



UNIVERSIDAD DE SONORA

Unidad Regional Centro

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Departamento de Contabilidad

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Nombre de la Asignatura: Microeconomía

Clave: 6986

Créditos: 8

Horas totales: 64

Horas Teoría:4

Horas Práctica: 0

Horas Semana:4

Modalidad: Presencial

Eje de formación: Básico

Elaborado por: María del Carmen Rodríguez

Antecedente: S/A

Consecuente: S/C

Carácter: Obligatorio

Departamento de Servicio: Economía

Propósito: La asignatura permitirá al alumno conocer la realidad económica de los mercados, los elementos que los integran y su aplicación en el ámbito empresarial. Se trata de una asignatura básica en la formación del alumno, es de carácter obligatoria y se imparte en el segundo semestre del plan de estudios.

I. Contextualización

Introducción:

El estudiante con los conocimientos acerca de la microeconomía le permite al alumno conocer los elementos económicos de la entidad para hacer su análisis y tomar decisiones en relación con su entorno empresarial, identificando los tipos de empresas de acuerdo a las estructuras del mercado, el análisis de la empresa y el mercado. Esta asignatura proporciona el conocimiento para realizar análisis de los costos de producción para la toma de decisiones estimar el comportamiento del mercado de un bien, a través de las variables de oferta, demanda y el punto de equilibrio. Calcular la elasticidad de la demanda, oferta, elasticidad cruzada e ingreso de un bien, evaluar la incidencia de impuestos sobre los consumidores y productores, determinar el nivel de maximización de las utilidades en una empresa según el modelo de mercado.

En la **unidad I** de esta asignatura obtenemos la introducción al conocimiento de la economía desde sus orígenes y sus principales divisiones, así como los principales conceptos de microeconomía y su relación con otras ciencias.

En la **unidad II** el estudiante comprenderá y analizará la teoría de la oferta y demanda, en donde se tiene la oportunidad de determinar el precio y la cantidad de equilibrio así como las elasticidades.

Posteriormente en la **unidad III** analizaremos la teoría del consumidor así como sus conceptos básicos: utilidad y equilibrio por medio de lo cual tendremos la capacidad de entender las preferencias del consumidor hacia los productos ofrecidos en el mercado.

En la **unidad IV**. En la teoría del productor analizaremos los rendimientos que puede obtener al maximizar el uso de los factores de producción. También podremos manejar los costos totales y unitarios.

Finalmente en la **Unidad V** analizaremos los diferentes modelos de mercado con el objetivo de determinar el punto en el cual se maximizan las utilidades para el empresario y tendremos la capacidad de clasificar a las empresas en algún tipo de mercado de acuerdo a sus características.

Perfil del(los) instructor(es):

Licenciatura en Economía y áreas afines, con experiencia en el área. Deseable contar con estudios de posgrado y con experiencia docente.

II. Competencias a lograr

Competencias genéricas a desarrollar:

Capacidad para realizar investigación básica y aplicada

- Establece vínculos con las teorías que sostienen las actividades de aprendizaje.
- Identifica los sistemas y reglas o principios medulares que subyacen a una serie de fenómenos.

Pensamiento Crítico

- Analiza críticamente los factores que influyen en su toma de decisiones.
- Responsabilidad social y compromiso ciudadano en la toma de decisiones.
- Estructura ideas y argumentos de manera clara, coherente y sintética.

Capacidad para la toma de decisiones

- Evalúa y sopesa información importante para identificar los aspectos relevantes.
- Define la prioridad para la solución del problema en términos de impacto y urgencia.
- Desarrolla diferentes alternativas de solución del problema, viendo las ventajas y desventajas de utilizar una u otra y emitiendo informes sobre cada alternativa.

Competencias específicas:

Habilidad para realizar análisis de mercado

- Desarrollar análisis interpretativo para determinar escenarios comerciales y de mercado.
- Realizar análisis numérico para dilucidar y determinar situaciones de comercialización de una empresa, de un distribuidor y/o consumidor.

Capacidad para la generación de un plan de negocios

- Valorar oportunidades de mercado,
- Proponer estrategias de mejora acorde a las condiciones del entorno
- Aplicar el pensamiento crítico

Objetivo General:

El estudiante con los conocimientos acerca de la microeconomía será capaz de analizar el entorno microeconómico y sus indicadores para el análisis empresarial, además de elaborar indicadores de la empresa sobre producción, costos, precios, elasticidades y asesorar para tomar decisiones empresariales.

Objetivos Específicos:

1. Conocer las categorías básicas del análisis económico desde la perspectiva de los actores individuales y de sus acciones conjuntas en los mercados de productos y factores.
2. Analizar, describir y predecir el comportamiento de actores económicos sobre la base de los supuestos y modelos estudiados.
3. Incorporar esquemas y metodologías de análisis que faciliten su desarrollo personal
4. Aplicar herramientas microeconómicas de análisis para tomar decisiones interpretando en el contexto económico empresarial y las interrelaciones existentes.
5. Valorar la importancia de la microeconomía por su aplicación en su vida personal y profesional.

Unidades Didácticas:

Unidad Didáctica I: Introducción a la economía

Unidad Didáctica II: Oferta y Demanda

Unidad Didáctica III: Teoría del consumidor

Unidad Didáctica IV: Teoría del productor

Unidad Didáctica V: Modelos de mercado

III. Didáctica del programa

Unidad Didáctica I – Introducción a la economía

El estudiante comprenderá y analizará los conceptos básicos de la economía y su relación con los factores de la producción y otras ciencias.

I.1 Conceptos básicos.

I.1.1 Divisiones principales de la Economía.

I.1.2 Relación de la Economía con otras ciencias

I.2 introducción a la Microeconomía.

I.3 Problemas Básicos de la Economía.

I.4 Factores de la producción

Unidad Didáctica II –Oferta y demanda.

Comprender, analizar y decidir en lo que respecta a oferta y demanda, así Investigar e identificar los conceptos de oferta, demanda, escasez, equilibrio y elasticidad como el problema de la escasez, así como la determinación el precio de equilibrio y las elasticidades.

II.1 La teoría de la escasez

II.2 Determinación de la oferta y la demanda

II.3 Determinación del precio del equilibrio

II.3 Tipos de elasticidad.

II.3.1. Elasticidad precio de oferta y demanda

II.3.2. Elasticidad ingreso de oferta y demanda.

II.3.3. Elasticidad cruzada de oferta y demanda

Unidad Didáctica III –Teoría del consumidor.

Comprender el concepto de límite de consumidor, utilidad, tasa marginal de sustitución y curvas de indiferencia y aplicarlo para determinar el punto de equilibrio del consumidor de acuerdo con sus preferencias de consumo y mostrar gráficamente su equilibrio para la toma de decisiones en una entidad.

III.1. Conceptos básicos.

III.2. Fronteras de posibilidades de producción.

III.3 Diferentes tipos de utilidad.

III.4 Tasa Marginal de sustitución.

III.5 Curvas de indiferencia

III.6 Equilibrio del consumidor, aplicando modelos matemáticos

Unidad Didáctica –VI Teoría del productor.

Comprender el concepto de teoría del productor y aplicar los conceptos básicos en la solución de problemas de la producción.

IV.1 Conceptos básicos

IV.1.1. Función de la producción

IV.1.2. Producto: total, promedio y marginal

IV.2. Etapas de la producción

IV.3. Isocuantas e isocostos

IV.4. Trayecto de expansión

IV.5 Teoría avanzada de la producción aplicando modelos matemáticos

IV.6 Costos a corto y a largo plazo

Unidad Didáctica –V: Modelos de mercado.

Comprender los modelos de mercado y resolver, mediante la aplicación de modelos matemáticos, problemas enfocados a las diferentes estructuras de mercado.

V.1 Competencia perfecta e imperfecta

V.2. Competencia pura y monopolio

V.3. Competencia oligopólica

V.4. Equilibrio de la empresa, enfoque total y marginal.

V.5 Modelos matemáticos aplicados a los tipos de competencia.

Criterios de desempeño

1. El curso es presencial, para tener derecho a calificación ordinaria, el alumno deberá asistir al menos al 75% de las sesiones del curso (artículo 70 reglamento escolar).
2. El curso seguirá el modelo de aprendizaje activo, en el cual el estudiante tendrá que leer el material asignado antes de la sesión y participar activamente en ella.
3. Concluir sus prácticas en un 100%.
4. Exposición de temas relacionados con la materia.
5. Entrega de trabajos de investigación en equipo.
6. Resolución de problemas prácticos en dinámicas grupales.

Experiencias de Enseñanza / procesos y objetos de aprendizaje requeridos

1. Presentar al inicio del curso el objetivo de la asignatura y su relación con otras asignaturas del plan de estudios, así como el temario y las actividades de aprendizaje.
2. Integrar equipos de trabajo.
3. Fomentar el uso de software en la aplicación de los modelos económicos para la toma de decisiones.
4. Propiciar el trabajo en equipo para que el estudiante desarrolle la comunicación oral y escrita, estudiando casos de empresas en las cuales deberá aplicar la teoría económica.
5. Promover dinámicas grupales (mesas redondas, paneles de discusión dirigida, entre otros) para analizar y sintetizar temas específicos.
6. Vincular la teoría y la práctica a través de la realización de análisis económicos y exponer los resultados obtenidos en material audiovisual.
7. Propiciar la investigación en diversas fuentes de información.
8. Solicitar un reporte por cada una de las temáticas encargadas como investigación.
9. Resolver ejercicios planteados en clase.

Experiencias de aprendizaje.

1. Actividades introductorias
2. Actividades integradoras y de discusiones guiadas
3. Actividades de búsqueda, selección y análisis de variables en distintas fuentes de información como libros, Internet, artículos, etc.
4. Actividades de abstracción de modelos: gráficos, ilustraciones, tablas, diagramas
5. Actividades de exploración (investigación), Resúmenes y Organizadores gráficos, mapas conceptuales, mapas mentales, cuadros sinópticos.
6. Analizar y discutir las definiciones de los temas en problemas reales y aplicarlos al contexto económico nacional.
7. Fomentar el uso de la computadora, como herramienta que optimiza el tiempo en la solución de problemas de
8. La observación, la reflexión y la discusión
9. Actividades de resolución de problemas
10. Trabajo colaborativo
11. Glosario de términos

Recursos didácticos y tecnológicos (material de apoyo):

Se utilizarán fuentes de estadísticas sobre el mercado y se utilizaran Software específico, Procesadores de textos, hojas de cálculo y editores de presentación Videos.

Plataforma educativa

Lista de correos

Sitios de internet (Conexión)

Lecturas obligatorias

Laptop del participante y del instructor

Cañón

Pintarrón

Conexión a internet

Bibliografía	Básica / Complementaria
Case, K. et al. (2012).Principios de Microeconomía Moderna.10° Ed.México, Pearson.	Básica
Mankiew, N.G. (2012).Principios de Microeconomía, 6°Ed.Madrid, McGraw Hill,	Básica
Parkin, M. y Loría, E. (2012).Microeconomía, Versión para Latinoamérica. México, Pearson.	Básica
Méndez, J. S. (2006).Fundamentos de Economía. Ed. Mc Graw Hill	Complementaria
Samuelson,P. y Nordhaus,W. (2010). Economía: Con aplicaciones a Latinoamérica. Ed.: Mc Graw Hill	Complementaria
6. Salvatore, D. (2013). Microeconomía. McGraw Hill.	Complementaria
Sitios web de bases de datos: INEGI (s/f). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México. Recuperado de http://www.inegi.org.mx/ Secretaria de economía (s/f). México. Recuperado de www.economia.gob.mx Bancomext (s/f). Recuperado de www.bancomext.gob.mx Sistema de Información Empresarial Mexicano (s/f). Recuperado de http://www.siem.gob.mx/siem/ Cámara de Comercio (s/f). Recuperado de http://www.ccmexico.com.mx/	Complementaria
Sitio web de recurso didáctico audiovisual: Aula fácil (s/f). Recuperado de http://www.aulafacil.com/cursos/t3455/empresa/economia/microeconomia Enciclopédia Virtual Eumed (s/f). Recuperado de www.eumed.net	Complementaria
Sitios web de revistas especializadas: Merca 2.0 (s/f). Recuperdo de http://www.merca20.com/ Revista del consumidor (s/f). Recuperado de http://revistadelconsumidor.gob.mx/ Expansión (s/f). Recuperado de http://expansion.mx/ Revista neo (s/f). Recuperado de http://www.revistaneo.com/	Complementaria

IV. Evaluación Formativa de las Competencias

#	Tipo (C,H,A)	Evidencias a evaluar	Criterios de evaluación	Técnicas Instrumentos Evaluación	Ponderación %
1.	(C,H,A)	Mapa conceptual	Realizar una presentación inicial del tema o de la unidad a través del mapa conceptual en donde se relacione el estudio de la economía con la microeconomía y macroeconomía	Elaborar, entregar y exponer.	5%
2.	(C,H,A)	Mapa conceptual	Que contenga el Flujo Circular de la Economía	Elaborar, entregar y exponer	5%
3.	(C,H)	Reportes de lectura de cada uno de las unidades	Que contenga portada, contenido, un por lo menos un párrafo de conclusiones y bibliografía de acuerdo al formato APA	Elaborar reportes de los trabajos de investigación basados en diversas fuentes de información.	10%
4.	(C,H,A)	Exposición de Temas	Presentación Grupal y uso de Powerpoint.	Trabajo en equipo y Exponer los resultados obtenidos en la investigación de temas económicos.	15%
5.	(C,H)	Estudio de caso	Trabajo en equipo para la realización de ejercicios teórico-prácticos mediante el manejo de los programas Excel, SPSS, otro.	Controles/tests, y ejercicios teórico-prácticos	20%
6.	C	Examen parcial	Aplicar un examen diagnóstico para conocer el nivel de los aprendizajes requeridos en las Unidades I y II	Examen en el aula	15%
7.	C	Examen parcial	Aplicar un examen diagnóstico para conocer el nivel de los aprendizajes requeridos en las Unidades III y IV	Examen en el aula	15%
8.	C,H,A	Trabajo final de la unidad V (Modelos de mercado)	Que contenga portada, contenido y bibliografía de acuerdo al formato APA	Elaborar, entregar y exponer.	15%
			TOTAL		100%

C: Conocimientos H: Habilidades A: Actitudes