



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

VICERRECTORADO ACADÉMICO

Programa de la Asignatura (Sílabo)

1. Datos Generales y Específicos:			
a) Código de la Asignatura:	F2EA1001004	b) Nombre de la Asignatura:	Microeconomía
c) Facultad:	Ciencias Administrativas	d) Carrera:	Ingeniería Comercial
e) Nivel:	PRIMER	f) Unidad de Organización Curricular:	Básica
g) Créditos:	3	h) Modalidad:	Presencial
i) Prerrequisitos:	N/A	j) Horas:	96
k) Correquisitos:	Macroeconomía	l) Docencia:	32
m) Elaborado por:	Eco. Alexa Cedeno Macías	n) Período Académico:	2017 -2018 (I)
o) Docente responsable:	Eco. Alexa Cedeno Macías	p) Horario:	Primer nivel "A": Lunes 09:00 a 11:00; Martes 12:00 a 13:00, Primer nivel "B": Jueves 12:00 a 13:00 y Viernes 07:00 a 09:00 y Primer nivel "C": Lunes 12:00 a 14:00 y 16:00 a 17:00

2. Caracterización de la Asignatura
La Microeconomía, trata del análisis microeconómico que pretende explicar y predecir el comportamiento de la Producción y de su consumo. Contiene un conjunto de Teorías que tienen un objetivo común que es el estudio de un proceso mediante el cual los recursos escasos se asignan a una Economía moderna. Así mismo estudia el papel que juegan en ese proceso los precios y los mercados. La asignatura de Microeconomía es de naturaleza Teórica-Práctica, que tiene como propósito que el estudiante analice el comportamiento de productores y consumidores. El desarrollo de esta asignatura comprende 3 unidades temáticas: 1. INTRODUCCIÓN (LOS MERCADOS Y LOS PRECIOS) Y LOS ELEMENTOS BÁSICOS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA, 2. LOS PRODUCTORES, LOS CONSUMIDORES Y LOS MERCADOS COMPETITIVOS., 3. ESTRUCTURA DE MERCADOS Y ESTRATEGIA COMPETITIVA.

3. Objetivo de la Carrera
Formar un profesional con una visión humanística y de justicia organizacional capaces de formar, dirigir, promover e impulsar procedimientos innovadores en organizaciones de cualquier tipo desde el punto de vista administrativo-financiero, con el fin de que estas logren colocarse en altos niveles de competitividad con la calidad, la productividad y la eficiencia suficientes, para que tiendan a incorporarse exitosamente a los procesos de globalización económica, cultural y comercial.

4. Relación de la Asignatura con los resultados de aprendizaje de la carrera			
Resultados de Aprendizaje de la Carrera		Contribución ALTA – MEDIA – BAJA	Al finalizar el periodo, el estudiante debe/podrá:
a) Utiliza los conocimientos científicos básicos sobre los que se fundamenta la carrera		MEDIA	Determinar la estructura del mercado y sus componentes
b) Aplica conocimientos matemáticos, estadísticos, contables y económicos con precisión.		ALTA	Identificar la utilidad desde la óptica del consumidor, para la toma de decisiones de consumo.

c)	3. Analiza la información financiera, económica y contable de la organización partiendo de los principios y normas internacionales de información financiera.	ALTA	Utilizar herramientas de análisis de la producción y costos.
d)	4. Diseña procesos administrativos acordes a las necesidades de la organización considerando las tendencias globales.		
e)	5. Soluciona problemas administrativos partiendo de un análisis interno con visión empresarial.	ALTA	Integrar herramientas de análisis y diagnóstico del mercado y su comportamiento.
f)	6. Aplica herramientas especializadas en la dirección y control de las empresas.		
g)	7. Evalúa impactos dentro del ámbito de su influencia y toma decisiones con responsabilidad.		
h)	8. Trabaja conjuntamente con otros en equipos multidisciplinarios mediante el intercambio de información para conocimiento a los otros miembros del grupo.		
i)	9. Practica la responsabilidad social, valores morales y éticos.		
j)	10. Utiliza con efectividad la comunicación oral y escrita objetiva a través de medios digitales, con ética.		
k)	11. Planifica, desarrolla y evalúa proyectos empresariales con conocimiento.		
l)	12. Desarrolla actitudes de autoaprendizaje y formación continua en el campo del conocimiento relacionado a su profesión.		
m)	13. Analiza temas contemporáneos para generar nuevos emprendimientos con responsabilidad social y ambiental.		
n)	14. Conoce e interpreta los códigos profesionales que lo obligan legal y moralmente a aplicar sus conocimientos de forma que beneficien a sus clientes y a la sociedad en general, sin causar ningún perjuicio.		

5. Contenidos Mínimos (Información de la Carrera)

Las fuerzas de mercado de la oferta y la demanda; equilibrio de mercado y eficiencia económica; la elección en condiciones de incertidumbre; la producción a corto y largo plazo.

6. Metodología (Modelo Educativo)

Desde la concepción del Modelo Educativo de la universidad, que está en proceso de construcción, la metodología que se trabajará en el proceso de enseñanza aprendizaje de la universidad está basada en el Modelo constructivista (sistémico estructural / sistémico configuracional) sistémico complejo con enfoque humanístico.

7. Perfil del Docente (Información de la Carrera)

El nuevo docente tiene que ser un líder, investigador constante, amigable con la tecnología, con capacidad para el trabajo en equipo y con valores como el ejemplo, autoridad moral y la madurez afectiva. Debe tener estrategias pedagógicas para generar competencias y optimizar el aprendizaje de los estudiantes, para hacer frente a una sociedad en constante cambio.

8. Estructura de la Asignatura

Contenidos	
Unidades Temáticas	Actitudes/Valores
Conocimientos	Habilidades

1	INTRODUCCIÓN (LOS MERCADOS Y LOS PRECIOS) Y LOS ELEMENTOS BÁSICOS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA	Los temas de la microeconomía Las grandes preguntas de la Economía ¿Qué es un mercado? Precios reales frente a precios nominales ¿Por qué estudiar microeconomía? Diagrama de flujo circular de ingreso La oferta y la demanda Variaciones del equilibrio del mercado Las elasticidades de la oferta y de la demanda. La elasticidad a corto plazo y largo plazo Efectos de la intervención del Estado: los controles de los precios	Analiza los distintos problemas que aborda la microeconomía y los tipos de respuesta que puede dar. Identifica lo que es un mercado, cuáles son sus fronteras y cómo medimos el precio de mercado. Analiza la oferta y la demanda, incluida la intervención del estado.	Valore la importancia de la microeconomía y sus diversas aplicaciones
2	LOS PRODUCTORES, LOS CONSUMIDORES Y LOS MERCADOS COMPETITIVOS.	La conducta de los consumidores La demanda del individuo La producción Los costes de producción El análisis de los mercados competitivos	Identifica el comportamiento tanto del consumidor como el productor y para poder tomar decisiones tanto de consumo como producción y costos.	Tome decisiones correctas tanto como consumidor y como productor.
3	ESTRUCTURA DE MERCADOS Y ESTRATEGIA COMPETITIVA.	EL poder del mercado La competencia monopolística y el oligopolio La teoría de los juegos y la estrategia competitiva Los mercados de factores	Analiza la amplia variedad de mercados y explica que las decisiones de precios, de inversión y de producción de las empresas dependen de la estructura del mercado y de la conducta de los competidores.	Discuta las variaciones de situaciones microeconómicas respecto a la variedad de mercados.

9. Desarrollo de la Asignatura									
U.1		RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD:					Identificar lo que es un mercado, cuáles son sus fronteras y cómo medimos el precio de mercado y analizar la oferta y la demanda, incluida la intervención del estado.		
Sección	Fecha	Contenidos	Horas			Actividades de Docencia	Prácticas de Aplicación y Experimentación de Aprendizajes	Actividades de Trabajo Autónomo	Mecanismos de evaluación
			Docencia	Prácticas	T. Autónomo				
1.1	Semana # 1	• Encuadre de la materia • Los temas de la microeconomía (Disyuntivas, los precios y los mercados, teorías y modelos, análisis positivo frente a un análisis normativo) • Las grandes preguntas de la Economía: Qué, cómo y para quien producir.	3		3	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	elaboración individual de ensayos,	Diagnóstico. Ensayos

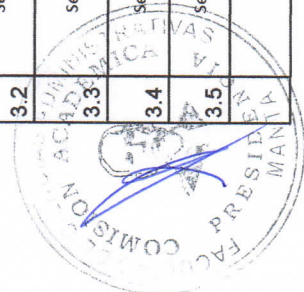


1.2	Semana # 2	¿Qué es un mercado? (Mercados competitivos frente a mercados no competitivos, el precio de mercado, la definición de un mercado) - Precios reales frente a precios nominales.	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	trabajos,	Estudio de casos
1.3	Semana # 3	¿Por qué estudiar microeconomía? - Diagrama del flujo circular del ingreso.	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	trabajos,	Estudio de casos
1.4	Semana # 4	- La oferta y la demanda (la curva de oferta y la curva de la demanda) - Equilibrio del mercado.	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	trabajos,	Desarrollo de ejercicios
1.5	Semana # 5	- Las elasticidades de la oferta y de la demanda. - La elasticidad a corto y largo plazo.	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	trabajos,	Desarrollo de ejercicios
1.6	Semana # 6	Efectos de la intervención del Estado: los controles de los precios	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	trabajos,	Desarrollo de ejercicios
Total...			13	5	18	RECURSOS DIDÁCTICOS: Celular, diapositivas, marcadores, pizarra, hojas, esferos.				
U.2			RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD:			Identificar el comportamiento tanto del consumidor como el productor y tomar decisiones tanto de consumo como producción y costos.				
Sesión	Fecha	Contenidos	Horas							
			Docencia	Prácticas	T. Autónomo					
2.1	Semana # 7	La conducta de los consumidores (las preferencias, las restricciones presupuestarias, la elección de los consumidores, utilidad marginal)	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	trabajos,	Desarrollo de ejercicios



2.2	Semana # 8	Aporte Escrito • La demanda del individuo y del mercado (la demanda del individuo, efecto renta y efecto sustitución, la demanda de mercado, el excedente del consumidor)	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	lectura,	Lección escrita
2.3		Primera Evaluación Parcial	-	-	-	Evaluación	Evaluación	Evaluación	Otros, especifique	Reactivos
2.4	Semana # 9	• La producción (las empresas y sus decisiones de producción)	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	trabajos,	Desarrollo de ejercicios
2.5	Semana # 10	• Los costes de producción (la medición de los costes, los costes a corto plazo, los costes a largo plazo)	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	trabajos,	Desarrollo de ejercicios
2.6	Semana # 11	• El análisis de los mercados competitivos (la eficiencia, los precios mínimos, los programas de mantenimiento de los precios y las cuotas de producción)	1	2	3	Foros	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	trabajos,	Desarrollo de ejercicios

U.3		RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD:					Analizar la amplia variedad de mercados y explica que las decisiones de precios, de inversión y de producción de las empresas dependen de la estructura del mercado y de la conducta de los competidores.				
Sesión	Fecha	Contenidos	Horas			Actividades de Docencia		Prácticas de Aplicación y Experimentación de Aprendizajes	Actividades de Trabajo Autónomo	Mecanismos de evaluación	
			Docencia	Prácticas	T. Autónomo						
3.1	Semana # 12	• El poder del mercado (el monopolio y monopolsonio)	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	exposiciones.	Exposición	
3.2	Semana # 13	• El poder del mercado (comparación entre monopolio y monopolsonio)	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	exposiciones.	Exposición	
3.3	Semana # 14	• La competencia monopolística.	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	exposiciones.	Exposición	
3.4	Semana # 15	• El oligopolio.	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	exposiciones.	Exposición	
3.5	Semana # 16	• Los mercados de factores	2	1	3	Conferencias	Resolución de problemas o casos.	Talleres,	elaboración individual de ensayos,	Ensayos	
		Preparación Tutorial para Evaluación Final	-	-	-	Evaluación	Evaluación	Evaluación	Otros, especifique		



13. Revisión y Aprobación


Eco. Alexa María Cedeno Macías

Docente

Fecha: 29/03/17


Ing. Flor María Calero-G.

Comisión Académica

Fecha: 31/03/2017


Dr. Pedro Quijile Anandía

Decanato/Coord. de Carrera

Fecha:

