



## 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-2018 a Febrero-2019  
**Profesor:** MEJIA MATUTE SILVIA RAQUEL  
**Correo electrónico:** smejia@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-costos
5.4	Los costos de largo plazo: la recta de isocosto

## 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

## Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

### Resultado de aprendizaje de la materia

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

### 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
Resolución de ejercicios, casos y otros	Ejercicios capítulo 1 y 2	El comportamiento del consumidor, la demanda y la elasticidad, Repaso sobre la demanda, oferta, equilibrio y elasticidades	APORTE 1	3	Semana: 4 (09-OCT-18 al 13-OCT-18)
Evaluación escrita	Evaluación escrita capítulo 1 y 2	El comportamiento del consumidor, la demanda y la elasticidad, Repaso sobre la demanda, oferta, equilibrio y elasticidades	APORTE 1	7	Semana: 5 (15-OCT-18 al 20-OCT-18)
			APORTE 1		
Resolución de ejercicios, casos y otros	Ejercicios capítulo 3 y 4	Ampliación y aplicaciones de la teoría de la demanda, La producción	APORTE 2	3	Semana: 9 (12-NOV-18 al 14-NOV-18)
Evaluación escrita	Evaluación escrita capítulo 3 y 4	Ampliación y aplicaciones de la teoría de la demanda, La producción	APORTE 2	7	Semana: 10 (19-NOV-18 al 24-NOV-18)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Ejercicios capítulo 5	Los costos de producción	APORTE 3	3	Semana: 13 (10-DIC-18 al 14-DIC-18)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Los costos de producción	APORTE 3	7	Semana: 15 ( al )
Evaluación escrita	Evaluación escrita teórica y práctica.	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: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019)
Evaluación escrita	Evaluación teórica y práctica	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: 21 ( al )

### 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

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Paul Krugman	Reverté	Microeconomía	2014	
MOCHON, FRANCISCO	Mc. Graw Hill	ECONOMÍA, TEORIA Y POLÍTICA	2009	9788448170844

### Web

Autor	Título	Url
Jorge Eugenio De Jesús-Mora, Tordecillas y Francisco Guillermo Salcido-Vega, Dulce de Jesús Zamorano-Armenta; Ra Ximhai	Análisis de la oferta y la demanda de internet con cable empresarial	<a href="http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=46140215">http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=46140215</a>

## Software

---

## Revista

---

---

Docente

---

Director/Junta

Fecha aprobación: **30/08/2018**

Estado: **Aprobado**