



## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

### **SILABO**

**ASIGNATURA: MICROECONOMÍA**

**Código: 7C0005**

#### **I DATOS GENERALES:**

1.1.	Departamento académico:	Gestión Empresarial e Institucional.
1.2.	Escuela Profesional:	Adm. Privada.
1.3.	Especialidad:	Marketing.
1.4.	Nombre de la Carrera:	Lic. Administración con mención en Marketing.
1.5.	Ciclo de Estudios:	2do año: 3er. Ciclo.
1.6.	Créditos:	03.
1.7.	Área de la Asignatura:	Ciencias de la Empresa.
1.8.	Condición:	Obligatorio.
1.9.	Pre – requisito:	Geografía Económica.
1.10.	Horas de clase semanal:	04
1.11.	Horas de clase Total:	68
1.12.	Profesor:	Econ. Eugenio Castro Vásquez.
1.13.	Año Lectivo:	2008 - I .

#### **II, SUMILLA:**

El presente curso comprende los principios de la Economía de la empresa y analiza el comportamiento de los agentes económicos ante variaciones de los precios. Desarrolla la naturaleza del problema económico. Integrantes microeconómicos: Que, como y para quien producir. El comportamiento del consumidor. La demanda y la Oferta, Elasticidades - Competencias y equilibrio en mercados diferenciados.

#### **III. OBJETIVOS:**

##### **3.1. Objetivo General:**

Proporcionar a los estudiantes un marco teórico y práctico sobre la microeconomía. Analizar la estructura del mercado: comportamiento de la oferta demanda y precios, teoría del consumidor, la producción y costos, estudio del monopolio y sus efectos económicos; distribución del ingreso y el estudio de las externalidades.

##### **3.2. Objetivos Específico:**

- Dar a conocer la importancia de la microeconomía en el desarrollo de la gestión pública.
- Dar a conocer los instrumentos micro -económicos para que el profesional en Administración los utilice en la toma de decisiones privadas y públicas.

#### IV. APOORTE DE LA ASIGNATURA EN EL PERFIL PROFESIONAL.

Contribuye a la formación del Licenciado en Administración de empresas, al internalizar racionalidades de análisis, de carácter micro –económico, para utilizarlos en la toma de decisiones empresariales y /o institucionales.

#### V. ORGANIZACIÓN DE LA ASIGNATURA:

Unidad/ Semana	Descripción	No de Horas
Unidad I	Análisis del Mercado	32
Semana 1	Introducción	04
Semana 2	Análisis de la Demanda	04
Semana 3	Análisis de la oferta	04
Semana 4	Equilibrio de Mercado y Práctica Calificada.	04
Semana 5	Elasticidades	04
Semana 6	Utilidad: total, marginal; y, curvas de indiferencia.	04
Semana 7	Ejercicios y Práctica Calificada	04
Semana 8	Evaluaciones Parciales.	04
Unidad II	Producción, Costos y Beneficios	16
Semana 9	Producción.	04
Semana 10	Costos Económicos.	04
Semana 11	Ingresos y Beneficios.	04
Semana 12	Ejercicios y Práctica Calificada.	04
Unidad III	Monopolio y Competencia Monopolista.	20
Semana 13	Monopolio.	04
Semana 14	Competencia Monopolista. Externalidades.	04
Semana 15	Competencia Monopolista. Externalidades.	04
Semana 16	Exámenes Finales.	04
Semana 17	Examen Sustitutorio y de Aplazados .	04
	Total de Horas Académicas:	68

#### VI. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE:

##### **Primera Unidad: Análisis del Mercado.**

Objetivo: Dar a conocer los elementos básicos del mercado ( demanda, oferta, precios, y sus derivaciones de comportamiento), para plantear acciones de política empresarial, y ajustes en la canasta del consumidor.

##### **1ra. Semana: INTRODUCCIÓN.**

Objetivo: Conceptuar la microeconomía, el entorno empresarial, y analizar el problema económico.

Sesión 1: Introducción: microeconomía y el entorno empresarial.

Objetivo específico: Dar a conocer conceptos básicos y las características de la microeconomía y del entorno empresarial.

Bib. Planeamiento Estratégico: Walter Simth C. Cap. III .

Actividad: Participación de los alumnos, en cuanto a conceptos de economía, mercado y entorno empresarial.

Sesión 2: El problema económico: Escasez y elección.

Objetivo específico: Exponer los problemas fundamentales del sistema económico.

Bib.: Principios de microeconomía: Case /fair. Pág. 28 - 40.

Actividad: Lectura de la bibliografía recomendada.

## **2da. Semana: ANÁLISIS DE LA DEMANDA.**

Objetivo: Conocer los factores que determinan la demanda y su influencia en el mercado.

Sesión 1: Concepto, función y determinantes de la demanda.

Objetivo: Exponer los factores que determinan la demanda.

Bib. Case / fair: Cap. 4. pág.: 76 - 82 .

Actividad: Los alumnos expondrán ejemplos de demanda, y algunos factores que lo determinan.

Sesión 2: Cambios, desplazamientos y análisis gráfico.

Objetivo: Exponer gráficamente los desplazamientos de la demanda.

Bib. Idem. Cap. 4 : 83 – 86 .

Actividad: Realizar gráficas de desplazamiento de la demanda en base a ejemplos.

## **3ra Semana: ANÁLISIS DE LA OFERTA.**

Objetivo: Analizar los factores que determinan la oferta y su influencia en la política de precios.

Sesión 1: Concepto, función y determinantes de la oferta.

Objetivo: Dar a conocer los factores que determinan la oferta.

Bib. Case / fair: idem. Cap. 4. pág. 87 - 89.

Actividad: Cada grupo de trabajo expondrán ejemplos de oferta.

Sesión 2: Cambios, desplazamientos y análisis gráfico.

Objetivo: Exponer gráficamente los desplazamientos de la oferta.

Bib. Idem. Pág. 89 - 90 .

Actividad: Graficar los desplazamientos de ésta variable, en base a sus ejemplos .

## **Semana 4: EQUILIBRIO DE MERCADO Y PRÁCTICA CALIFICADA.**

Objetivo: Estudiar el equilibrio, en función de los excesos de demanda y oferta, y evaluar los conocimientos adquiridos.

Sesión 1: Equilibrio de mercado. Análisis gráfico .

Objetivo: Analizar el equilibrio de mercado en base a la contradicción de la oferta y la demanda

Bib.: Idem. Pág. : 92 - 96 .

Actividad: Desarrollar ejercicios de equilibrio.

Sesión 2: Práctica calificada.

Objetivo: Tomar una práctica calificada para evaluar los conocimientos adquiridos.

Actividad: 1ra. Hora repaso – teórico.

### **5ta Semana: ELASTICIDADES.**

Objetivo: Analizar los precios relativos é ingresos, y su influencia en el consumidor (satisfacción de necesidades) , y del oferente ( obtención de beneficios ó mayores ingresos)

Sesión 1: Elasticidades de la Demanda y oferta.

Objetivo: Analizar la variación de los precios é ingresos y, su efecto sensible en el comportamiento del consumidor y oferente.

Bib.: Idem. Cap. 5. pág. 115 - 128 .

Actividad: Presentar un listado de 50 productos con sus respectivos precios para analizar el problema de las elasticidades.

Sesión 2: Ejercicios de aplicación.

Objetivo: desarrollar ejercicios de elasticidad de demanda y oferta.

Bib. Castro Vásquez, E: Microeconomía: Documento de docencia. UNFV. 2003 .

Actividad: En base a la bibliografía realizar ejercicios de carácter productivo, comercial, financiero y de servicios, etc.

### **6ta. Semana: LA DEMANDA Y LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR.**

Objetivo: Analizar la teoría de la utilidad, el efecto renta, las curvas de indiferencia, y la restricción presupuestaria.

Sesión 1: Utilidad Total, U. Marginal, y el efecto renta.

Objetivo: Analizar a través de la Teoría Subjetiva del Valor, el principio de equimarginalidad.

Bib. Samuelson y Nordhaus: Economía: Cap. 5. Pág.: 73 - 83.

Actividad: Los alumnos expondrán ejemplos de la vida real, analizando su óptima utilidad al consumir, poseer, tener, disfrutar, etc, etc, un bien ó servicio, considerando su ingreso limitado.

Sesión 2: Curvas de indiferencia. Recta presupuestaria é Equilibrio del consumidor.

Objetivo: Analizar el orden o preferencias del consumidor, dado su restricción presupuestaria.

Bib. Samuelson y Nordhaus: Economía: Apéndice 5. Pág.: 87 - 91 .

Actividad.: Control de lectura en base tema.

### **7tma Semana: EJERCICIOS Y PRÁCTICA CALIFICADA.**

Objetivo: Desarrollar ejercicios de aplicación y evaluar los conocimientos adquiridos.

Sesión 1: Ejercicios de aplicación de los temas anteriores.

Objetivo: Desarrollar ejercicios aplicativos de oferta, demanda, elasticidades y utilidad marginal.

Bib. Castro Vásquez, E. " Microeconomía ". Documento de docencia: UNFV - 2003.

Actividad: Taller de ejercicios resueltos y propuestos.

Sesión 2: Práctica calificada.

Objetivo: Evaluar los conocimientos adquiridos.

Actividad: 1ra. Hora: revisión de ejercicios asignados . Segunda hora: Aplicación de la práctica.

### **8va Semana: EXAMENES PARCIALES.**

Objetivo: Tomar un examen parcial para evaluar los conocimientos adquiridos.

Sesión1: Repaso general de los temas estudiados.

Objetivo: Afianzar las exposiciones de clases anteriores.

Actividad: Elaboración de una matriz en base a los temas estudiados: Mapa mental de resumen .

Sesión 2: EXAMEN PARCIAL.

Objetivo: Evaluar los conocimientos de clase.

### **Segunda Unidad: Producción, Costos y Beneficios.**

Objetivo: Estudiar los factores que determinan la producción, costos y beneficios, en la empresa.

### **9na. Semana: PRODUCCIÓN.**

Objetivo: Dar a conocer los factores de producción y su productividad decreciente.

Sesión1: La función de producción. Etapas de la producción .Producto total, medio y marginal.

Objetivo: Dar a conocer los factores que determinan la producción.

Bib.: Case / fair: cap.7. pág. 176 - 182.

Actividad: Intervención de los alumnos en cuanto a la identificación de elementos productivos.

|

Sesión 2: Ley de los rendimientos decrecientes. Cambio Tecnológico, y Productividad

Objetivo: Presentación de los alumnos de un informe de un proceso de producción.

Bib. Samuelson y Nordhaus: Economía. Cap. 6: Pág. 94 – 101.

Actividad: En base al informe presentado, identificar el rendimiento o productividad óptima.

### **10ma. Semana: COSTOS ECONÓMICOS.**

Objetivo: Estudiar los gastos y costos económicos utilizados en el proceso de producción.

Sesión 1: Coste total, fijo y variable. Coste Marginal. Análisis gráfico.

Objetivo: Identificar los elementos ó factores que determinan los costos fijos y variables.

Bib.: Samuelson y Nordhaus: Economía. Cap. 7. Pág. 107 - 114.

Castro Vásquez, E: Microeconomía: Dcto de docencia. UNFV – 2003 .

Actividad: Los alumnos presentarán un informe sobre costos de un producto.

Sesión 2: Costos para la Toma de Decisiones: Conceptos, clases. Costos ABC.

Objetivo: Explicar la importancia de los costos en la toma de decisiones y en la rentabilidad empresarial.

Bib.: Flores Soria. J: Contabilidad Gerencial. Cap. III. Pág. 75 - 88; y páginas 123 - 129 .

Actividad: Elaborar un cuadro de costos productivos.

### **11ava. Semana: INGRESOS - BENEFICIOS.**

Objetivo: Estudiar los beneficios como expresión rentable del empresario.

Sesión 1: Ingresos Total. Ingreso marginal, y beneficios.

Objetivo: Analizar las condiciones de maximización de los beneficios.

Bib.: Samuelson, obra citada; Cap. 9 .Pág.: 147 - 152 .

Actividad: Control de lectura ( últimos 20 minutos ), sobre la bibliografía citada.

Sesión 2: Práctica Dirigida.

Objetivo: Analizar las variables que determinan la renta ó ingreso personal disponible.

Samuelson, obra citada. Cap. 12. Pág.: 195 - 198 .

Actividad: Lectura sobre la Renta Nacional.

### **12ava. Semana: EJERCICIOS Y PRÁCTICA**

Objetivo: Desarrollar ejercicios de aplicación y Tomar una práctica calificada.

Sesión 1: Desarrollo de ejercicios.

Objetivo: Ejercicios de aplicación para afianzar la teoría.

Bib. De Samuelson & Nordhaus y Case / fair: Base capítulos asignados.

Sesión 2: Práctica calificada.

Objetivo: Evaluar los conocimientos adquiridos en clase.

Actividad: Desarrollo de la práctica.

### **Unidad III: Monopolio y Competencia Monopolista.**

Objetivo: Analizar las características operativas del mercado Monopólico, y su competitividad.

### **13ava. Semana: M O N O P L I O.**

Objetivo: Estudiar las alianzas monopólicas como instrumento de control del mercado.

Sesión 1: Concepto- supuestos y actuación de la empresa monopólica.

Objetivo: Analizar la racionalidad monopólica en el control del mercado y la economía.

Bib. Case / fair: Principios de Microeconomía. Cap.13. Pág. 322 - 336.

Actividad: Presentación de un Informe sobre los nuevos dueños del Perú.

Sesión 2: Costos Sociales del Monopolio. Monopolio Natural, y Regulación Monopólica.  
Objetivo: Analizar los costos y efectos sociales del monopolio.  
Bib.: Idem. Pág. 336 - 343, y páginas: 393 - 399 .  
Actividad: Identificar los principales monopolios en el Perú.

#### **14ava. Semana: COMPETENCIA MONOPOLISTA.**

Objetivo: Analizar la actuación del mercado de competencia monopolista en cuanto a diferenciación de productos y precios.

Sesión 1: Diferenciación del producto y Publicidad . Determinación del precio y la producción.

Objetivo: Analizar los mecanismos estratégicos del Monopolio como mecanismo de diferenciación de productos y posicionamiento en el mercado .

Bib.: Case / fair: Cap.14. Pág.: 351 - 360.

Actividad: Presentación de productos de empresas monopólicas, para evaluar su diferenciación.

Sesión 2: Oligopolio: Modelos de oligopolio. Externalidades.

Objetivo: Analizar la concentración industrial del oligopolio, como estrategia para capturar mercado.

Bib. Idem. Cap. 14. Pág. 361 - 373 .

Actividad: Control de lectura ( 20 minutos) en base a la bibliografía citada.

#### **15ava. Semana: COMPETENCIA MONOPOLISTA**

Objetivo: Analizar la actuación del mercado de competencia monopolista en cuanto a diferenciación de productos y precios.

Sesión 1: Diferenciación del producto y Publicidad . Determinación del precio y la producción.

Objetivo: Analizar los mecanismos estratégicos del Monopolio como mecanismo de diferenciación de productos y posicionamiento en el mercado .

Bib.: Case / fair: Cap.14. Pág.: 351 - 360.

Actividad: Presentación de productos de empresas monopólicas, para evaluar su diferenciación.

Sesión 2: Oligopolio: Modelos de oligopolio. Externalidades.

Objetivo: Analizar la concentración industrial del oligopolio, como estrategia para capturar mercado.

Bib. Idem. Cap. 14. Pág. 361 - 373 .

Actividad: Control de lectura ( 20 minutos) en base a la bibliografía citada.

#### **16ava. Semana: EXAMENES**

Objetivo: Evaluar a los alumnos desaprobados por diferentes motivos.

Sesión 1: Examen Final

Sesión 2: Examen Sustitutorio

### **17va Semana: EVALUACION Y ENTREGA DE ACTAS.**

Sesión 1: Examen Aplazados

Sesión 2: Entrega de notas

#### VII. ESTRATEGIAS METODOLOGICAS:

##### 7.1. Método.

Se utilizará el método inductivo, deductivo, estadístico y analítico en concordancia con los contenidos de la asignatura .

##### 7.2. Técnicas.

Se aplicará las técnicas de diálogo, participación de los alumnos, y grupos de investigación.

##### 7.3. Medios Didácticos.

Se utilizará separatas, transparencias, proyector de multimedia, informes , uso de internet.

#### VIII. EVALUACIÓN.

La evaluación será permanente considerando la estructura temática del curso.

##### 8.1. Técnicas de Evaluación.

- Intervenciones orales, y presentación de informes.
- Exposición de trabajos.
- Prácticas é intervenciones orales permanentes.
- Se tomará un examen parcial y final.

##### 8.2. Instrumentos de Evaluación.

Para la evaluación del alumno, se tomará en cuenta:

- Uso de retroproyector o data para las exposiciones.
- Presentación de cuadros estadísticos.
- Presentación de mapas mentales y análisis gráfico.
- Presentación de un trabajo aplicativo .

##### 8.3. Criterios de Evaluación.

Es permanente e integral, y se hace en función de los objetivos planteados, para lo cual se tomará los siguientes criterios:

Asistencia, disciplina, respeto, intervenciones, iniciativa académica, cumplimiento en presentación de trabajos, evaluación parcial y final en el día y, práctica de valores.



#### 8.4 Aspectos de Evaluación:

De acuerdo a la directiva de evaluación se tendrá en cuenta para la nota final lo siguiente:

- a) Promedio de Exámenes: PE. = Examen parcial (EP) más Ex. Final (EF), entre dos.

$$PE = EP + EF / 2.$$

- b) Promedio de Prácticas: Pp = Dado por el total de prácticas (TP) dividido entre el número de prácticas tomadas (n).

$$Pp = TP / n.$$

- c) Nota final: NF.

Dado por el promedio de exámenes (PE), más el promedio de prácticas (Pp) dividido entre dos.

$$NF = \frac{PE + Pp}{2}$$

#### IX BIBLIOGRAFÍA:

1. Case / fair. 1998. Principios de Microeconomía Ed. Prentice Hall. México.
2. Castro Vásquez, E. 2003. Microeconomía. Documento de docencia. U N FV. Lima.
3. Flores Soria, J. 2003. Contabilidad Gerencial. CECOF. ED. ASESORES. Lima.
4. Samuelaon & Nordhaus. 2004. Economía. Ed. Mc Graw Hill. Madrid
5. Pichihua, J. 1998. Economía. Ed. U N A L M. Lima.

ECON. CASTRO VÁSQUEZ, E.