

SILABO DE MICROECONOMIA



ASIGNATURA: MICROECONOMIA

CÓDIGO: 7C0005

I. DATOS GENERALES

1.1	Departamento Académico	:	Gestión Empresarial
1.2	Escuela Profesional	:	Administración
1.3	Especialidad	:	Marketing.
1.4	Nombre de la carrera	:	Licenciado en Administración con mención en Marketing.
1.5	Ciclo de estudios	:	III
1.6	Créditos	:	03
1.7	Área de la Asignatura	:	Administración
1.8	Condición	:	Obligatorio
1.9	Pre – requisitos	:	Geografía Económica
1.10	Duración	:	16 semanas
1.11	Horas semanales	:	04 :
1.12	Hora de clase total	:	68
1.13	Inicio de clases	:	16 de Abril del 2018
1.14	Finalización de clases	:	04 de Agosto del 2018
1.15	Docente	:	Dr. Luis P. Gonzales Rengifo
1.16	Semestre Académico	:	2018-I

II. SUMILLA:

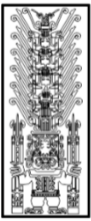
El curso de microeconomía examina a un nivel básico las temáticas más importantes de la teoría económica, con la finalidad que los estudiantes puedan manejar con facilidad los conceptos, las definiciones, la representación de problemas y el análisis gráfico del funcionamiento del sistema económico, desde la perspectiva del comportamiento de los agentes económicos individuales. Abarca desde las teorías del consumidor (demanda) hasta la economía de empresa (oferta) . La asignatura está principalmente orientada a que el alumno reconozca los diferentes tipos de mercado que le permitan conocer en cada uno de ellas la participación de ofertantes y demandante con énfasis en la determinación del precio.

III. COMPETENCIAS:

La asignatura permitirá al alumno; Lograr una completa comprensión del rol que cumple la Micro Economía en la gestión de la planificación de las empresas

IV. CAPACIDADES

Comprende con precisión los retos, perspectivas y fundamentos de la ciencia económica, aplica y evalúa con eficiencia las diversas técnicas en la recopilación

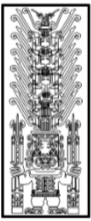


de información en la economía descriptiva, además de apreciar la importancia de la economía en el desarrollo integral de la sociedad.

Identifica y comprende, los procesos de recepción y elaboración de procedimientos a nivel micro; aplica y evalúa, con eficiencia, las estrategias de difusión en el aprendizaje de la sociedad, reconociendo y comprendiendo, los procesos de transmisión de la información, convirtiéndose el estudiante en el organizador y difusor de conocimiento.

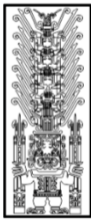
V. PROGRAMACION DE CONTENIDOS:

UNIDAD I					
BASES Y FUNDAMENTOS CONCEPTUALES DE LA MICRO ECONOMÍA					
COMPETENCIAS:					
Semana	Contenido Conceptual	Contenido Procedimental	Contenido Actitudinal	Actividades de Aprendizaje/ Evaluación	horas
01	Introducción.- Micro Economía. Parámetros, Variables y Modelos.	Conoce y detecta la necesidad de la Micro frente al análisis global	Identifica la Micro Economía dentro de la Política Económica.	Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	4
02	Los Mercados, Clasificación y fines	La necesidad de conocer los mercados dentro de la Micro Economía	Explica la importancia de diferenciar los mercados Primarios y secundarios	Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	4
03	La Restricción Presupuestaria: • La Recta de Presupuesto • La relación de precios relativos y el ingreso • Variaciones en	Reconoce la importancia del análisis económico en las Decisiones cotidianas.	Entiende el alcance de la Microeconomía para formular y Aplicar estrategias empresariales.	Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	4



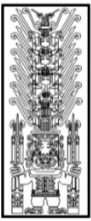
	el Ingreso real y en los precios				
04 Y 05	<p>Elección del Consumidor con Certidumbre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gustos y preferencias • Utilidad Marginal • TMS decreciente • Maximización de la Utilidad dado el ingreso. 	<p>Conoce un modelo matemático de decisiones individuales.</p>	<p>Identifica como afectan las variaciones en la renta y en los precios a las decisiones de consumo</p>	<p>Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa</p>	8

UNIDAD II					
MODELO DE COMPETENCIA PERFECTA. OFERTA Y DEMANDA					
COMPETENCIAS:					
Semana	Contenido Conceptual	Contenido Procedimental	Contenido Actitudinal	Actividades de Aprendizaje/ Evaluación	horas
06	<p>Teoría de la Demanda y Oferta</p>	<p>Aborda correctamente las posibles dificultades en los mercados</p>	<p>Define las características del mercado de factores</p>	<p>Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa</p>	4
07	<p>Movimientos en las Curvas de la Demanda y Oferta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intervención del estado: impuesto , subsidios 	<p>Logra identificar la importancia y el porque de realizar el análisis de precios. Analiza la intervención</p>	<p>Precisa el tipo de herramienta y su importancia</p>	<p>Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa</p>	4



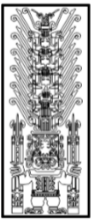
		del gobierno en los mercados..			
08	Elasticidades : •Precio •Ingreso •Cruzada •Clasificación Excedente del consumidor	Logra definir las características de de las elasticidades para su clasificación de los bienes	Explica la Importancia de las Elasticidades en los bienes	Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	4
	Primera Evaluación				
09	Las Economías y los Mercados de factores , bienes y servicios	Aborda correctamente las posibles dificultades en los mercados	Define las características del mercado de factores	Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	4
10	Competencia Perfecta , Monopolio, Oligopolio y sus características	Logra identificar la importancia y el porque de realizar el análisis de la competencia precios.	Precisa el tipo de herramienta y su importancia para la decisión	Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa	4

UNIDAD III					
MODELO DE COMPETENCIA PERFECTA: PRODUCCIÓN Y COSTOS					
COMPETENCIAS:					
Semana	Contenido Conceptual	Contenido Procedimental	Contenido Actitudinal	Actividades de Aprendizaje/ Evaluación	horas
11 y 12	La Empresa y sus funciones e incertidumbres	Logra definir las características de la empresa los agregados Macros	Explica la Importancia del rol de la Empresa en la Economía	Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva,	8



				Experimental y Evaluativa	
13 y 14	<p>La Producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnología • La Producción en el corto plazo. • Producto Marginal • Producto Medio • La producción en el Largo Plazo • Rendimiento a escalas crecientes, constantes y decrecientes. 	<p>Verifica la relación física entre los factores de producción. Identifica la escala de operaciones</p>	<p>Explica los factores que intervienen en la producción</p>	<p>Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa</p>	8
15	<p>Costos empresariales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El costo económico y contable. • Costos medios y marginales. • La forma de la curva de los costos. 	<p>Reconoce los costos empresariales Entre los precios de los factores y la producción</p>	<p>Interpreta y analiza la Información</p>	<p>Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa</p>	4
16	<p>Beneficio Empresarial</p>	<p>Identifica el nivel óptimo de producción de una empresa competitiva en el corto plazo. Construye la curva de oferta a partir de la optimización</p>	<p>Reconoce las diferentes herramientas e Interpreta las Informaciones dada por la empresa.</p>	<p>Asimilativa, Gestión de la información, Aplicación, Comunicativa, Productiva, Experimental y Evaluativa</p>	4
	Examen Final				

VI ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS



6.1 Estrategias centradas en el aprendizaje

Los estudiantes aplicaran las diferentes técnicas de estudio, memorización; elaboración de organizadores visuales, ensayos científicos, organizaciones grupales, mesas redondas, informes de laboratorio, lecturas y audición de libros digitales, búsqueda de información en bibliotecas digitales y físicas.

6.2 Estrategias centradas en la enseñanza

El docente se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad el proceso de construcción de conocimientos de sus estudiantes, así como la formación actitudinal del futuro profesional. Para ello utiliza estrategias de enseñanza novedosas centradas en: a) Estrategias convencionales: Lluvia de ideas, ilustraciones, clases prácticas, talleres, aprendizaje cooperativo, resolución de ejercicios y problemas; y b) Recursos visuales: organizadores visuales e infografías .

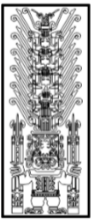
VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Las nuevas tecnologías de información nos permiten una mejor comunicación entre los seres humanos y un mayor aprendizaje del mundo circundante. Para ello aplicaremos aquellos sitios web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la Word Wide Web. Aplicando el Web 2.0, plataformas virtuales, Google Drive, Google Classroom, Prezi, Cmap Tools y otro

VIII. EVALUACIÓN

- De acuerdo al **COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS** de esta Superior Casa de Estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: “Los exámenes y otras formas de evaluación se califican en escala vigesimal (de 1 a 20) en números enteros. La nota mínima aprobatoria es once (11). El medio punto (0.5) es a favor de estudiante”.
- Del mismo modo, en referido documento en su artículo 16°, señala: “Los exámenes escritos son calificados por los profesores responsables de la asignatura y entregados a los alumnos y las actas a la Dirección de Escuela Profesional, dentro de los plazos fijados”
- Asimismo, el artículo 36° menciona: “La asistencia de los alumnos a las clases es obligatoria, el control corresponde a los profesores de la asignatura. Si un alumno acumula el 30% de inasistencias injustificadas totales durante el dictado de una asignatura, queda inhabilitado para rendir el examen final y es desaprobado en la asignatura, sin derecho a rendir examen de aplazado, debiendo el profesor, informar oportunamente al Director de Escuela”
- La evaluación de los estudiantes, se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:

N°	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EXAMEN PARCIAL	30%
02	EF	EXAMEN FINAL	30%
03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%



	TOTAL	100%
--	--------------	-------------

La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará en base a la siguiente manera:

$$NF = \frac{EP*30\%+EF*30\%+ TA*40\%}{100}$$

Criterios:

- EP = De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- EF =De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- TA =Los trabajos académicos serán consignadas conforme al COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS de esta Superior Casa de Estudios, según el detalle siguiente:
 - a) Prácticas Calificadas.
 - b) Seminarios calificados.
 - c) Exposiciones.
 - d) Trabajos monográficos.
 - e) Investigaciones bibliográficas.
 - f) Otros que se crea conveniente de acuerdo a la naturaleza de la asignatura.

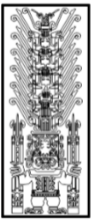
IX. FUENTES DE INFORMACIÓN

9.1 Bibliográficas:

- ROBERT S. PINDYCK Y DANIEL L. RUBINFELD, MICROECONOMIA.
Prentice Hall. 2005
- C.E. FERGUSON Y J.P. GOULD, Teoría microeconómica. Fondo de
Cultura Económica. México.
- DAVID M. KREPS, Curso de Teoría Microeconómica. Graw Hill España.
2002
- BRADLEY R.SCHILLER, Principios Esenciales de Economía Graw Hill
España. 2003
- STANLEY FISCHER, Microeconomía. 2004
- PAUL SAMUELSON, Economía MC GRAW Hill Décima Séptima Edición.

Criterios:

- Se utilizará las Normas APA (Última Edición) para las referencias bibliográficas y electrónicas.



Lima,..... de Abril de 2018

.....
FIRMA

.....
**NOMBRE DEL DIRECTOR DE
DEPARTAMENTO ACADÉMICO**

Código.....

Correo.....

.....
FIRMA

Luis Pacifico Gonzales Rengifo

.....
NOMBRE DEL DOCENTE

Código.....

Correo.....
.....

Fecha de recepción del sílabo: