

PROGRAMA DE ASIGNATURA

Asignatura	Principios de Microeconomía	
Carrera	Ingeniería Comercial	
Código	351411	
Créditos	6 SCT	Tbjo. Directo: 6 hrs. pedag. – Tbjo. Autónomo: 4,3 hrs. cronolog.
Nivel	2	
Requisitos	Introducción a la Economía (351403)	
Categoría	Obligatorio	
Área de conocimiento según OCDE	Ciencias Sociales: Economía y Negocio	
Descripción	<p>Contribución al Perfil de Egreso</p> <p>Este es un primer curso de microeconomía donde se introduce al alumno en los modelos básicos de la microeconomía a un nivel conceptual y gráfico, con un uso de álgebra elemental. Dentro de los conocimientos, habilidades y valores esperados en los alumnos al finalizar el curso están:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar la teoría básica del consumidor y de la empresa 2. Identificar el equilibrio de mercados competitivos y monopólicos. 3. Distinguir límites entre la economía positiva y la economía normativa, mediante el concepto de óptimo de Pareto. 4. Analizar en un nivel intermedio fenómenos socio-económicos, concentrándose en los incentivos y motivaciones que explican la acción humana, de manera racional, crítica. 5. Modelar con herramientas analíticas gráficas. 6. Identificar las relaciones entre los mercados a partir de un modelo simple de equilibrio general. 7. Analizar problemas económicos en los mercados. 8. Identificar el impacto de medidas, situaciones y políticas económicas. 9. Valorar la promoción en la eficiencia en la asignación de recursos. 	
	<p>Resultado de aprendizaje general</p> <p>Explicar y predecir problemas microeconómicos simples y de formación de precios en los mercados, aplicando la teoría del consumidor y la empresa con énfasis en los incentivos y la política económica, utilizando gráfica, lenguaje pertinente y álgebra básica, para el análisis microeconómico pertinente, valorando la promoción en la eficiencia en la asignación de recursos</p>	
	Resultados de aprendizaje específicos	Unidades temáticas
	Relacionar las variables que afectan las decisiones del consumidor.	Teoría del consumidor, aplicaciones y extensiones
	Explicar los factores que afectan en las decisiones de los consumidores	Teoría de la firma
	Aplicar y predecir formación de precio y los efectos de las políticas públicas bajo distintas estructuras de mercado	Estructura de mercado: competencia perfecta y monopolio
	Relacionar las conductas de las empresas y los consumidores con situaciones que llevan a fallas de mercado y la necesidad de intervención del Estado.	Fallas de Mercado

Metodologías de enseñanza y de aprendizaje

Asignatura principalmente teórica con énfasis en la práctica predictiva, de carácter individual y grupal. Se sugiere interacción grupal para el ejercicio de problemas básicos de microeconomía. La asignatura se desarrolla en espacio de cátedra y ejercicio para la docencia directa. Para el trabajo autónomo se recomienda la lectura de textos, desarrollo de guías de ejercicios y revisión de contenidos vistos en cátedra. Se realiza interpretación de gráficas, y posteriormente, construcción de éstas.

Procedimientos de evaluación

La asignatura comienza con una evaluación diagnóstica, de carácter oral y formativo para evidenciar los resultados de aprendizajes previos y necesarios para el curso. Las evaluaciones son de carácter sumativas, teórico – prácticas. La práctica se relaciona con el análisis, explicación y predicción de situaciones hipotéticas mediante preguntas abiertas. Las evaluaciones formales son heteroevaluativas, junto a instancias formativas de co-evaluación (diálogo y feedback entre estudiantes).

Bibliografía básica

-Robert Frank: "Microeconomía Intermedia, Análisis y Comportamiento Económico". Editorial Mc Graw Hill, 7ª edición

-Walter Nicholson: "Microeconomía Intermedia y sus aplicaciones". Editorial Thomson, Novena Edición.