



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Nombre de la Asignatura: MICROECONOMÍA 0

a) Generalidades:

		Código:	MIC 0	Duración del Ciclo en Semanas:	16
Prerrequisito (s):	IEC 0	Ciclo Académico:	III	Duración /Horas Clase Minutos:	50 Minutos
		Área curricular:	Profesional	Número /Horas Clase por Ciclo:	64
		U.V.:	3	Horas Teóricas/ Semanales:	3
				Horas Prácticas/ Semanales:	1

b) Descripción de la Asignatura:

La asignatura muestra las herramientas teóricas básicas de la Microeconomía y su aplicación al ámbito empresarial y sectorial. Se requiere la participación activa e informada por parte de los estudiantes, para mayor aprovechamiento.

c) Objetivos Generales de la Asignatura:

Cognitivo:

Identificar el comportamiento racional de los agentes económicos individuales, a fin que sirva para establecer estrategias efectivas en el ámbito empresarial, tales como: prospección de mercados, fijación de precios, identificación de competidores directos e indirectos, expansión o contracción, entre otras.

Procedimental:

Aplicar las herramientas teóricas básicas al análisis de problemas de la empresa y la industria.



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Actitudinal:

Apreciar la importancia de utilizar información objetiva y metodología ordenada para la toma de decisiones en la empresa.

d) Contenidos:

UNIDAD I: ASPECTOS INTRODUCTORIOS SOBRE MICROECONOMÍA

Contenidos:

- 1.1 Definición y ubicación conceptual
 - 1.1.1 ¿Qué es la Microeconomía?
 - 1.1.2 Microeconomía vs. Macroeconomía
 - 1.1.3 Importancia de la Microeconomía
- 1.2 Análisis microeconómicos
 - 1.2.1 Análisis positivo versus análisis normativo
 - 1.2.2 Estática comparativa y dinámica
 - 1.2.3 Equilibrio parcial y general
 - 1.2.4 Análisis de corto y de largo plazo
- 1.3 Oferta y Demanda
 - 1.3.1 Demanda individual. Ley de la Demanda, excepciones. Demanda de mercado. Determinantes.
 - 1.3.2 Oferta individual. Ley de la Oferta. Oferta de mercado. Determinantes.
 - 1.3.3 Equilibrio de mercado
- 1.4 Medidas de elasticidad
 - 1.4.1 La elasticidad: concepto y aplicaciones
 - 1.4.2 Elasticidad-precio de la Oferta y la Demanda
 - 1.4.3 Elasticidad-ingreso de la Demanda
 - 1.4.4 Elasticidad cruzada de la Demanda
 - 1.4.5 Aplicaciones de los conceptos de la elasticidad

UNIDAD II: TEORÍA DEL CONSUMIDOR

Contenidos:

- 2.1 Las preferencias
 - 2.1.1 Supuestos de las preferencias
 - 2.1.2 Curvas de indiferencia
 - 2.1.3 Función de utilidad
 - 2.1.4 Utilidad marginal y Tasa Marginal de Sustitución (TMS)



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

- 2.2 Restricción presupuestaria
- 2.3 Maximización de la satisfacción
- 2.4 Excepciones
- 2.5 Elección óptima y Demanda
 - 2.5.1 Construcción de la Demanda a partir de la curva de precio-consumo
 - 2.5.2 Construcción de la curva de Engel a partir de la curva de ingreso-consumo
- 2.6 Efecto sustitución y efecto ingreso
 - 2.6.1 Significado
 - 2.6.2 Compensación a la Slutsky
 - 2.6.3 Compensación a la Hicks
 - 2.6.4 Casos especiales

UNIDAD III: TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN Y COSTOS

Contenidos:

- 3.1. ¿Qué es la producción?
 - 3.1.1. Paradigma neoclásico
 - 3.1.2. Categorías de insumos
 - 3.1.3. Horizontes de tiempo en la producción
- 3.2. Función de producción
 - 3.2.1. Definición
 - 3.2.2. Función de producción de corto plazo
 - 3.2.2.1. Eficiencia técnica y asignativa, eficacia
 - 3.2.2.2. Ley de Rendimientos Marginales Decrecientes
 - 3.2.2.3. Condición de optimalidad
 - 3.2.3. Función de producción de largo plazo
 - 3.2.3.1. Curva isocuanta: definición, propiedades, casos especiales
 - 3.2.3.2. Tasa Marginal de Sustitución Técnica (TMST)
 - 3.2.3.3. Recta isocostos
 - 3.2.3.4. Optimización a largo plazo: con meta de producción y con presupuesto fijo
 - 3.2.3.5. Método del Lagrangiano
 - 3.2.4. Rendimientos a escala
 - 3.2.4.1. Concepto
 - 3.2.4.2. Tipos
 - 3.2.4.3. Medición de los rendimientos a escala: elasticidades-insumo, elasticidad-producto
 - 3.2.4.4. Función Cobb-Douglas



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

3.3. Costos

- 3.3.1. Importancia de su análisis
- 3.3.2. Principio de decisión
- 3.3.3. Costos vs. Gastos
- 3.3.4. Costo de oportunidad
- 3.3.5. Costos implícitos versus explícitos: El enfoque económico de los costos
- 3.3.6. Costos relevantes versus irrelevantes: costos fijos, costos hundidos, costos de especificidad
- 3.3.7. Función de costos
 - 3.3.7.1. Definición
 - 3.3.7.2. Función de costos de corto plazo: costos totales, relaciones medias y marginales, optimalidad, relación con la producción.
 - 3.3.7.3. Función de costos de largo plazo
 - 3.3.7.3.1. Naturaleza
 - 3.3.7.3.2. Economías y deseconomías de escala: definición, causas, fuentes,
 - 3.3.7.3.3. Economías de alcance
 - 3.3.7.4. Factores importantes al estimar costos
 - 3.3.7.5. Técnicas de análisis de costos

UNIDAD IV: ESTRUCTURAS DE MERCADO

Contenidos:

- 4.1. La empresa
 - 4.1.1. ¿Por qué existe la empresa?: Paradigma de la Economía de la Organización
 - 4.1.1.1. Introducción a los costos de transacción
 - 4.1.1.2. Fallas de mercado
- 4.2. El mercado
 - 4.2.1. Origen y concepto
 - 4.2.2. Tipos: mercado de productos y de recursos
 - 4.2.3. Evaluación de coyuntura y tendencias
- 4.3. Estructuras de mercado
 - 4.3.1. Competencia perfecta
 - 4.3.1.1. Supuestos del modelo e implicaciones
 - 4.3.1.2. Condición de optimalidad a corto y a largo plazo
 - 4.3.1.3. Punto de cierre
 - 4.3.1.4. Largo plazo con costos constantes y con costos crecientes



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

- 4.3.1.5. Excedente del consumidor y del productor, peso muerto
- 4.3.1.6. Renta económica
- 4.3.2. Monopolio
 - 4.3.2.1. Supuestos del modelo e implicaciones
 - 4.3.2.2. Condición de optimalidad a corto y a largo plazo
 - 4.3.2.3. Mark-up
 - 4.3.2.4. ¿Por qué la Competencia Perfecta es preferible al Monopolio? Comparación de excedentes del consumidor.
 - 4.3.2.5. Barreras de entrada: concepto y tipos
 - 4.3.2.6. Monopolio natural: características y regulación sugerida
 - 4.3.2.7. Discriminación de precios: primer grado, segundo grado y tercer grado
- 4.3.3. Competencia monopolística
 - 4.3.3.1. Supuestos e implicaciones del modelo
 - 4.3.3.2. Optimalidad a corto y a largo plazo
 - 4.3.3.3. Aplicaciones: Estrategia del océano azul y técnica de mapas perceptuales
- 4.3.4. Oligopolio
 - 4.3.4.1. Supuestos e implicaciones del modelo
 - 4.3.4.2. Ciclo de vida de la industria: Implicaciones de cada etapa
 - 4.3.4.3. Modelos de oligopolio
 - 4.3.4.3.1. Modelos de coordinación/cooperación: acuerdo colusivo (cártel) y líder-seguidor
 - 4.3.4.3.2. Modelos con rigidez de precios: Demanda quebrada y competencia espacial
 - 4.3.4.3.3. Modelos de interacción: Cournot y Bertrand

e) Estrategia Metodológica:

La asignatura está diseñada para desarrollarse en un 75% en horas teóricas, evaluándose por medio de exámenes y controles de lectura, y un 25% en horas prácticas, evaluadas por trabajos prácticos en los cuales se evaluará el desempeño mediante lo cual el estudiante demostrará sus conocimientos, habilidades y destrezas, tales como: tareas ex aula, dinámicas grupales, entre otros.



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	Número de ejemplares en biblioteca
Microeconomía (versión para Latinoamérica)	Michael Parkin	Pearson	México	2006	6
Economía de empresa	Paul Keat y Philip Young	Pearson	México	2004	2
Principios de microeconomía	Karl Case y Ray Fair	Pearson	México	2008	6
Microeconomía	Paul A. Samuelson y William D. Nordhaus	McGraw Hill	México	2004	3