

**Programas de Asignatura
MICROECONOMÍA**

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS					
2. Carrera	INGENIERÍA COMERCIAL					
3. Código del ramo	ECE212					
4. Ubicación en la malla	II año, II semestre					
5. Créditos	10					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas	0	Ayudantía	1
9. Horas académicas	Clases	68		Ayudantía	34	
10. Pre-requisito	Principios de microeconomía/ Cálculo I					

B. Aporte al Perfil de Egreso

El perfil de egreso de la carrera señala que el egresado debe ser un profesional formado en el campo de la administración y con la comprensión de la economía a nivel nacional y mundial. La asignatura persigue incorporar al alumno en el estudio de la microeconomía, mediante el desarrollo de modelos matemáticos para entender la conducta de los agentes económicos, utilizando las teorías pertinentes y las aplicaciones respectivas.

Esta asignatura pertenece al ciclo “Bachillerato” y al área de formación denominada “Economía”. Promueve en el alumno, el desarrollo de las Competencias Genéricas: “Eficiencia” y “Visión Analítica”.

C. Objetivo de Aprendizaje General de la asignatura

Analizar y reflexionar sobre los problemas de incentivos a los que se enfrentan los agentes económicos, y cómo éstos interactúan en el mercado mediante sus decisiones.

Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico

** This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester**

D. Unidades de Contenido y Objetivos de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Objetivos de Aprendizaje
<p>Unidad I: Teoría del Consumidor y la Demanda.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Curvas de indiferencia. 2. Tasa Marginal de Sustitución. 3. Restricción presupuestaria. 4. Óptimo del Consumidor. 5. La demanda del Consumidor: ordinaria (marshaliana) y hicksiana (compensada). 6. Efecto renta y efecto sustitución. Bien normal, inferior y Giffen (ecuación de Slutsky). 	<p>Explicar el modelo básico del comportamiento del consumidor, maximizando funciones de utilidad sujetas a restricciones.</p> <p>Identificar los efectos precio e ingreso presente ante cambios en los precios relativos y deducirá (gráfica y matemáticamente) las respectivas demandas individuales marshaliana (ordinaria) y hicksianas (compensada), identificando un bien normal, inferior y Giffen.</p>
<p>Unidad II: Teoría de la Firma y la Oferta.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La función de producción. Funciones de producción homogéneas y los rendimientos a escala. Función de producción Cobb Douglas, y de proporciones fijas. 2. La función de producción a corto plazo: el producto total, medio y marginal y la ley de los rendimientos marginales decrecientes. 3. La función de producción de largo plazo: Isocuantas, tasa marginal de transformación entre los factores, isocostos, minimización del costo total de producción de una cantidad dada. 4. La función de costo total a corto y largo plazo. Costo medio y costo marginal. 	<p>Explicar el modelo básico de la teoría de la firma con dos factores variables, maximizando funciones de producción sujetas a restricciones.</p> <p>Identificar y analizar las funciones de producción homogéneas y los retornos a escala.</p> <p>Reconocer y diferenciar la función de producción de corto plazo y el producto medio y marginal del trabajo y la ley de los rendimientos marginales decrecientes del factor.</p> <p>Diferenciar y analizar la función de costo total, el costo medio y el costo marginal.</p>
<p>Unidad III: Aplicaciones de las teorías del consumidor y productor.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Demanda de Factores por parte de las Empresas. Revisar sólo casos bajo competencia perfecta. Ver estática comparativa en el mercado del trabajo. 2. Oferta de trabajo: modelo Ocio-Consumo. Poner énfasis en la aplicación de la ecuación de Slutsky. 3. Capital: Modelo de consumo intertemporal. Poner énfasis en una aplicación de maximización. 	<p>Conectar la Teoría microeconómica vista en principios de microeconomía y Microeconomía con aplicaciones específicas de los modelos.</p> <p>Identificar como la teoría de precios explica la dinámica en la decisión de contratar, trabajar y ahorrar.</p>

Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico

** This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester**

E. Estrategias de Enseñanza

El curso se estructura en base a diversas metodologías:

1. Trabajos grupales y desarrollo de guías de aprendizaje en grupos.
2. Clases expositivas complementadas con charlas de expertos.
3. Juego de roles mediante simulaciones microeconómicas, donde el alumno trabaje en equipo, desempeñe diferentes actividades y tome decisiones.

La metodología de enseñanza incluirá el desarrollo de trabajos prácticos, procurando fomentar las competencias propias de la asignatura mediante el trabajo en equipo, el debate y la reflexión en torno a los temas tratados.

F. Estrategias de Evaluación

La evaluación de la asignatura se fundamentará en diversas actividades de evaluación continua y en un examen final que evaluarán el grado de consecución de las distintas competencias trabajadas durante el semestre académico.

Los estudiantes conocerán con anticipación éstos procedimientos y criterios de evaluación por parte del docente responsable de la asignatura.

Evaluaciones	Porcentaje
Certamen 1	
Certamen 2	
Exposiciones, Controles, Trabajos o Ensayos	
Examen	
TOTAL	

Requisito de asistencia: este curso tiene como requisito que el estudiante tenga un 75% de asistencia.

G. Recursos de Aprendizaje

BIBLIOGRAFÍA

Obligatoria

- MICROECONOMÍA INTERMEDIA; Hall Varian. Quinta Edición, editor Antoni Boch, 1991.
- TEORÍA DE LOS PRECIOS Y SUS APLICACIONES; Peter Pashigian. Editorial McGraw Hill, 1996.

Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico
** This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester**

- TEORIA

MICROECONÓMICA: PRINCIPIOS BÁSICOS Y APLICACIONES; Walter Nicholson. Sexta Edición, Editorial Mc Graw Hill, 1997.

Complementaria

- TEORÍA DE LOS PRECIOS Y SUS APLICACIONES; Jack Hirshleifer. Quinta Edición, Editorial Prentice Hall, Mexico, 1994.
- TEORÍA DE PRECIOS, Ernesto Fontaine. Segunda Edición. Ediciones Universidad Católica de Chile, Santiago, 1990.
- MICROECONOMÍA Y CONDUCTA, Robert Frank. Editorial McGraw Hill, 1992.