



| ACADEMIA DE ECONOMÍA | | | | | |
|----------------------|------------------------------|--|--------------------------|---|-------------|
| I | NOMBRE DE LA MATERIA | ECONOMÍA I | | | |
| | TIPO DE ASIGNATURA | Curso Taller | CLAVE | I5087 | |
| II | CARRERA | Lic. en Administración y Lic. en Tecnologías de la Información | | | |
| | ÁREA DE FORMACIÓN | Básica Común Obligatoria | | | |
| III | PRERREQUISITOS | Ninguno | | | |
| IV | CARGA GLOBAL TOTAL | 80 | TEORÍA | 40 | PRÁCTICA 40 |
| V | VALOR EN CRÉDITOS | 8 | | | |
| | FECHA DE CREACIÓN | | PROFESORES PARTICIPANTES | | |
| | FECHA DE ÚLTIMA MODIFICACIÓN | Julio 2023 | PROFESORES PARTICIPANTES | Mtro. Angel Enrique Carrillo Picón Mtra. Maria Eloisa Hernandez Campos | |
| | FECHA DE EVALUACIÓN | | | | |

VI. FUNDAMENTACIÓN

Proporcionará al estudiante de las ciencias económico-administrativas las herramientas de análisis económico con fundamentos teóricos de la microeconomía. Incidirá de manera trascendental en la formación del futuro profesionista con capacidad para el análisis y toma de decisiones

OBJETIVOS PARTICULARES:

Comprender el comportamiento del consumidor individual como reflejo de sus preferencias de consumo y sus repercusiones en la demanda del mercado.

- Identificar los aspectos teóricos de la demanda y oferta que interactúan en el mercado.
- Analizar la formación de los precios como interacciones entre la oferta y la demanda del mercado y a partir de ello definir estrategias hacia adentro de la empresa.
- Analizar la conducta de las empresas en cuanto a decisiones de producción y contratación de factores de producción en base a las herramientas teóricas aprendidas en clase.
- Analizar el comportamiento de las empresas conforme se van sustituyendo las condiciones del mercado de referencia llamado Mercado de Competencia Perfecta e imperfecta.



VII. CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Introducción a la ciencia económica: (6 horas)

- 1.1 Conceptos básicos
- 1.2 Microeconomía y Principios Básicos

Unidad II: Teoría de la Oferta y la Demanda: (18 horas)

- 2.1 Panorama general de la demanda
- . 2.2 Demanda individual
- . 2.3 Función, tabla y gráfica
- . 2.4 Ley de la demanda
- . 2.5 Cambios en la curva de demanda
- . 2.6 Demanda de mercado
- . 2.7 La oferta individual
- . 2.8 Función, tabla y gráfica
- . 2.9 Generalidades de la oferta
- . 2.10 Cambios en la curva de la oferta
- . 2.11 Oferta de mercado
- . 2.12 Equilibrio
- . 2.13 Elasticidad

Unidad III: Utilidad y demanda (8 horas)

- 3.1 Utilidad, total, marginal y media
- 3.2 Pronósticos de la teoría de la utilidad marginal.

Unidad IV: Posibilidades, preferencias y elecciones (12 horas)

- 4.1 Posibilidades de consumo y ecuación del presupuesto
- . 4.2 Preferencias y curvas de indiferencia
- . 4.3 Tasa marginal de sustitución
- . 4.4 Efecto sustitución y efecto ingreso
- 4.5 Equilibrio del consumidor

Unidad V: Teoría de la Producción: (12 horas)

- . 5.1 La empresa y su problema económico
- . 5.2 Función de Producción
- . 5.3 Producto total, marginal y medio



- . 5.4 Formas de las curvas
- . 5.5 Etapas de la producción
- . 5.6 Producción con dos insumos variables, Isocuantas

Unidad VI: Costos de Producción (12 horas)

- . 6.1 Costos a corto plazo
- . 6.2 Costos a largo plazo
- . 6.3 Curvas de costo total, fijo y variable
- . 6.4 Curvas de costo unitario y promedio

Unidad VII: Los mercados y el entorno competitivo (12 horas)

- . 7.1 Competencia perfecta
- . 7.2 Competencia imperfecta
- . 7.3 Sistemas económicos vigentes

VIII. MODALIDAD DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Presencial con apoyo en plataforma google classroom

Metodología:

- Aprendizaje basado en problemas. (Casos prácticos)
- Estudio de casos
- Aprendizaje basado en proyectos

Estrategias didácticas:

Apertura: lluvia de ideas, debates, reporte de lecturas a partir de organizadores gráficos (cuadro sinóptico, mapa conceptual, etc.)

Desarrollo: exposición del docente o educandos involucrando en el proceso de enseñanza-aprendizaje las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y a las Tecnologías del



Aprendizaje y Conocimiento (TAC); que permitan la integración de saberes y faciliten la comunicación mediante la elaboración de productos compartidos.

Cierre: estudio de caso, resolución de ejercicios prácticos y elaboración de productos académicos para el proyecto integrador (idea de negocio).

IX. BIBLIOGRAFÍA

| Autor(es) | Título | Editorial | Año | URL o biblioteca digital donde está disponible (en su caso) |
|--|--|-------------------|------|---|
| Mankiw Gregory | Microeconomía. Versión Para América Latina | Cengage Learning | 2021 | ISBN-13:978-6075700144 |
| Austan Goolsbee, Steven Levitt, Chad Syverson | Microeconomía | Editorial Reverté | 2015 | ISBN: 9788429194371 URL: BIBLIOTECA: |
| DOMINICK SALVATORE | Microeconomía | MCGRAW HILL | 2016 | ISBN-10 : 968422995X ISBN-13 : 978-9684229952 |
| Krugman, Paul Well R. | Microeconomía | PEARSON | 2015 | ISBN: 978-607-442-966-4 URL: BIBLIOTECA: |

X. CONOCIMIENTOS, APTITUDES, ACTITUDES, VALORES, CAPACIDADES Y HABILIDADES QUE EL ALUMNO DEBE ADQUIRIR

Tendrá las habilidades interpersonales y principios éticos para tomar decisiones, trabajar en equipo, negociar, dirigir y lograr los objetivos organizacionales con apego a las leyes, normas, principios y valores que rigen a la sociedad y la economía.

Será analítico, crítico, reflexivo, capaz de ejercer como empresario, promotor, director, consultor, asesor e investigador; coadyuvando en la solución de problemas de las organizaciones en el entorno económico, político y social.



XI. EL CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL DE LOS CONOCIMIENTOS QUE PROMUEVE EL DESARROLLO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollará el espíritu emprendedor para la innovación en los procesos organizacionales y la generación de nuevas oportunidades de negocio, identificando variables para determinar la demanda de productos y con ello ¿Qué producir? ¿Para quién producir? ¿Factores productivos?, Precio de los productos, etc., incorporando nuevas tecnologías de la información y la comunicación, desde una perspectiva económica, global y sustentable.

XII. PERFIL DEL PROFESOR

Este curso requiere de profesores con conocimientos en el ámbito de Ciencias Económicas Lic. en Economía, Contaduría, Administración o carreras afines; con práctica profesional de economía.

Valores: Ético, Incluyente, Respetuoso, Empático y Responsable.

Habilidades: Toma de Decisiones, Organizado, Proactivo, Comunicativo, Analítico y Reflexivo de los cambios que se presentan en la economía y en la sociedad.

XIII. EVALUACIÓN

Aspectos a evaluar

- Logro de objetivos
- Conocimiento teórico y su aplicación práctica en el contexto real
- Capacidad crítica, analítica, reflexiva y compromiso ético

MEDIOS DE EVALUACIÓN.

Evidencias trabajadas en el desarrollo del programa de la asignatura con la elaboración de diferentes productos (Presentaciones, organizadores gráficos, videos, formularios, resolución de ejercicios prácticos, etc.,) según la rúbrica de evaluación de cada uno de ellos

MOMENTOS DE EVALUACIÓN.

Evaluación continua en diferentes momentos:

- Evaluación diagnóstica
- Evaluación formativa
- Evaluación sumativa
- Autoevaluación y coevaluación



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS LAGOS

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE LA CULTURA REGIONAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES Y DEL DESARROLLO ECONÓMICO

PORCENTAJE DE CADA UNO DE LOS CRITERIOS

| Instrumentos/productos | Ponderación |
|---|--------------------|
| Actividades complementarias (reportes de investigación y casos prácticos) | 30 |
| Producto integrador | 40 |
| Examen(es) parcial(es) | 30 |

XIV. TIPO DE PRÁCTICAS

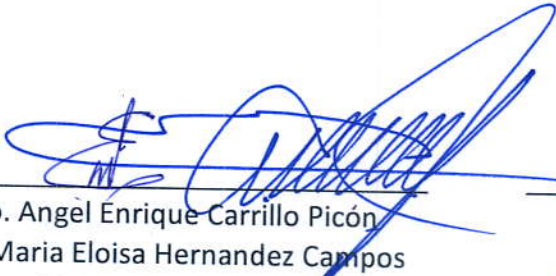
N/A

XV. MAESTROS QUE IMPARTEN LA MATERIA


Mtro. Angel Enrique Carrillo Picón
Mtra. Maria Eloisa Hernandez Campos

XVI. PROFESORES PARTICIPANTES

Mtro. Angel Enrique Carrillo Picón
Mtra. Maria Eloisa Hernandez Campos


Mtro. Angel Enrique Carrillo Picón
Mtra. Maria Eloisa Hernandez Campos
PROFESOR (ES)


Dr. Ray Freddy Lara Pacheco
JEFE DEL DEPARTAMENTO


Mtro. Armando Muñoz Candelas
PRESIDENTE DE ACADEMIA