



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN  
 PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN



Sistema Escolarizado: Modalidad Presencial  
 Programa de Estudios de la asignatura

**Microeconomía**

<b>Clave</b> 2133	<b>Semestre</b> 1°	<b>Créditos</b> 8	<b>Campo de conocimiento:</b> Economía	
			<b>Eje de formación:</b> Bases fundamentales	
<b>Modalidad</b>	Curso ( X ) Taller ( ) Lab ( ) Seminario ( ) Otros (especificar)		<b>Tipo</b>	T ( X ) P ( ) T/P ( )
<b>Carácter</b>	Obligatorio ( X ) Optativo ( ) Obligatorio E ( ) Optativo E ( )		<b>Horas</b>	
<b>Duración</b> (Número de semanas)	16		<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>
			<b>Teóricas:</b>	4
			<b>Prácticas:</b>	0
			<b>Total:</b>	4
			<b>Teóricas:</b>	64
			<b>Prácticas:</b>	0
			<b>Total:</b>	64

**Seriación**

Ninguna ( X )

Obligatoria ( )

**Asignatura antecedente**

**Asignatura subsecuente**

Indicativa ( )

**Asignatura antecedente**

**Asignatura subsecuente**

**Objetivo general:**

Al finalizar el curso, el alumnado comprenderá la importancia del análisis microeconómico, las herramientas teóricas, las relaciones entre economía y empresa, la teoría microeconómica, los mercados, la oferta y la demanda de bienes y servicios, así como la estructura de costos y la conducta del consumidor, como elementos fundamentales para la toma de decisiones en las organizaciones.

**Objetivos particulares.**

Al finalizar la unidad, el alumnado:

1. Identificará las relaciones entre empresas y economía, para poder estudiar las estructuras de mercado, conocer el funcionamiento de las empresas como oferentes y como demandantes, así como las estructuras de costos de las organizaciones.
2. Identificará el consumo de las familias y su relación con el funcionamiento empresarial en su contexto económico concreto.
3. Conocerá la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción como indicador para mantener el equilibrio económico de la organización.
4. Identificará el rol que desempeña la empresa como oferente dentro del contexto económico.
5. Comparará los diferentes componentes de la oferta y la demanda y su relación con el funcionamiento empresarial en su contexto económico.
6. Identificará los diferentes componentes de las estructuras del mercado económico.

Índice temático			
Unidad	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Empresa y economía	8	0
2	Familia como consumidora (teoría del consumidor)	12	0
3	Costos de producción (teoría del productor 1/2)	12	0
4	La empresa como oferente (teoría del productor 2/2)	12	0
5	Análisis de oferta y demanda	8	0
6	Análisis de las estructuras de mercado	12	0
<b>Total</b>		64	

Estrategias didácticas
<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Exposición</li><li>◦ Trabajo en equipo</li><li>◦ Lecturas</li><li>◦ Trabajo de investigación</li><li>◦ Aprendizaje basado en problemas</li><li>◦ Casos de enseñanza</li><li>◦ Uso de TIC</li></ul>

<b>Evaluación del aprendizaje</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Exámenes parciales</li> <li>◦ Examen final</li> <li>◦ Trabajos y tareas</li> <li>◦ Presentación de tema</li> <li>◦ Participación en clase</li> </ul>	

<b>Perfil profesiográfico del docente</b>	
<b>Título o grado</b>	Licenciatura en Economía o equivalente. Preferentemente con estudios de posgrado en Administración o áreas afines.
<b>Experiencia docente</b>	<p>Mínima de dos años en nivel medio y/o superior.</p> <p>Para profesores(as) de nuevo ingreso:            Haber aprobado el “Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)” que imparte la Facultad de Contaduría y Administración, así como cubrir satisfactoriamente los requisitos impuestos por el departamento de selección y reclutamiento de la Facultad de Contaduría y Administración.</p> <p>Para profesores(as) que ya imparten clases en la Facultad:             Haber participado recientemente en cursos de actualización docente y de actualización disciplinar con un mínimo de 20 horas.</p>
<b>Otras características</b>	Experiencia Profesional mínima de tres años en área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México

<b>Bibliografía básica</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Academia de economía de la FCA-UNAM. (2013). <i>Tópicos actuales de Economía</i>. México: FCA Publishing.</li> <li>◦ Cue, A. (2019). <i>Microeconomía</i>. México: Patria.</li> <li>◦ Cue, A. (2009). <i>Introducción a la microeconomía. Un enfoque integral para México</i>: México: Grupo Editorial Patria.</li> <li>◦ Mankiw, G. (2020). <i>Principios de economía</i>. México: CENGAGE.</li> <li>◦ Mankiw, G. (2021). <i>Microeconomía con aplicaciones para América Latina</i>. México: CENGAGE.</li> <li>◦ Méndez, M. (2011). <i>La Economía en la Empresa</i>. México: Mc Graw Hill.</li> <li>◦ Ramos, M. (2018). <i>Microeconomía. Ejercicios prácticos</i>. México: Pearson Educación</li> </ul>	

<b>Bibliografía complementaria</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Carbaugh, R. (2017). <i>Economía internacional</i>. México: CENGAGE.</li> <li>◦ Cue, M. (2015). <i>Negocios internacionales: En un mundo globalizado</i>. México: Patria.</li> <li>◦ García, C. (2011). <i>Microeconomía para su aplicación en la empresa</i>. México: Trillas.</li> <li>◦ Krugman, P. y Wells R. (2013). <i>Microeconomía 2</i>. México: Reverté.</li> <li>◦ Varian, H. (2007). <i>Análisis microeconómico</i>. España: Antoni Bosch.</li> </ul>	