UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: MICROECONOMÍA I PARA ADM, CSU, IMK

Código: FAD0018

Paralelo:

Periodo : Septiembre-2018 a Febrero-2019

Profesor: MEJIA MATUTE SILVIA RAQUEL

Correo electrónico smejia@uazuay.edu.ec

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

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

1	Repaso sobre la demanda, oferta, equilibrio y elasticidades (0 horas)
2	El comportamiento del consumidor, la demanda y la elasticidad (0 horas)
3	Ampliación y aplicaciones de la teoría de la demanda (0 horas)
4	La producción (0 horas)
5	Los costos de producción (0 horas)

4. 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
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.	-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 es los modelos orientados a describir el comportamiento de los consumidores	-Evaluación escrita -Resolución de ejercicios, casos y otros

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
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

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Resolución de ejercicios, casos y otros	Ejercicios capitulo 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 (09/10/18 al 13/10/18)
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 (15/10/18 al 20/10/18)
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 (12/11/18 al 14/11/18)
Evaluación escrita	Evaluación escrita capítulo 3 y 4	Ampliación y aplicaciones de la teoría de la demanda, La producción	APORTE 2	7	Semana: 10 (19/11/18 al 24/11/18)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Ejercicios capítulo 5	Los costos de producción	APORTE 3	3	Semana: 13 (10/12/18 al 14/12/18)
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

Los métodos que se utilizarán para el desarrollo de la materia y actividades de aprendizaje de los alumnos son la clase magistral así como la realización de trabajos grupales fuera del aula de clase; sin embargo, dentro del aula se realizarán ejercicios de aplicación de hechos microeconómicos.

Criterios de Evaluación

- En la elaboración de los trabajos grupales se tomará en cuenta el procedimiento matemático y estadístico aplicado para la obtención de la información microeconómica, la elaboración apropiada de los gráficos, así como la profundidad y consistencia de los conceptos teóricos desarrollados.
- En las pruebas escritas y examen final se tomará en cuenta el procedimiento efectuado y no solamente los resultados obtenidos.
- Será parte de los criterios de calificación de todas las evidencias de aprendizaje la coherencia en la presentación de las ideas, la ortografía y redacción y la aplicación de las normas de elaboración de citas y bibliografía.
- Se verificará y reportará la asistencia a clase de los alumnos durante todo el ciclo lectivo y no tendrá ninguna relación con las calificaciones.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
FRANK, R.	McGraw Hill	MICROECONOMÍA	2001	978-607-733-046-2

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
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

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	http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=46140215

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 30/08/2018

Estado: Aprobado