UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA

VICERRECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE ECONOMIA

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE E C O N O M I A

SÍLABO 2021 - A

ASIGNATURA: MICROECONOMIA 1

1. INFORMACIÓN ACADÉMICA

Periodo académico:	2021 - A	
Escuela Profesional:	ECONOMÍA	
Código de la asignatura:	1702124	
Nombre de la asignatura:	MICROECONOMIA 1	
Semestre:	III (tercero)	
Duración:	17 semanas	
Número de horas (Semestral)	**Teóricas:**	3.0
	Prácticas:	2.0
	Seminarios:	0.0
	Laboratorio:	0.0
	Teórico-prácticas:	0.0
Número de créditos:	4	
Prerrequisitos:	INTRODUCCION A LA ECONOMIA (1701105)	

2. INFORMACIÓN DEL DOCENTE, INSTRUCTOR, COORDINADOR

DOCENTE	GRADO ACADÉMICO	DPTO. ACADÉMICO	HORAS	HORARIO
BEJAR ZEA, EDWIN	Doctor	E C O N O M I A	5	Lun: 11:30-14:00 Jue: 08:50-10:30
BEJAR ZEA, EDWIN	Doctor	E C O N O M I A	5	Mar: 09:40-12:20 Jue: 12:20-14:00
SUAREZ CAHUANA, HEBERT	Economista	E C O N O M I A	5	Mar: 07:50-10:30 Jue: 10:40-12:20
ROJAS LOPEZ, JOSE	Maestro	E C O N O M I A	0	Mar: 07:00-08:40 Jue: 09:40-12:20
HUANCA ZUÑIGA, MARIELA	Maestro	E C O N O M I A	5	Lun: 15:50-18:30 Mié: 14:00-15:40

3. INFORMACIÓN ESPECIFICA DEL CURSO (FUNDAMENTACIÓN, JUSTIFICACIÓN)

La Economía es el estudio de los diferentes modos de asignación de recursos escasos para la producción y distribución de bienes y servicios entre los individuos. Con este curso de Microeconomía 1 el estudiante será capaz de explicar cómo y por qué las unidades económicas individuales (consumidores, trabajadores, inversores, empresas) toman decisiones sobre la cantidad de bienes y recursos a comprar o vender en el mercado. El análisis de la interacción de todas estas decisiones permitirá al estudiante entender los determinantes del resultado de los mercados (precios de los bienes y recursos, cantidades intercambiadas, beneficios de las empresas, bienestar de los individuos) y cómo les afectan a estos resultados ciertas políticas públicas. Esta asignatura proporciona al estudiante un conjunto de herramientas básicas del análisis microeconómico, cuyas aplicaciones se extienden a todas las áreas de la economía. En particular, este curso permitirá al alumno:

- Comprender los conceptos básicos de la teoría del consumidor: restricción presupuestaria y preferencias (función de utilidad, curvas de indiferencia, relación marginal de sustitución). A partir de ellos, el estudiante aprenderá a determinar la función de demanda del consumidor y entenderá la importancia de conceptos como la elasticidad de la función de demanda, el excedente del consumidor o los efectos renta y sustitución. Comprender los conceptos básicos de la teoría de la empresa: factores de producción, tecnología (función de producción a corto y largo plazo, curvas isocuantas, relación marginal de sustitución técnica), costes de producción (funciones de costes totales, costes variables, costes medios, costes marginales). A partir de ellos, el estudiante aprenderá a determinar cómo se comporta la empresa en un mercado perfectamente competitivo de forma que será capaz de determinar qué combinación de factores productivos contratará y qué cantidad de producto producirá en cada situación posible del entorno. En particular, el estudiante será capaz de construir la función de oferta de la empresa.
- Comprender el funcionamiento de los mercados de competencia perfecta mediante la agregación de las decisiones de todos los consumidores y de todas las empresas. En particular, el estudiante aprenderá a construir la función de demanda del mercado y la función de oferta de la industria a partir de las funciones de demanda de cada consumidor y de las funciones de oferta de cada empresa respectivamente. Con ellas, el estudiante aprenderá a determinar la situación de equilibrio del mercado y el bienestar que cada agente tiene en ese equilibrio. Finalmente, el estudiante será capaz de evaluar mediante ejercicios de estática comparada cómo cambia la situación de equilibrio cuando cambian características del entorno o se aplican políticas regulatorias del mercado como controles de precios, cuotas a la producción, impuestos, subvenciones, aranceles, etc. Entender los efectos de la presencia de poder de mercado en un mercado (situación de monopolio), así como los diferentes modelos teóricos de oligopolio.

4. COMPETENCIAS/OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

- Competencia General:

Aplica los conocimientos de la teoría económica para resolver problemas de los agentes económicos con profundo sentido social.

- Competencia Específica:

Aplica en profundidad los conceptos, categorías y métodos de la teoría microeconómica para la toma de decisiones económicas con sentido crítico.

- Competencia de la asignatura:

Comprende el comportamiento del consumidor, productor y las estructuras de mercado para la toma de decisiones racionales con análisis crítico.

5. CONTENIDO TEMATICO

PRIMERA UNIDAD

Capítulo I: Introducción

Tema 01: Clase inaugural: Lineamientos de la asignatura. Prolegómenos. Los elementos básicos de la oferta y la demanda. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria

SEGUNDA UNIDAD

Capítulo II: La teoría de la demanda.

Tema 02: La conducta del consumidor. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.

Tema 03: La conducta del consumidor. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.

Tema 04: La demanda del individuo y del mercado. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.

Tema 05: La demanda del individuo y del mercado. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.

Tema 06: La demanda del individuo y del mercado. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria. Examen

TERCERA UNIDAD

Capítulo III: La teoría de la empresa

Tema 07: La producción. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.

Tema 08: Los costes de producción. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.

CUARTA UNIDAD

Capítulo IV: El mercado de competencia perfecta

Tema 09: Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.

Tema 10: Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.

Tema 11: Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.

Tema 12: Intervenciones del Estado en un mercado de competencia perfecta. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.

Tema 13: Intervenciones del Estado en un mercado de competencia perfecta. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria. Examen.

QUINTA UNIDAD

Capítulo V: Estructura del mercado y estrategia competitiva

Tema 14: El poder del mercado: el monopolio. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.

Tema 15: La competencia monopolística y el oligopolio. Presentación de resultados de las

actividades de investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.

Tema 16: La competencia monopolística y el oligopolio

Tema 17: La competencia monopolística y el oligopolio. Examen

6. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES DE INVESTIG. FORMATIVA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

6.1. Métodos

Método expositivo en las clases teóricas de manera sincrónica y asincrónica.

Método para la elaboración y ejecución del proyecto de investigación formativa y responsabilidad social universitaria de manera sincrónica y asincrónica.

6.2. Medios

Pizarra acrílica o digital, plumones, lapicero digital, videos, software, laptop y/o pc, Internet, plataformas educativas - DUTIC, Google Meet.

6.3. Formas de organización

i. Clases teóricas modalidad virtual: En ellas, el profesor explicará en detalle todos los contenidos teóricos del curso y resolverá algún ejercicio básico de aplicación de esos contenidos teóricos. Se desarrollará de acuerdo al temario señalado en el presente silabo, en la mayoría de los casos se realizará mediante clases magistrales virtuales por parte del docente.

ii. Clases teóricas grabadas: En ellas, el profesor virtual - CAF explicará los contenidos teóricos principales del curso y, en alguna ocasión, resolverá algún ejercicio básico de aplicación de esos contenidos teóricos. Está prevista la grabación de aproximadamente 14 clases, una por cada semana en la que está estructurado el temario del curso. Convenio UNSA-CAF.

iii. Clases teóricas grabadas por los profesores de la Facultad de Economía UNSA responsables del desarrollo del curso, que estarán disponibles para los estudiantes en la plataforma virtual DUTIC.

iv. Prácticas: Resolución de ejercicios: Los alumnos tendrán unas hojas de ejercicios sobre cada Unidad Didáctica en la plataforma de la CAF que irán trabajando fuera del horario lectivo. Consiste en la resolución de ejercicios y casos prácticos vinculados a la asignatura, los cuales son realizados por los alumnos y deben ser presentados al docente según se disponga de manera grupal o individual.

v. En cada semana se dispondrá de una hora académica para la investigación formativa y de responsabilidad social universitaria.

6.4. Programación de actividades de investigación formativa y responsabilidad social

Investigación formativa:

El trabajo de investigación formativa tiene como tema "Análisis de la reactivación económica en el contexto del Covid-19 en Arequipa 2020" teniendo como subtemas la competitividad de las MYPES de Arequipa, Desarrollaran el aspecto metodológico. Opcionalmente el docente podrá coordinar con sus estudiantes organizados en grupo, la elección de un tema según contenido del curso. Al termino del semestre debe presentarse un informe sobre los resultados obtenidos en la investigación formativa.

Responsabilidad Social Universitaria:

a) Actividades virtuales de Proyección Social con los Micro y pequeños empresarios agremiados en la Cámara PYME, CITE Textil u otra organización de MYPES.

b) Actividades virtuales de Extensión Universitaria con la participación de los estudiantes en la realización de talleres, así como en la presentación de los trabajos de investigación a través de videoconferencias a la comunidad estudiantil de la facultad y de la universidad.

Al termino del semestre debe presentarse un informe sobre los resultados obtenidos respecto a las

actividades de responsabilidad social universitaria.

7. CRONOGRAMA ACADÉMICO

SEMANA	TEMA	DOCENTE	%	ACUM.
1	Clase inaugural: Lineamientos de la asignatura. Prolegómenos. Los elementos básicos de la oferta y la demanda. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	5.88
2	La conducta del consumidor. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	11.76
3	La conducta del consumidor. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	17.64
4	La demanda del individuo y del mercado. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	23.52
5	La demanda del individuo y del mercado. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	29.40
6	La demanda del individuo y del mercado. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria. Examen	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	35.28
7	La producción. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	41.16
8	Los costes de producción. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	47.04
9	Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	52.92
10	Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	58.80
11	Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	64.68
12	Intervenciones del Estado en un mercado de competencia perfecta. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	70.56
13	Intervenciones del Estado en un mercado de competencia perfecta. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria. Examen.	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	76.44
14	El poder del mercado: el monopolio. Actividades de Investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	82.32
15	La competencia monopolística y el oligopolio. Presentación de resultados de las actividades de investigación formativa y Responsabilidad social universitaria.	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.92	88.24
16	La competencia monopolística y el oligopolio	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	94.12
17	La competencia monopolística y el oligopolio. Examen	Béjar, Suarez, Rojas, Huanca.	5.88	100.00

8. ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

8.1. Evaluación del aprendizaje

Evaluación permanente de manera virtual del desenvolvimiento y logros de la competencia general y competencias específicas del curso.

Características de la evaluación:

- Evaluación continua y evaluación periódica.

Concepción de la evaluación

- Evaluación por competencias, proceso permanente.

Instrumentos de evaluación

- Practicas controles de lectura virtuales, trabajos grupales y/o individuales, participación en clase virtual, investigación formativa e informe de responsabilidad social universitaria, exposiciones, foros, examen virtual y uso de rúbricas por parte de los docentes del curso.

Nota:

- La fecha del primer examen está programado para la semana comprendida entre el 10 al 14 de mayo 2021
- La fecha del segundo examen está programado para la semana comprendida entre el 21 al 25 de junio 2021
- La fecha del tercer examen está programado para la semana comprendida entre el 26 al 30 de julio 2021
- La fecha del examen sustitutorio está programado entre el 19 y el 23 de julio 2021

8.2. Cronograma de evaluación

EVALUACIÓN	FECHA DE EVALUACIÓN	EXAMEN TEORÍA	EVAL. CONTINUA	TOTAL (%)
Primera Evaluación Parcial	13-05-2021	13%	20%	**33%**
Segunda Evaluación Parcial	24-06-2021	13%	20%	**33%**
Tercera Evaluación Parcial	27-07-2021	14%	20%	**34%**
			TOTAL	**100%**

9. REQUISITOS DE APROBACIÓN DE LA ASIGNATURA

a) El estudiante tendrá derecho a observar o en su defecto a ratificar las notas consignadas en sus evaluaciones, después de ser entregadas las mismas por parte del profesor, salvo el vencimiento de plazos para culminación del semestre académico, luego del mismo, no se admitirán reclamaciones, estudiante que no se haga presente en el día establecido, perderá su derecho a reclamo.

b) Para aprobar la asignatura el estudiante debe obtener una nota igual o superior a 11 (Once); en el promedio final.

c) El redondeo, solo se efectuará en el cálculo del promedio final, quedado expreso, que las notas parciales, no se redondearan individualmente.

d) El estudiante que no tenga alguna de sus evaluaciones y no haya solicitado evaluación de rezagados en el plazo oportuno, se le considerará como abandono.

e) El estudiante quedará en situación de abandono si el porcentaje de asistencia es menor al ochenta (80%) por ciento en las actividades que requieran evaluación continua.

10. BIBLIOGRAFIA: AUTOR, TÍTULO, AÑO, EDITORIAL

10.1. Bibliografía básica obligatoria

- Pindyck, R. S., y Rubinfeld, D. L. (2018). Microeconomía. (Novena edición). Madrid, España: Pearson

Educación S. A.
- Samuelson, Paul y Nordhaus, Willian. (2019). Microeconomía con Aplicaciones, decimonovena edición, editorial Mc Graw Hill México.
https://www.ebooks7-24.com:443/?il=9161&pg=7

10.2. Bibliografía de consulta

- Guillén Uyen, Jorge. (2019). Microeconomía para los negocios Casos y Aplicaciones. CENGAGE Learning editores S.A. México.
https://www.ebooks7-24.com:443/?il=8931&pg=1
- Mankiw, Gregory. (2015). Microeconomía versión para América Latina. Sexta edición CENGAGE Learning editores S.A. México.
https://www.ebooks7-24.com:443/?il=828&pg=1
- Nicholson, Walter. (2015). Teoría Microeconómica Principios Básicos y Ampliaciones. Octava edición CENGAGE Learning editores S.A.
México. https://www.ebooks7-24.com:443/?il=1311&pg=1

Arequipa, 24 de Mayo del 2021

BEJAR ZEA, EDWIN **SUAREZ CAHUANA, HEBERT**

ROJAS LOPEZ, JOSE **HUANCA ZU?IGA, MARIELA**