



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
 FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
 PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN
 SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA (SUAYED)
 Programa de Estudios de la asignatura



Microeconomía

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

Estrategias didácticas

- o Plan de trabajo
- o Asesoría presencial
- o Uso de recursos (material didáctico, PONTE EN LÍNEA)
- o Aprendizaje colaborativo
- o Organizadores gráficos de la información
- o Lecturas de texto académico
- o Elaboración de textos
- o Aprendizaje mediante proyectos (AMP)
- o Aprendizaje basado en el análisis y discusión de casos (ABAC)
- o Ejercicios prácticos

Evaluación del aprendizaje	
	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Exámenes ◦ Actividades de aprendizaje

Perfil profesiográfico del docente	
Título o grado	Licenciatura en Economía o equivalente. Preferentemente con estudios de posgrado en Administración o áreas afines.
Experiencia docente	<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 y de nuevo ingreso: Durante el semestre de incorporación a esta División, deberán acreditar los cursos de inducción que cubran las siguientes temáticas: modelo educativo, planeación didáctica, plataforma educativa, elementos de evaluación y otros que el SUAYED establezca como parte del proceso de integración.</p> <p>Haber participado recientemente en cursos de actualización docente y de actualización disciplinar con un mínimo de 20 horas.</p>
Otras características	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
Bibliografía básica	
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Academia de economía de la FCA-UNAM. (2013). <i>Tópicos actuales de Economía</i>. México: FCA Publishing. ◦ Cue, A. (2019). <i>Microeconomía</i>. México: Patria. ◦ Cue, A. (2009). <i>Introducción a la microeconomía. Un enfoque integral para México</i>: México: Grupo Editorial Patria. ◦ Mankiw, G. (2020). <i>Principios de economía</i>. México: CENGAGE. ◦ Mankiw, G. (2021). <i>Microeconomía con aplicaciones para América Latina</i>. México: CENGAGE. ◦ Méndez, M. (2011). <i>La Economía en la Empresa</i>. México: Mc Graw Hill. ◦ Ramos, M. (2018). <i>Microeconomía. Ejercicios prácticos</i>. México: Pearson Educación 	
Bibliografía complementaria	
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Carbaugh, R. (2017). <i>Economía internacional</i>. México: CENGAGE. ◦ Cue, M. (2015). <i>Negocios internacionales: En un mundo globalizado</i>. México: Patria. ◦ García, C. (2011). <i>Microeconomía para su aplicación en la empresa</i>. México: Trillas. ◦ Krugman, P. y Wells R. (2013). <i>Microeconomía 2</i>. México: Reverté. ◦ Varian, H. (2007). <i>Análisis microeconómico</i>. España: Antoni Bosch. 	