UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE INGENIERIA
ESCUELA DE INGENIERÍA MECÁNICA INDUSTRIAL

.

NOMBRE DEL CURSO: MICROECONOMÍA

CODIGO:	665	**CREDITOS:**	3
ESCUELA:	Mecánica Industrial	**AREA A LA QUE PERTENECE:**	Administración
PRE REQUISITO:		**POST REQUISITO:**	
CATEGORIA:	Obligatorio	**SEMESTRE:**	Séptimo Semestre
CATEDRÁTICO:		**AUXILIAR:**	
REGISTRO DE PERSONAL:		**REGISTRO DE PERSONAL.**	
EDIFICIO:		**SECCIÓN:**	
SALON DEL CURSO:		**SALON DEL LABORATORIO:**	
HORAS POR SEMANA DEL CURSO:		**HORAS POR SEMANA DEL LABORATORIO:**	
DÍAS QUE SE IMPARTE EL CURSO:		**DIAS QUE SE IMPARTE EL LABORATORIO:**	
HORARIO DEL CURSO:		**HORARIO DEL LABORATORIO:**	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO:

El curso de MICROECONOMIA, es de carácter introductorio, para los estudiantes de ingeniería que no han tenido la oportunidad de participar en cursos de Economía, inicia con la exposición de los fundamentos y características de la Ciencia Económica para luego conceptualizar la microeconomía y la macroeconomía, sus campos de estudio y su importancia en la interpretación del funcionamiento del sistema de mercado, con el apoyo en las teorías de la demanda, la oferta, la producción y la distribución.

OBJETIVOS GENERALES:

a) Fomentar en el estudiante un sentido crítico de análisis microeconómico de la conducta del consumidor y de la unidad económica productiva, de acuerdo a la corriente del pensamiento económico subjetiva, de la teoría marginalista y de la escuela del equilibrio económico.
b) Proporcionar al estudiante en forma precisa y con claridad, los conocimientos necesarios que le permitan comprender analíticamente como opera la economía a nivel del consumidor y las empresas, en función del sistema de precios de los bienes y los servicios.
c) Dotar al estudiante de los instrumentos de análisis básicos, conceptuales, métodos gráficos y matemáticos.

METODOLOGIA:

Para poder analizar los conceptos microeconómicos fundamentales, su aplicación y análisis del mercado y de las empresas, dentro de las estructuras básicas del mercado, se aplicará el método deductivo e inductivo, utilizando métodos gráficos y matemáticos sencillos, que permitan la aplicación de los conceptos, leyes, etc., y que generen en el estudiante capacidad interpretativa y analítica de gráficas, coeficientes de elasticidad, etc., para la toma de decisiones empresariales.

.

CONTENIDO PROGRAMATICO Y CALENDARIZACIÓN:

UNIDAD 0. EMI

0.1. Misión
0.2. Visión
0.3. Valores
0.4. Política de Calidad
0.5. Código de Valores
0.6. Perfil del Egresado

UNIDAD I CONCEPTOS GENEERALES (2 PERÍDOS DE CLASE)

1. ECONOMÍA:

1.1 Concepto
1.2 Principales Divisiones

2. MICROECONOMÍA

2.1. Concepto y Campo de Estudio
2.2. Enfoques para el estudio de la Microeconomía.

UNIDAD II ANALIS DEL MERCADO (10 PERÍODOS DE CLASE)

3. TEORÍA DE LA DEMANDA Y DE LA OFERTA

3.1. La Demanda y la Oferta, individual y de Mercado.
3.1.1. Definiciones
3.1.2. Forma de la Curva de Demanda y de la Curva de Oferta.
3.1.3. Función de la curva de demanda y de la curva de oferta.
3.1.4. Variación de la cantidad Demandada y de la cantidad ofrecida.
3.1.5. Variación de la demanda y de la oferta.
3.1.6. Elasticidad de la Demanda y de la Oferta.
3.1.7. Equilibrio del Mercado.
3.1.7.1 Tipos de Equilibrio.
3.1.8. Intervención del gobierno. (Impuestos y subsidios) (precios topes: Máximos y mínimos, salarios mínimos, tasa de interés controlada, aranceles)

UNIDAD III CUANTO PRODUCIR Y A QUE PRECIO VENDER EN LAS DIFERENTES ESTRUCTURAS DEL MERCADO Y ALGUNAS APLICACIONES. (12 PERIODOS DE CLASE)

4. ESTRUCTURAS BÁSICAS DE MERCADO.

4.1. Características de las estructuras básicas de mercado.
Por número de Oferentes
Por número de demandantes
Por utilización de publicidad

.

Por productos
Por barreras de entrada y salida
Por ventajas y desventajas que generan socialmente
Por el poder y concentración del mercado

4.2. Fijación de precio y producto (equilibrio de la empresa) en competencia Perfecta.

4.3. Fijación de precio y producto (equilibrio de la empresa) en competencia Monopolística.

4.4.. Fijación de precio y producto (equilibrio de la empresa) en Monopolio.
4.4.1. Poder del monopolio (índice de Lerner, índice de Herfindahl; elasticidad)
4.4.2. Teoría de mercado de Contienda.
4.4.3. Regulación del Monopolio (Control de precios, impuesto de cuantía fija, impuestos por unidad).
4.4.4. Discriminación de precios. (1er, 2do y 3er grado)
4.4.5. Fijación de precios por el Costo más.
4.4.6. Fijación de precios de Carga máxima.

4.5. Fijación de precio y producto (equilibrio de la empresa) en Oligopolio.
4.5.1. Modelo de cartel centralizado.
4.5.2. Modelo de cartel de repartición del mercado
4.5.3. Modelo de liderazgo en los precios
4.5.4. Modelo de Sweezy
4.5.5. Modelo de Cournot
4.5.6. Modelo de Bertránd

BIBLIOGRAFÍA:

1. Call Hollahan, Microeconomía. Editorial Iberoamérica.
2. Leroy Miller Roger. Microeconomía Moderna. Editorial Harla.
3. Maddala y Miller. Microeconomía. Editorial Mc Graw-Hill.
4. Material de Apoyo, para segundo parcial y evaluación final, elaborado por la Cátedra.
5. Rossetti Paschoal. Introducción a la Economía. Editorial Harla.
6. Salvatore Dominick. Microeconomía teoría y 310 Problemas resueltos. Series de compendios Shaum. Editorial Mc Graw-Hill.
7. Schotter Andrew R. Microeconomía un enfoque moderno. Editorial CECSA, primera Edición, México 1996.
8. Scheifler Xavier. Teoría Económica- Microeconomía. Editorial Trillas.
9. S. P. Would, Teoría Microeconómica. Fondo de Cultura Económica.
10. Webb, Samuel C. Economía de la Empresa. Editorial Limusa Noriega.

.

EVALUACIÓN

FECHA	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
	Primer Parcial	
	Segundo Parcial	
	Tercer Parcial	
	Tareas, hojas de trabajos, cortos, etc.	
	Práctica	**25 puntos**
	Total de la Zona	**75 puntos**
	Examen Final	25 puntos
	Nota de Promoción	**100 puntos**

La práctica es de carácter obligatorio y se aprueba con 61% de la nota asignada.