UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA

VICERRECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE ECONOMIA

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE E C O N O M I A

SÍLABO 2023 - A

ASIGNATURA: MICROECONOMIA 1

1. INFORMACIÓN ACADÉMICA

Periodo académico:	2023 - 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:**	3.00
	Prácticas:	2.00
	Seminarios:	0.00
	Laboratorio:	0.00
	Teórico-prácticas:	0.00
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 VICTOR	Doctor	E C O N O M I A	0	Mar: 09:40-12:20 Mié: 09:40-11:30
BEJAR ZEA, EDWIN VICTOR	Doctor	E C O N O M I A	0	Lun: 08:50-10:30 Jue: 07:00-09:40
BEJAR ZEA, EDWIN VICTOR	Doctor	E C O N O M I A	0	Mié: 07:00-09:40 Vie: 08:50-10:30
HUANCA ZUÑIGA, MARIELA IVETTE	Magister	E C O N O M I A	0	Mar: 09:40-11:30 Jue: 09:40-12:20

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.

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 y define políticas económicas orientadas al logro
del crecimiento económico sostenido desde un punto de vista humanista.

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.

Tema 03: La conducta del consumidor

Tema 04: La demanda del individuo y del mercado.

Tema 05: La demanda del individuo y del mercado.

Tema 06: La demanda del individuo y del mercado. Examen.

TERCERA UNIDAD

Capítulo III: La teoría de la empresa

Tema 07: La producción.

Tema 08: Los costes de producción.

CUARTA UNIDAD

Capítulo IV: El mercado de competencia perfecta.

Tema 09: Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta.

Tema 10: Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta.

Tema 11: Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta.

Tema 12: Intervenciones del Estado en un mercado de competencia perfecta.

Tema 13: Intervenciones del Estado en un mercado de competencia perfecta. Examen.

QUINTA UNIDAD

Capítulo V: Estructura del mercado y estrategia competitiva

Tema 14: El poder del mercado: el monopolio.

Tema 15: La competencia monopolística y el oligopolio.

Tema 16: La competencia monopolística y el oligopolio

Tema 17: La competencia monopolística y el oligopolio. Examen

6. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

6.1. Métodos

Método expositivo en las clases teóricas.
Método para la elaboración y ejecución del proyecto de investigación formativa y responsabilidad social universitaria.

6.2. Medios

Pizarra acrílica, pizarra digital, lapicero digital, videos, software, laptop y/o pc, Internet, plataformas educativas - aula virtual DUTIC.

6.3. Formas de organización

i. Clases teóricas: 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 y de ser necesario virtuales por parte del docente.
ii. Se asignará trabajos prácticos y/o ejercicios para su desarrollo por parte del estudiante de manera individual o grupal.
iii. El docente orientara, guiará y realizará un seguimiento en el proceso de elaboración de la investigación formativa y de responsabilidad social universitaria.

6.4. Programación de actividades de investigación formativa y responsabilidad social

Investigación formativa:
- Los estudiantes de manera coordinada y colaborativa y organizados en grupos desarrollarán un trabajo de investigación formativa, se definirá el tema a investigar a partir de los contenidos de la asignatura. Los docentes guiarán el proceso de investigación incidiendo en la conducta ética en investigación.
- Las actividades de responsabilidad social universitaria se realizara promoviendo la interacción con diferentes agentes sociales, así los estudiantes pondrán en práctica los conocimientos y habilidades adquiridas en la asignatura, cuyos resultados serán socializados y compartidos en la comunidad 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.	E. Béjar M. Huanca	5.88	5.88
2	La conducta del consumidor.	E. Béjar M. Huanca	5.88	11.76
3	La conducta del consumidor	E. Béjar M. Huanca	5.88	17.64
4	La demanda del individuo y del mercado.	E. Béjar M. Huanca	5.88	23.52
5	La demanda del individuo y del mercado.	E. Béjar M. Huanca	5.88	29.40
6	La demanda del individuo y del mercado. Examen.	E. Béjar M. Huanca	5.88	35.28
7	La producción.	E. Béjar M. Huanca	5.88	41.16
8	Los costes de producción.	E. Béjar M. Huanca	5.88	47.04
9	Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta.	E. Béjar M. Huanca	5.88	52.92
10	Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta.	E. Béjar M. Huanca	5.88	58.80
11	Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta.	E. Béjar M. Huanca	5.88	64.68
12	Intervenciones del Estado en un mercado de competencia perfecta.	E. Béjar M. Huanca	5.88	70.56
13	Intervenciones del Estado en un mercado de competencia perfecta. Examen.	E. Béjar M. Huanca	5.88	76.44
14	El poder del mercado: el monopolio.	E. Béjar M. Huanca	5.88	82.32
15	La competencia monopolística y el oligopolio.	E. Béjar M. Huanca	5.92	88.24
16	La competencia monopolística y el oligopolio	E. Béjar M. Huanca	5.88	94.12
17	La competencia monopolística y el oligopolio. Examen	E. Béjar M. Huanca	5.88	100.00

8. ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

8.1. Evaluación del aprendizaje

Evaluación permanente 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 los cuales pueden ser virtuales, trabajos grupales y/o individuales, participación en clase, investigación formativa e informe de responsabilidad social universitaria, exposiciones, foros, examen virtual y uso de rúbricas por parte de los docentes del curso.

-Los trabajos y practicas se presentan en el aula virtual DUTIC y según disponga el docente del curso.

Nota: El examen sustitutorio debe programarse antes del 24 de julio 2023, según sea el caso.

8.2. Cronograma de evaluación

EVALUACIÓN	FECHA DE EVALUACIÓN	EXAMEN TEORÍA	EVAL. CONTINUA	TOTAL (%)
Primera Evaluación Parcial	16-05-2023	13%	20%	**33%**
Segunda Evaluación Parcial	27-06-2023	13%	20%	**33%**
Tercera Evaluación Parcial	01-08-2023	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. BIBLIOGRAFÍA: 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
- Fernández Baca, Jorge. (2010) Microeconomía Teoría y Aplicaciones Tomo I. Universidad del Pacifico.

Arequipa, 02 de Mayo del 2023

BEJAR ZEA, EDWIN VICTOR **HUANCA ZU?IGA, MARIELA IVETTE**