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 - B

ASIGNATURA: MICROECONOMIA 1

1. INFORMACIÓN ACADÉMICA

Periodo académico:	2023 - B	
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
ALENCASTRE MENDOZA, IVY AUGUSTO	MAGISTER	E C O N O M I A	2	Mié: 10:40-12:20

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, éste 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:

Desarrolla los métodos de la investigación científica que les permiten identificar y resolver problemas del campo económico con sentido crítico y ética.

Competencia Específica:

Utiliza sistemas informáticos y tecnologías de información y comunicación (TICs) para resolver los problemas económicos con sentido crítico y analiza e investiga la realidad económica de la sociedad, con manejo de métodos y técnicas de la investigación científica, para contribuir a su bienestar social y ambiental.

Competencia de la asignatura:

Comprende y aplica 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: La Teoría de la Demanda.

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 demanda del individuo y del mercado.

Tema 04: La demanda del individuo y del mercado. Examen.

TERCERA UNIDAD

Capítulo III: La Teoría de la Empresa.

Tema 05: La Producción.

Tema 06: Los Costes de Producción.

CUARTA UNIDAD

Capítulo IV: El Mercado de Competencia Perfecta.

Tema 07: Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta.

Tema 08: Las Intervenciones del Estado en un mercado de competencia perfecta.

QUINTA UNIDAD

Capítulo V: Estructura del Mercado y Estrategia Competitiva.

Tema 09: El poder del mercado: El Monopolio.

Tema 10: El Oligopolio.

Tema 11: La Competencia Monopolística.

6. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

6.1. Métodos

Método expositivo en las clases teóricas de manera presencial.

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

6.2. Medios

Pizarra digital, lapicero digital, videos, software, laptop y/o pc, Internet, plataformas educativas - 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 virtuales por parte del docente.

ii. Se asignará trabajos prácticos y/o ejercicios para su desarrollo por parte del estudiante..

iv. 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 realizarán de manera virtual, promoviendo la interacción con diferentes agentes sociales, así los estudiantes pondrán en práctica los conocimientos y habilidades adquiridas en la asignatura.

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	I. Alencastre	3	3.00
2	La conducta del consumidor.	I. Alencastre	7	10.00
4	La demanda del individuo y del mercado.	I. Alencastre	10	20.00
6	La demanda del individuo y del mercado. Examen.	I. Alencastre	10	30.00
8	La Producción.	I. Alencastre	10	40.00
10	Los Costes de Producción.	I. Alencastre	10	50.00
12	Las decisiones de la empresa en un mercado de competencia perfecta.	I. Alencastre	10	60.00
13	Las intervenciones del Estado en un mercado de competencia perfecta.	I. Alencastre	10	70.00
14	El poder del mercado: El Monopolio.	I. Alencastre	10	80.00
15	El Oligopolio.	I. Alencastre	10	90.00
16	La Competencia Monopolística.	I. Alencastre	10	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 virtuales, trabajos, investigación formativa e informe de responsabilidad social universitaria, exposiciones y uso de rúbricas por parte de los docentes del curso.

8.2. Cronograma de evaluación

EVALUACIÓN	FECHA DE EVALUACIÓN	EXAMEN TEORÍA	EVAL. CONTINUA	TOTAL (%)
Primera Evaluación Parcial	03-10-2023	13%	20%	**33%**
Segunda Evaluación Parcial	14-11-2023	13%	20%	**33%**
Tercera Evaluación Parcial	12-12-2023	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 evalua iones, 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, 21 de Noviembre del 2023

ALENCASTRE MENDOZA, IVY AUGUSTO