

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA

Unidad Curricular: Microeconomía			Código: 2201		
Objetivo General del Curso: Analizar los planteamientos básicos de la teoría neoclásica referidos al consumo y la producción como herramientas de comprensión del comportamiento de las unidades económicas ante cambios ocurridos en el mercado					
Unidad	Objetivo Terminal	Objetivos Específicos	Contenidos		
			Conceptuales	Procedimentales	Actitudinales
I: Introducción	<ul style="list-style-type: none">Identificar los conceptos y elementos de análisis dentro de la teoría económica	<ul style="list-style-type: none">Reconocer a la Economía como ciencia de la escasezDistinguir los conceptos de Microeconomía y MacroeconomíaDescribir los elementos del análisis MicroeconómicoIdentificar el Modelo del Flujo circular del ingreso	<ul style="list-style-type: none">✓ Reconocimiento del concepto de escasez✓ Identificación de los conceptos de Microeconomía y Macroeconomía✓ Tipos de análisis Microeconómico✓ Modelo del Flujo circular del ingreso	<ul style="list-style-type: none">✓ Construcción a partir de la información previa de los participantes del concepto de Escasez✓ Descomposición de los conceptos de Microeconomía y Macroeconomía✓ Representación a través de esquemas gráficos del Modelo del Flujo circular del ingreso	<ul style="list-style-type: none">✓ Valoración de la expresión oral y escrita de los participantes✓ Preocupación por la puesta en practica de los términos en situaciones de la realidad✓ Concientización de la importancia de la Microeconomía
II: Teorías del Comportamiento del Consumidor	<ul style="list-style-type: none">Examinar los factores que explican el comportamiento del consumidor	<ul style="list-style-type: none">Reconocer los conceptos básicos de las Teorías del Comportamiento del consumidorComprender los aspectos básicos de la Teoría de la Utilidad	<ul style="list-style-type: none">✓ Definición de Utilidad y el Principio de Utilidad Marginal Decreciente✓ Reconocimiento de las Curvas de Indiferencia, Propiedades, Tasa Marginal de Sustitución,	<ul style="list-style-type: none">✓ Representación gráfica de la Utilidad Total y Marginal, y las Curvas de Indiferencia✓ Estimación de la Tasa Marginal de Sustitución✓ Construcción de la condición de equilibrio del	<ul style="list-style-type: none">✓ Valoración de la expresión oral y escrita de los participantes✓ Preocupación por la puesta en practica de los términos en situaciones de la realidad✓ Valoración del comportamiento

		Cardinal <ul style="list-style-type: none"> • Expresar los elementos de la Teoría Ordinal de la Utilidad • Enunciar la Teoría de las Preferencias Reveladas 	Restricción Presupuestaria, Condición de equilibrio	consumidor	del consumidor en la toma de decisiones
III: La Demanda del Mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los aspectos que determinan la Demanda del Mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar la Demanda del Mercado • Analizar la Elasticidad de la Demanda 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reconocimiento de las curvas de Demanda Individual y de Mercado ✓ Distinguir los tipos de Elasticidad de la Demanda 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estimación de la Demanda ✓ Representación gráfica de la Curva de Demanda Individual y de Mercado ✓ Estimación de las Elasticidades de la Demanda 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valoración de la expresión oral y escrita de los participantes ✓ Preocupación por la puesta en práctica de los términos en situaciones de la realidad ✓ Consideración de la importancia de la Demanda y su Elasticidad
IV: Teoría de la Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar los aspectos fundamentales de la Teoría de la Producción 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer la maximización del beneficio como objetivo de la producción ante otros objetivos empresariales • Describir las características de la Teoría de la Producción en el corto plazo • Reconocer los 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Objetivos en la Producción de una empresa ✓ Definición de Producción: Total, Media y Marginal ✓ Reconocimiento de las características de la Producción a corto y largo plazo ✓ Explicación de la Teoría de la Producción Conjunta 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejo de los objetivos de producción de una empresa ✓ Estimación de la Producción a corto y largo plazo ✓ Representación gráfica de las curvas de Producción en el corto y largo plazo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valoración de la expresión oral y escrita de los participantes ✓ Preocupación por la puesta en práctica de los términos en situaciones de la realidad ✓ Consideración de la importancia de la Teoría de la producción para el funcionamiento de una empresa

		aspectos básicos de la Teoría de la Producción en el Largo Plazo <ul style="list-style-type: none"> • Explicar la Teoría de la producción conjunta 			
V: Teoría de los Costos	<ul style="list-style-type: none"> • Enunciar los elementos básicos de la Teoría de los Costos 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los Conceptos elementales de la Teoría de los Costos • Explicar la Teoría de los Costos en el corto plazo • Expresar la Teoría de los costos en el Largo Plazo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definición de costos económicos, costos contables, costo de oportunidad ✓ Teoría de los Costos en el corto plazo ✓ Teoría de los Costos en el largo plazo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificación gráfica de las curvas de Costo a corto y largo plazo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valoración de la expresión oral y escrita de los participantes ✓ Preocupación por la puesta en practica de los términos en situaciones de la realidad ✓ Atención a la importancia de la Teoría de los costos para la toma de decisiones empresariales
VI: Introducción a la Teoría de los Mercados	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguir los elementos principales de la Teoría de los Mercados 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los conceptos básicos de la Teoría de los Mercados • Describir las características de los mercados de Competencia Perfecta • Analizar los aspectos generales del mercado bajo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definición de Mercado, Tipos de Mercado: Competencia Perfecta, Monopolio, Oligopolio y Competencia Monopolística ✓ Explicación de las características de los mercados de Competencia Perfecta 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificación de los tipos de Mercado a través de aproximaciones de la realidad ✓ Representación gráfica y estimación de las curvas de Demanda y Oferta, y el equilibrio de los mercados de Competencia 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valoración de la expresión oral y escrita de los participantes ✓ Preocupación por la puesta en practica de los términos en situaciones de la realidad ✓ Cooperación en la construcción de casos que se aproximen a los tipos de

		régimen de Monopolio <ul style="list-style-type: none"> • Explicar la discusión entre Competencia Monopolística y Oligopolio 	✓ Descripción de las características de los mercados bajo régimen de Monopolio	Perfecta y Monopolio <ul style="list-style-type: none"> ✓ Contraste de los conceptos de Competencia Monopolística y Oligopolio 	mercados
--	--	---	--	---	----------

Bibliografía Básica

Nicholson, Walter. (1997). **Teoría Microeconómica**. (Madrid: McGraw-Hill)
Katz Michael y Rosen Harvey. (1995). **Microeconomía**. (Addison-Wesley Iberoamericana)
Pindyck, Robert y Rubinfeld, Daniel. (1998). **Microeconomía**. (Madrid: McGraw-Hill)
Brigham y Pappas. (1978). **Economía y Administración**. (México: McGraw-Hill)

Plan de Evaluación

1. Examen y Quiz. Unidad I, II y III. 35%
2. Examen. Unidad IV y V. 35%
3. Actividad evaluada. Unidad VI. 10%
4. Actividades varias. 20%

Exámenes: revisión del dominio por parte del estudiante de los planteamientos teóricos desarrollados en clases.

Actividad evaluada: Se corresponde a la realización de un informe, un ensayo o una monografía sobre Teoría de los Mercados.

Actividades varias: A realizar a lo largo del semestre a través de análisis críticos, actividades para la casa y ejercicios prácticos.

Profesor: Alberto José Hurtado Briceño, Teléfono: 2401092, E-mail: ajhurtado@ula.ve, <http://webdelprofesor.ula.ve/economia/ajhurtado/>

Horas de consulta: de Lunes a Jueves de 10:00 a.m. a 12 m. o mediante previa cita vía e-mail.