



**UNCUYO**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE  
**CIENCIAS  
ECONÓMICAS**

## **Programa de Asignatura**

### **Carrera:**

Licenciatura en Economía

### **Plan de Estudio (aprobado por ordenanza):**

Ord 06/2017-CD y Ord 8/2018-CS

### **Espacio Curricular:**

4241 - Microeconomía I / Obligatoria

### **Aprobado por resolución número:**

Res. Nº 253/19 CD

### **Programa Vigente para ciclo académico:**

2020

### **Profesor Titular (o a cargo de cátedra):**

MENDOZA, María Valeria

### **Jefes de Trabajos Prácticos:**

SANSONE, Jorge Alberto

## Características

Área	Periodo	Formato espacio curricular	Créditos
Economía	Primer Cuatrimestre	Teórico-Aplicado	7

### **Requerimiento de tiempo del estudiante:**

Horas clases teoría	Horas clases práctica	Subtotal horas clases	Estudio y/o trabajo autónomo	Actividades de aplicacion	Evaluaciones	Total horas asignatura
29	33	70	154	0	8	224

### **Espacios curriculares correlativos**

Matematica III ,

## **Contenidos**

### **Fundamentos:**

### **Contenidos Mínimos:**

Teoría de la demanda. Decisiones del consumidor. Demanda con ingreso monetario constante y con ingreso real constante. Estática comparativa. Números índices. Introducción de la incertidumbre en la teoría del consumidor. Teoría de la oferta. Decisiones del productor. La firma y la industria. Empresa con varias plantas. Tópicos especiales: programación lineal; progreso técnico y nociones de producción conjunta. Mercados y eficiencia. Repaso del modelo de competencia perfecta. Monopolio, monopsonio, oligopolio. Introducción a la teoría de juegos. Liderazgo de precios por empresa dominante. Competencia monopolística. Introducción al mercado de factores productivos.

### **Competencias Generales:**

Elaborar, validar y aplicar modelos para el abordaje de la realidad y evaluar los resultados  
Plantearse preguntas para la investigación, el pensamiento lógico y analítico, el razonamiento y el análisis crítico  
Tomar decisiones y realizar una gestión eficaz del tiempo  
Capacidad de aprendizaje autónomo  
Capacidad para trabajar con otros en equipo con el objetivo de resolver problemas  
Capacidad para manejar efectivamente la comunicación en su actuación profesional: habilidad para la presentación oral y escrita de trabajos, ideas e informes

### **Competencias Específicas:**

Capacidad para identificar, analizar y explicar los aspectos económicos de los fenómenos sociales y sus interrelaciones  
Capacidad para analizar e interpretar las decisiones económicas individuales y grupales y sus efectos sobre el funcionamiento de la economía  
Capacidad para intervenir en las soluciones requeridas a través del diseño, la comunicación y la implementación de políticas específicas

### **Programa de Estudio (detalle unidades de aprendizaje):**

- Equilibrio de mercado: oferta y demanda
- Excedente del Consumidor y del Productor
- Elasticidades de oferta y demanda
- Elasticidades de corto y largo plazo

#### Unidad 2: Análisis de Mercados Competitivos

- Estática comparativa: desplazamientos de oferta y demanda
  - Traslado horizontal y vertical
- Eficiencia de un mercado competitivo:
  - Eficiencia en la asignación de los recursos
  - Intervención del Estado: control de precios e impuesto y subsidios internos
- Comercio exterior:
  - País tomador de precios internacionales
  - País formador de precios internacionales
  - Intervención del Estado: aranceles a la importación y subsidios a la exportación

## PARTE II: PRODUCTORES y CONSUMIDORES

### Unidad 3: Demanda Individual y de Mercado

- Conducta de los Consumidores:
  - Curvas de indiferencia
  - Restricción presupuestaria
  - Decisión de los consumidores
- Demanda individual:
  - Efecto Ingreso y Efecto Sustitución según Hicks
  - Caso especial: bien de Giffen
- Demanda de mercado: Suma horizontal
- Medidas del cambio en el bienestar de los consumidores:
  - Excedente del consumidor
  - Variación compensatoria

### Unidad 4: La producción y sus Costos

- Isocuantas e Isocosto
- La demanda de un factor productivo: valor producto marginal
- Costo total, medio y marginal
- Relación entre el costo a corto plazo y a largo plazo

## PARTE III: ESTRUCTURA DEL MERCADO

### Unidad 5: Maximización de los Beneficios y Oferta Competitiva

- Demanda del mercado y de la empresa: Ingreso Marginal
- Corto plazo y Largo Plazo:
  - Elección del nivel de producción
  - Oferta de una empresa competitiva
  - Oferta del mercado
  - Beneficio y Excedente del Productor

### Unidad 6: Monopolio y Fijación de Precios

- Decisión de Producción.
- El poder monopólico: regla de fijación de precios
- Costo Social del monopolio.
- Políticas de Precios:
  - Discriminación de precios: primer, segundo y tercer grado
  - Tarifa en dos tramos
  - Venta conjunta de bienes: pura y mixta

## **Metodología**

### **Objetivos y descripción de estrategias pedagógicas por unidad de aprendizaje:**

Unidad 1: Elementos Básicos de la oferta y la demanda

a) Resultados de Aprendizaje

Aplicar la metodología de análisis económico para entender y explicar problemas básicos de precios y mercados.

b) Estrategias de Enseñanza y Aprendizaje

b.1. Técnicas individuales

- Exposición oral del profesor con el propósito de presentar el marco teórico.
- Lectura y estudio independiente de la bibliografía obligatoria.
- Resolución de distintas actividades con el objeto de favorecer el análisis y la comprensión del material bibliográfico.

Unidad 2: Análisis de Mercados Competitivos

a) Resultados de Aprendizaje

Aplicar la metodología de análisis económico para entender y explicar problemas básicos de precios y mercados tanto en economías cerradas como abiertas al comercio internacional, en ausencia y con intervención del Estado.

b) Estrategias de Enseñanza y Aprendizaje

b.1. Técnicas individuales

- Exposición oral del profesor con el propósito de presentar el marco teórico.
- Lectura y estudio independiente de la bibliografía obligatoria.
- Resolución de distintas actividades con el objeto de favorecer el análisis y la comprensión del material bibliográfico.

b.2. Técnicas grupales

- Análisis y discusión de distintos casos propuestos por el docente con el propósito de reflexionar sobre la utilidad de los contenidos a abordar.

Unidad 3: Demanda Individual y de Mercado

a) Resultados de Aprendizaje

Aplicar la metodología de análisis económico para entender y explicar el comportamiento del consumidor y derivar su demanda.

b) Estrategias de Enseñanza y Aprendizaje

b.1. Técnicas individuales

- Exposición oral del profesor con el propósito de presentar el marco teórico.
- Lectura y estudio independiente de la bibliografía obligatoria.
- Resolución de distintas actividades con el objeto de favorecer el análisis y la comprensión del material bibliográfico.

b.2. Técnicas grupales

- Síntesis y exposición de distintos casos de preferencias de los consumidores.

Unidad 4: La producción y sus Costos

a) Resultados de Aprendizaje

Aplicar la metodología de análisis económico para entender y explicar el comportamiento del

productor y derivar su oferta.

b) Estrategias de Enseñanza y Aprendizaje

b.1. Técnicas individuales

- Exposición oral del profesor con el propósito de presentar el marco teórico.
- Lectura y estudio independiente de la bibliografía obligatoria.
- Resolución de distintas actividades con el objeto de favorecer el análisis y la comprensión del material bibliográfico.

b.2. Técnicas grupales

- Análisis y discusión de distintos casos propuestos por el docente con el propósito de reflexionar sobre la utilidad de los contenidos a abordar.

Unidad 5: Maximización de los Beneficios y Oferta Competitiva

a) Resultados de Aprendizaje

Aplicar la metodología de análisis económico para entender y explicar los problemas básicos asociados a mercados de competencia perfecta.

b) Estrategias de Enseñanza y Aprendizaje

b.1. Técnicas individuales

- Exposición oral del profesor con el propósito de presentar el marco teórico.
- Lectura y estudio independiente de la bibliografía obligatoria.
- Resolución de distintas actividades con el objeto de favorecer el análisis y la comprensión del material bibliográfico.

b.2. Técnicas grupales

- Análisis y discusión de distintos casos propuestos por el docente con el propósito de reflexionar sobre la utilidad de los contenidos a abordar.

Unidad 6: Monopolio y Fijación de Precios

a) Resultados de Aprendizaje

Aplicar la metodología de análisis económico para entender y explicar los problemas básicos asociados a mercados monopolísticos.

b) Estrategias de Enseñanza y Aprendizaje

b.1. Técnicas individuales

- Exposición oral del profesor con el propósito de presentar el marco teórico.
- Lectura y estudio independiente de la bibliografía obligatoria.
- Resolución de distintas actividades con el objeto de favorecer el análisis y la comprensión del material bibliográfico.

b.2. Técnicas grupales

- Análisis, discusión, síntesis y exposición de distintos casos de políticas de fijación de precios con el propósito de reflexionar sobre la utilidad e interrelación de los contenidos abordados durante toda la materia.

**Carga Horaria por unidad de aprendizaje:**

Unidad	Horas presenciales teóricas	Horas presenciales de trabajo práctico	Horas presenciales de actividad de formación práctica	Horas de estudio	Horas de trabajo autónomo	Evaluaciones
--------	-----------------------------	--	---	------------------	---------------------------	--------------

Unidad	Horas presenciales teóricas	Horas presenciales de trabajo práctico	Horas presenciales de actividad de formación práctica	Horas de estudio	Horas de trabajo autónomo	Evaluaciones
1	4	1	0	8	0	0
2	8	7	0	40	0	1
3	8	12	0	50	0	2
4	3	2	0	14	0	1
5	3	2	0	12	0	1
6	3	9	0	30	0	3

### **Programa de trabajos prácticos y/o aplicaciones:**

Práctico 1 Unidad 1: Elementos Básicos de la oferta y la demanda

Práctico 1 Unidad 2: Análisis de Mercados Competitivos: Desplazamientos de oferta y demanda

Práctico 2 Unidad 2: Análisis de Mercados Competitivos: Intervención del Estado: control de precios e impuesto y subsidios internos

Práctico 3 Unidad 2: Análisis de Mercados Competitivos: Comercio exterior

Práctico 1 Unidad 3: Demanda Individual y de Mercado: Conducta de los Consumidores - Curvas de indiferencia

Práctico 2 Unidad 3: Demanda Individual y de Mercado: Conducta de los Consumidores - Restricción presupuestaria y Decisión de los consumidores

Práctico 3 Unidad 3: Demanda Individual y de Mercado: Derivación gráfica y matemática de demandas antes distintas preferencias.

Práctico 4 Unidad 3: Demanda Individual y de Mercado: Efecto Ingreso y Efecto Sustitución según Hicks

Práctico 1 Unidad 4: La producción y sus Costos: Isocuantas e Isocosto

Práctico 2 Unidad 4: La producción y sus Costos: Costo total, medio y marginal

Práctico 1 Unidad 5: Maximización de los Beneficios y Oferta Competitiva

Práctico 1 Unidad 6: Monopolio y Fijación de Precios

### **Bibliografía (Obligatoria y Complementaria):**

- Pindyck, R., D. Rubinfeld y V. Beker. Microeconomía, (8va. Ed), Prentice Hall. 2013.
- Variant, H. Microeconomía Intermedia. Un Enfoque Actual, Antoni Bosch, 8ed., 2011.

### **Metodología de enseñanza y aprendizaje:**

Esta asignatura es teórico-aplicada: en sus clases, los docentes desarrollan tanto las explicaciones teóricas como las correspondientes aplicaciones prácticas, resolución de problemas o análisis de casos.

La asistencia a clase no es obligatoria. Se aconseja a los estudiantes participar de las mismas y concurrir a las horas de consulta durante los horarios establecidos.

Las estrategias metodológicas utilizadas son:

Técnicas individuales

- Exposición oral del profesor con el propósito de presentar el marco teórico.

- Lectura y estudio independiente de la bibliografía obligatoria.
- Resolución de distintas actividades con el objeto de favorecer el análisis y la comprensión del material bibliográfico.

#### Técnicas grupales

- Análisis y discusión de distintos casos propuestos por el docente con el propósito de reflexionar sobre la utilidad de los contenidos a abordar.

### **Sistema y criterios de evaluación**

#### De proceso

Se evalúa la asimilación de los contenidos y el cumplimiento de las lecturas aconsejadas a través de distintas actividades individuales y grupales diseñadas para el desarrollo del Curso. En este marco se toman 2 (dos) Parciales y 1 (un) Recuperatorio.

#### De producto

Para aprobar esta asignatura se requiere rendir satisfactoriamente un Examen Final.

En el encabezado de cada pregunta se coloca el puntaje asignado a la misma. Los siguientes criterios son los utilizados a los efectos de valorar el proceso de evaluación:

- correcto uso de los términos técnicos;
- fundamentación adecuada de la respuesta;
- coherencia en el desarrollo del escrito;
- manejo del instrumental gráfico;
- presentación y ortografía

### **Requisitos para obtener la regularidad**

Para obtener la condición de regularidad de la materia, se requiere la aprobación de los exámenes parciales, con un mínimo del 60% del puntaje total en cada examen.

También se podrá alcanzar la regularidad, rindiendo un Examen Integrador, acorde a los requisitos establecidos por la Ord. 18/03 del CD y modif., y deberá obtener un mínimo del 60% del puntaje total.

### **Requisitos para aprobación**

Los estudiantes que obtengan, como mínimo, un 80% del puntaje total de los parciales y de las actividades previstas a realizar en clase promocionan la materia.

Los Alumnos Regulares, para aprobar la materia, deberán obtener en el Examen Final, como mínimo, el 60% del puntaje total.

El puntaje a tomar en cuenta para la nota definitiva de la materia será el mayor de las siguientes opciones:

- Puntaje alcanzado en el Examen Final (se considerará parte de este puntaje al 10% de lo obtenido en cada uno de los exámenes parciales)
- Puntaje ponderado del siguiente modo:

1º Parcial    30%



2° Parcial 30%  
Examen Final 40%

Los Alumnos Libres, para aprobar la materia, deberán aprobar (con el 60%) un Examen Habilitante (de opción múltiple) que los habilitará a rendir el mismo examen de los alumnos regulares. Para aprobar la materia, deberán obtener en dicho Examen Final, como mínimo, el 60% del puntaje total.

La nota definitiva será de acuerdo a la tabla propuesta en Ordenanza 108/10 CS.

RESULTADO	ESCALA NUMERICA	ESCALA CONCEPTUAL
NOTA	%	
NO APROBADO	0	0%
1	de 1% a 12%	
2	de 13% a 24%	
3	de 25% a 35%	
4	de 36% a 47%	
5	de 48% a 59%	
APROBADO	6	de 60% a 64%
7	de 65% a 74%	
8	de 75% a 84%	
9	de 85% a 94%	
10	de 95% a 100%	