

**UNIVERSIDAD NUEVA ESPARTA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS**

**DISEÑO CURRICULAR
 MICROECONOMÍA**

| | | |
|---------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| CÓDIGO DE LA ESCUELA: 30-17250 | | PENSUM: Abril 1997 |
| ASIGNATURA: Microeconomía | | CÓDIGO DE ASIGNATURA: 30-0651 |
| SEMESTRE: 4 | UNIDADES CREDITOS: 2 | TOTAL HORAS / SEMESTRE: 64 |

| PRELACIÓN | ELABORACIÓN | REVISADO POR |
|------------------|----------------------|----------------------|
| 30-0276 | Prof. Solangel Pérez | Prof. Solangel Pérez |
| - | Fecha: Enero 2004 | Fecha: Enero 2004 |

OBJETIVO GENERAL

Al término del curso los participantes serán capaces de: Determinar las características y posibilidades de los diversos tipos de mercados así como un amplio conocimiento de la ley de la oferta y la demanda que pautará bases sólidas para el estudio de la economía en su conjunto.

UNIDAD I: CONCEPTOS BÁSICOS

1. Objetivo Terminal:

Inducir al participante en los conceptos básicos de la economía, microeconomía, actividades económicas, bienes económicos y su clasificación, factores de producción y variables económicas.

2. Contenidos:

Definición de Economía y su relación con otras ciencias. Economía Positiva y Economía Normativa. Concepto de Microeconomía y Macroeconomía. Diferencias. Definición de actividades económicas y los agentes económicos: economías domésticas, empresas y sector público.

Definición de actividades económicas. Las decisiones básicas: el que, el cómo y el para quién producir. Los bienes económicos y clasificación de los factores de producción, empleo de los factores de producción. Bienes, necesidad y utilidad. Variables económicas. Sistemas económicos y funciones.

UNIDAD II: SISTEMA ECONOMICO. CONCEPTO DE OFERTA Y DEMANDA

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Que los participantes sean capaces de analizar conceptos de oferta y demanda y sus cambios de elasticidad-precio.

- 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Aplicar el análisis a casos de la vida real.
 - 1.2.2. Examinar la manera cómo se calculan la elasticidad -precio de la demanda y de la oferta.
 - 1.2.3. Estudiar los cambios de la elasticidad - precio a lo largo de la curva de demanda y elasticidad.
 - 1.2.4. Estudiar la diferencia entre pendientes de la curva de demanda y elasticidad.
 - 1.2.5. Examinar la manera cómo se calcula el equilibrio del mercado.
2. Contenidos:

Organización de un Sistema Económico. Estructura. Objetivos del Sistema Económico. Concepto de Mercado. Oferta y Demanda. Precio de mercado. Elasticidad de la demanda por el precio. Aplicaciones básicas del modelo. Equilibrio del Mercado.
3. Estrategia Metodológica:
 - 3.1. Taller.
 - 3.2. Ejercicios
 - 3.3. Exposición del facilitador.
 - 3.4. Análisis de Hemerotecas

UNIDAD III: CURVAS DE INDIFERENCIA Y CURVAS DE ENGEL

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de profundizar en el análisis de curvas de indiferencia y la reacción de los consumidores ante cambios de ingresos monetarios.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Estudiar la forma cómo los consumidores reaccionan ante cambios en el precio relativo de un determinado bien, utilizando el análisis de curvas de indiferencia.
 - 1.2.2. Examinar el proceso de toma de decisiones por parte del consumidor individual dentro del contexto de la búsqueda positiva y de los costos de información.
 - 1.2.3. Estudiar la medición de los cambios de vida.
2. Contenidos:

Elección y demanda del consumidor. Preferencias del consumidor. Restricciones impuestas al consumidor. Posición preferida por el consumidor. Curvas de demanda y curvas de Engel. Efectos en el ingreso y efectos de la sustitución. Intercambio y bienestar. Algunas aplicaciones del análisis de curvas de indiferencia. Elección y demanda del consumidor individual. Concepto de utilidad. Curvas de indiferencia. Elección por el consumidor. Curvas de demanda. Curvas de demanda del mercado. Intercambio y bienestar. Algunas aplicaciones del análisis de la utilidad.
3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Exposición de facilitador.
 - 3.2. Estudio de casos.

UNIDAD IV: EL MERCADO

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Los participantes serán capaces de establecer la clasificación del mercado de competencia perfecta y de competencia imperfecta, así como establecer la estructura dentro del cual operan las empresas.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Analizar la competencia pura.

1.2.2. Analizar la competencia perfecta.

1.2.3. Analizar el Monopolio, el Oligopolio y la Competencia Monopolística.

2. Contenidos:

Clasificaciones del mercado y curva de demanda que enfrenta la empresa. Competencia pura. Monopolio puro. Oligopolio. Competencia monopolística.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Seminario.

3.2. Exposición del facilitador.

3.3. Trabajos de grupo. Estudio de casos.

UNIDAD V: LA PRODUCCION

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de ver de qué manera las empresas eligen sus insumos para producir bienes y servicios y cómo determinan sus precios.

1.2. Objetivos Específicos.

1.2.1. Descubrir que las empresas actúan como entes que desean maximizar ganancias.

2. Contenidos:

Principios de la producción. La función de la producción. Ley de rendimientos decrecientes. Curvas y eficiencia del producto. Proporciones de recursos en países subdesarrollados. La Frontera de Posibilidades de Producción, ley de los rendimientos decrecientes y costo de oportunidad

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Taller.

3.2. Exposición del facilitador.

3.3. Ejercicios

UNIDAD VI: COSTOS DE LA PRODUCCION

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de conocer la estructura de costos a corto y largo plazo de las empresas.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Analizar las condiciones de minimización de costos de las firmas.
2. Contenidos:

Costos de producción. Concepto de costo. Puntos de vista a corto y a largo plazo. Curvas de costo a corto plazo. Curvas de costo a largo plazo. Costo total y costo marginal a largo plazo. Aplicaciones del análisis de costos.
3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Exposición del facilitador.
 - 3.2. Ejercicios

UNIDAD VII: MERCADOS DE COMPETENCIA IMPERFECTA

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad los participantes serán capaces de profundizar sus conocimientos acerca de la determinación de los precios y la producción en los mercados de monopolio, oligopolio y monopsonio
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Analizar la determinación del precio y la producción en la Competencia Pura, en el Monopolio y en el Oligopolio.
 - 1.2.2. Estudiar los efectos de la competencia pura, del monopolio y del oligopolio en el bienestar.
2. Contenidos:

Determinación del precio y la producción en la competencia pura. El muy cortó plazo. Largo plazo. Efectos de la competencia pura en el bienestar. Determinación del precio y la producción en el monopolio puro. Costos e ingresos en el monopolio. Corto plazo. Largo plazo. Discriminación del precio y de la producción en el oligopolio. Costos y demanda. Oligopolio puro y diferenciado. Colusión frente a la acción independiente. Corto y largo plazo. Competencia no basada en el precio. Efectos de oligopolio en el bienestar. Algunas características especiales. Corto y largo plazo. Efectos de la competencia monopolística en el bienestar.
3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Taller.
 - 3.2. Exposición del facilitador.

UNIDAD VIII: DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE LOS FACTORES

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, Los participantes serán capaces de determinar el nivel de precios y empleo de factores en los diversos mercados así como profundizar el conocimiento de los controles de precio.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Analizar la determinación del precio y empleo de los recursos en la competencia pura, en el monopolio y el monopsonio.

1.2.2. Estudiar los efectos del monopolio en la venta de productos.

1.2.3. Estudiar los efectos del monopsonio en la compra de factores

2. Contenidos:

Determinación del precio y empleo de los recursos. Competencia pura. Empleo simultáneo de varios factores variables. Precio y empleo de un factor variable dado. Determinación de precio y empleo de recursos: monopolio y monopsonio. Monopolio en la venta de productos. Monopsonio en la compra de factores.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Taller.

3.2. Exposición del facilitador.

3.3. Trabajos en grupo

UNIDAD IX: MERCADO DE FACTORES

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: Profundizar en la comprensión de la asignación de recursos en el mercado de factores.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Analizar la asignación de recursos en el mercado de factores.

1.2.2. Definir mercado de factores.

1.2.3. Reconocer las condiciones para el bienestar máximo en el mercado de factores.

1.2.4. Estudiar los factores que impiden la asignación correcta y distribución de recursos bajo competencia pura.

2. Contenidos:

Asignación de recursos. Condiciones para el bienestar máximo. Mercado de factores. Distribución de recursos bajo competencia pura. Factores que impiden la asignación correcta.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Taller.

3.2. Exposición del facilitador.

3.3. Trabajos en grupo.

UNIDAD X: EQUILIBRIO Y BIENESTAR.

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de determinar el nivel de ingresos individual y su distribución para lograr condiciones de bienestar óptimo.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Definir equilibrio y bienestar.

1.2.2. Establecer las condiciones del bienestar óptimo.

1.2.3. Analizar el rol de la empresa privada en el equilibrio general.

2. Contenidos:

Equilibrio y bienestar. Conceptos de equilibrio y bienestar. Condiciones de bienestar óptimo. Empresa privada y equilibrio general.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Exposición del facilitador.

3.2. Taller.

3.3. Análisis de Hemerotecas

4. Evaluación:

El profesor de la asignatura determinará en el plan cronograma, las fechas y el tipo de evaluación que ha de realizar. Adoptará en las pruebas parciales, las normas establecidas en el reglamento de evaluación de la Universidad Nueva Esparta y el uso vigente.

BIBLIOGRAFÍA:

CASE, KARL E y Fair, Ray C: **Fundamentos de Economía.** Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. Segunda Edición. México 1993.

DOMINICK, Salvatore. **Microeconomía.** (Serie Schaum). Mc. Graw Hill.

FISHER, S; Dornbusch, R y Schmalensee, R: **Economía.** Editorial Mc. Graw Hill. Segunda Edición. 1989.

GONZÁLEZ, Antonio J. **Tratado Moderno de Economía.** Ediciones Quisqueya. Rep. Dominicana.

HIRRSHLEIFER, Jack. **Microeconomía, Teoría y aplicaciones.** Prentice Hall, 1988.

LIPSEY, Richard G. **Introducción a la Economía Positiva.** Editorial Vicens-Vives, Décimoprimer edición. España. 1985.

MOCHON, Francisco y PAJUELO, Alfonso: **Microeconomía.** Mc Graw Hill, 1989

NICHOLSON, Walter. **Microeconomía Intermedia y su aplicación.** Editorial Mc. Graw Hill. 1989.

PERNAUT A, Manuel. **Teoría Económica**. Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Caracas. 1991.

ROGER, Blair y LAWRENCE, Kenny. **Microeconomía con Aplicaciones a la Empresa**. Mc. Graw Hill, 1983.

SALVATORE, Dominick. **Microeconomía (Schaum) : Teoría y 475 Problemas Resueltos**. Mc Graw Hill. Segunda Edición. México 1991.

SAMUELSON. Paul. **Curso de Economía Moderna**. De Aguilar, 9º Edición. 1.976.

SCETTINO. Macario. **Economía Contemporánea**. Un enfoque para México y América Latina. Grupo Editorial Iberoamérica.

SCHILLER, Bradley R. **Principios Esenciales de Economía**. Editorial Mc. Graw Hill. Venezuela. 1.996

TORO H. , José. **Fundamentos de Economía**. Editorial Panapo.