comportamiento del consumidor, la demanda y la elasticidad	APORTE 2	10	Semana: 10 (27-NOV-17 al 02-DIC-17)
Evaluación escrita	Evaluación Escrita, Ejercicios Prácticos y Defensa Investigación	Ampliación y aplicaciones de la teoría de la demanda, La producción	APORTE 3	10	Semana: 16 (08-ENE-18 al 13-ENE-18)
Evaluación escrita	Evaluación Escrita, Ejercicios Prácticos y Defensa Investigación	Ampliación y aplicaciones de la teoría de la demanda, El comportamiento del consumidor, la demanda y la elasticidad, La producción, Los costos de producción, Repaso sobre la demanda, oferta, equilibrio y elasticidades	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Evaluación escrita	Evaluación Escrita, Ejercicios Prácticos y Defensa Investigación	Ampliación y aplicaciones de la teoría de la demanda, El comportamiento del consumidor, la demanda y la elasticidad, La producción, Los costos de producción, Repaso sobre la demanda, oferta, equilibrio y elasticidades	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
FRANK, R.	McGraw Hill	MICROECONOMÍA	2001	978-607-733-046-2
KRUGMAN, P., WELLS, R.	Reverte	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA. MICROECONOMÍA	2006	978-84-291-2603-7
PARKIN, M.	Pearson	MICROECONOMÍA VERSIÓN PARA AMÉRICA LATINA	2006	201-62584
PERLOFF, J.	Pearson	MICROECONOMÍA	2008	9788-42053-1311

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **05/09/2017**

Estado: **Aprobado**