

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA
INGENIERIA EN MARKETING
PLAN 2008
PROGRAMA DE ESTUDIO

Resolución 24/21/15-00 Acta 1203/07/10/2024 - ANEXO 02

I. - IDENTIFICACIÓN

1. Asignatura	: Microeconomía
2. Semestre	: Séptimo
3. Horas semanales	: 6 horas
3.1. Clases teóricas	: 3 horas
3.2. Clases prácticas	: 3 horas
4. Total real de horas disponibles	: 96 horas
4.1. Clases teóricas	: 48 horas
4.2. Clases prácticas	: 48 horas

II. - JUSTIFICACIÓN

La asignatura pretende demostrar los instrumentos microeconómicos que permiten a los agentes económicos el aprovechamiento eficiente de los recursos disponibles en función a las necesidades individuales. Los consumidores, a través de sus herramientas, buscarán la máxima satisfacción en las actividades económicas. Resalta la importancia de los factores productivos disponibles en la Economía, recursos naturales, trabajo capital, empresas y un componente tan impactante en este momento, lo representa el tiempo necesario para generar ingresos, administrarlos y satisfacer las demandas en función a las prioridades.

Se pretende generar pensamiento que permita establecer las condiciones necesarias para generar bienes y servicios que requiera el mercado, buscando operar siempre sobre la base de una ganancia racional. Se demostrará el significado del mercado competitivo, o perfecto regulado por la oferta y la demanda y la competencia imperfecta con sus respectivos componentes monopolio, duopolio, oligopolio y competencia monopolística. El nuevo modelo desarrollado en la actualidad es la Economía Social de Mercado, en donde el Estado y el mercado muy estrechamente ejercen actividades de acuerdo a su competencia, cambiando o modificando lo que fue la Economía centralizada o planificada, estrechamente vinculada a la labor del Estado.

III. - OBJETIVOS

1. Conocer los fenómenos que estudia la Microeconomía.
2. Resaltar la importancia de los componentes microeconómicos oferta, demanda y precios de bienes y servicios.
3. Conocer los problemas fundamentales microeconómicos y las formas de solucionarlos.
4. Resaltar que el estudio microeconómico es un estudio detallado, desgarrado, por lo tanto, se adecua a la realidad con mucha aproximación, a pesar de formar parte de las ciencias sociales y ser tan cambiantes.
5. El aporte microeconómico será vital imprescindible para el educando, ya que cualquier actividad que despliegue tanto en el sector público y privado tendrá que tener en cuenta los medios públicos disponibles y las demás necesidades.
6. Analizar los problemas microeconómicos existentes en la actualidad.
7. Conocer y aplicar modelos representativos que permitan indicar los puntos de equilibrio entre oferentes y demandantes.
8. Observar el impacto en el presupuesto de los agentes económicos de la aplicación de los impuestos y subsidios gravados a los precios de los bienes y servicios.
9. Resaltar la gran relación interdisciplinaria entre lo que representa el marketing, que crea o despierta el interés y mantiene el atractivo de un bien o servicio en el consumidor y la microeconomía que busca sostener a través de los costos, ingresos y beneficios para el empresario.

IV. - PRE-REQUISITO

1. Política de Empresa

V. - CONTENIDO

5.1. Unidades programáticas

1. Microeconomía.
2. Oferta y Demanda.
3. Consumidor.
4. Función utilidad.
5. Elasticidad.
6. Productor.
7. Mercado de competencia perfecta e imperfecta.

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

1. Microeconomía
 - 1.1. Nociones de la Microeconomía. Origen de la ciencia económica: pensamiento clásico y pensamiento socialista.
 - 1.2. Microeconomía – componentes – Método costo – Beneficios en la toma de decisiones.



- 1.3. Factores productos: naturaleza, trabajo, capital, empresas.
- 1.4. Bienes libres y bienes económicos.
- 1.5. Tipos de economías.
2. Oferta y Demanda
 - 2.1. Oferta y demanda: cambios en la cantidad ofertada y demandada.
 - 2.2. Curvas de oferta y demanda.
 - 2.3. Equilibrio entre cantidad y precio: gráficos.
 - 2.4. Ajuste al equilibrio: gráficos.
 - 2.5. Determinantes de la oferta y la demanda. Factores que desplazan puntos gráficos.
 - 2.6. Ejercicios de aplicación con los efectos de los impuestos, subsidios en la oferta y la demanda. Demostraciones matemáticas, formulas.
3. Consumidor
 - 3.1. Elección racional del consumidor.
 - 3.2. Conjunto de oportunidad.
 - 3.3. Desplazamientos de la restricción presupuestaria: rentas y precios. Demostraciones gráficas. Distintos casos.
 - 3.4. Restricciones presupuestarias quebradas.
 - 3.5. Preferencias del consumidor. Características.
 - 3.6. Curvas de indiferencias. Demostración gráfica de cada una.
 - 3.7. Paquete más asequible.
 - 3.8. Solución de esquina.
 - 3.9. Ejercicios de aplicación.
4. Función Utilidad
 - 4.1. Aplicación de la función utilidad. Utilidad marginal. Utilidad total. Utilidad ordinal. Utilidad cardinal. Utilidad media.
 - 4.2. Demostraciones gráficas. Aplicación práctica. Demostración matemática.
 - 4.3. Demanda individual y de mercado.
 - 4.4. Curva precio consumo, curva renta consumo. Demostraciones gráficas. Aplicación práctica.
 - 4.5. Curva de Engel. Casos. Gráficos.
 - 4.6. Efecto renta y efecto sustitución: según Hicks, inferior y Giffen.
 - 4.7. Incertidumbre y la conducta de los consumidores.
5. Elasticidad
 - 5.1. Elasticidad. Demostraciones matemáticas. Formulas.
 - 5.2. Precio de la demanda y oferta: propiedades, casos, gráficos.
 - 5.3. Elasticidad y gasto total e ingreso total. Ejercicios de aplicación. Gráficos.
 - 5.4. Determinantes de la elasticidad precio de la demanda.
 - 5.5. Elasticidad precio cruzadas: bienes sustitutos y complementarios. Ejercicios de aplicación. Gráficos.
6. Productor
 - 6.1. Costos e ingresos de producción de las empresas.
 - 6.2. Demostraciones matemáticas de los diferentes costos e ingresos de producción.
 - 6.3. Costos a corto plazo.
 - 6.4. Función producción.
 - 6.5. Rendimientos de escala.
 - 6.6. Producción total y la producción marginal.
 - 6.7. Demostraciones matemáticas y gráficas de las etapas de producción y el beneficio marginal.
 - 6.8. Producción y costos a largo plazo.
7. Mercado de Competencia Perfecta e Imperfecta.
 - 7.1. Mercado de competencia perfecta. Características.
 - 7.2. Beneficio máximo en la empresa competitiva. Cuadro matemático y demostraciones gráficas.
 - 7.3. Punto al mínimo costos y punto de cierre de la empresa. Cuadro matemático y demostraciones gráficas.
 - 7.4. Mercado en competencia imperfecta. Características.
 - 7.5. Clases de competencia imperfecta: monopolio Duopolio, Duopolio y competencia monopolística.
 - 7.6. Fallas de mercado y la asimetría de la información.
 - 7.7. Fijación y discriminación de precios.
 - 7.8. Teoría de los juegos. Dilema de los prisioneros y capitalistas.
 - 7.9. Maximización del beneficio en competencia imperfecta. Demostraciones matemáticas. Graficas y Ejercicios de aplicación.

VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

1. Clases magistrales
2. Clases prácticas.
3. Resolución individual de ejercicios.
4. Presentación de trabajos individual y grupal.
5. Defensa personal oral de trabajo individual.

VII. - MEDIOS AUXILIARES

1. Pizarra, pinceles, borradores.
2. Proyector multimedia.
3. Textos de apoyo.
4. Investigación por internet.



VIII. - EVALUACIÓN

1. La evaluación se realizará de acuerdo a las Reglamentaciones y Normativas vigentes en la Facultad Politécnica.

IX. - BIBLIOGRAFÍA

- Dominick, S. (2009). *Microeconomía Schaum*. (4° Ed.). Mc. Graw Hill
- Frank, R. H. (2009). *Microeconomía Intermedia*. (7° Ed.) México: Mc Graw Hill
- Frank, R. H. (2009). *Microeconomía intermedia: análisis y comportamiento económico*. (7° Ed.). México: McGraw-Hill
- Krugman, P. R., Obstfeld, M. & Melitz, M. J. (2012). *Economía internacional: teoría y política*. (9° Ed.). Madrid: Pearson Educación
- Mochón Morcillo, F. (2010). *Principios de economía*. (4° Ed.) Madrid: McGraw-Hill.
- Pindyck, R. S. & Rubinfeld, D.L. (2009). *Microeconomía*. (7° Ed.) Madrid: Pearson Prentice Hall
- Salvatore, D. (2009). *Microeconomía*. (4° Ed.). México: Mc Graw Hill Education.
- Samuelson, P. A. & Nordhaus, W. D. (2010). *Economía con aplicaciones a Latinoamérica*. (19° Ed.). México: McGraw-Hill.
- Varian, H. R. (2010). *Microeconomía intermedia: un enfoque actual*. (8° Ed.). Barcelona: Antoni Bosch Editor

