



<b>PROGRAMA ACADÉMICO:</b>	<b>Tecnología en Gestión Contable</b>		
<b>ASIGNATURA:</b>	<b>Microeconomía</b>		
<b>UNIDAD ACADÉMICA O FACULTAD:</b>	<b>Administración y Contaduría</b>		
<b>SEMESTRE:</b>	<b>Tercero</b>		
<b>PRERREQUISITO:</b>	<b>Introducción a la Economía - Cálculo</b>		
<b>INTENSIDAD HORARIA:</b>	<b>Presencial 48</b>	<b>Autónomo 48</b>	<b>Total 96</b>
<b>No. CRÉDITOS:</b>	<b>Dos (2)</b>		

### OBJETIVO DE LA ASIGNATURA

Brindar al estudiante los conceptos y herramientas con las cuales pueda comprender el comportamiento de los agentes económicos de manera individual (consumidor-empresa) por medio de diferentes enfoques y modelos propuestos desde la teoría microeconómica.

### OBJETIVOS ESPECIFICOS

Finalizado el curso el estudiante estará en capacidad de:

- Aplicar y evaluar los conceptos, técnicas y herramientas propias del análisis microeconómico.
- Reconocer la importancia que cumple el estudio de la microeconomía, en términos de la formación integral del Contador Público.
- Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos al análisis de la realidad económica, en particular de los modelos microeconómicos, sistema de precios, la teoría del consumo y la producción, el equilibrio competitivo, los mercados no competitivos, la eficiencia económica y la teoría del bienestar.
- Ser capaces de evaluar críticamente los contenidos de las diversas fuentes de información económica, a los que están expuestos en forma diaria.

### CONTENIDO PROGRAMÁTICO

#### **Sesión 1. Presentación del curso.**

#### **Tema 1. Introducción al análisis microeconómico.**

- 1.1. Conceptos de economía.
- 1.2. Objeto de la economía.
- 1.3. Alcance de la economía.
- 1.4. Fundamento de la economía. Elección y escasez.



**Sesión 2.**

- Funcionamiento del sistema económico.
- Los diferentes tipos de bienes.
- Modelos económicos.
- Análisis de los mercados. Tipos y características.

**Sesión 3. Funcionamiento del mercado.**

- Demanda y oferta y sus determinantes.
- Equilibrio del mercado y alteraciones del equilibrio. El mecanismo de los precios.

**Sesión 4. La elasticidad y su aplicación.**

- La elasticidad de la demanda
- La elasticidad de la oferta.

**Sesión 5. Tema 4 continuación.**

- Elasticidad cruzada de la demanda.
- El ingreso, el gasto y la elasticidad

**Sesión 6.** Primera evaluación. Temas 1-5

**Sesión 7. Tema. Comportamiento del consumidor. Utilidad y preferencias.**

- Conceptos de utilidad.
- La función de utilidad.
- Curvas de indiferencia
- Tasa marginal de sustitución.

**Sesión 8. Tema. Restricción y óptimo del consumidor.**

- La restricción presupuestaria. Recta de presupuesto.
- Las preferencias.
- Elección óptima del consumidor.

**Sesión 9.** Segunda evaluación. Temas 7-8

**Sesión 10. Tema. La conducta de la empresa. Los costos de producción.**

- Definición de empresa.
- Función producción, producto marginal y la ley de los rendimientos decrecientes.
- Los distintos tipos de costos.
- Costos de corto y largo plazo. Representación gráfica.

**Sesión 11. Tema 10 continuación.**

- Costos de oportunidad de una empresa.
- Eficiencia económica.
- Economías de escala.



**Sesión 12.** Tercera evaluación. Temas 10-11

**ESTRATEGIA METODOLÓGICA Y DIDÁCTICA**

La estrategia metodológica propuesta para el desarrollo del curso es la siguiente:

1. Exposición y desarrollo de temas por parte del profesor. Los estudiantes pueden participar por medio de preguntas y experiencias.
2. Los estudiantes realizarán estudio a través de la consulta bibliográfica y realización de lecturas obligatorias.
3. Talleres de aplicación y discusión que permitan comprender los distintos temas.

**EVALUACIÓN**

La evaluación del curso se hará de la siguiente manera:

- Un examen parcial equivalente a un 30%
- Un examen parcial equivalente a un 35%
- Un examen parcial equivalente a un 35%

**BIBLIOGRAFÍA**

- SALVATORE, DOMINICK. MICROECONOMIA. TERCERA EDICION MCT GRAW HILL
- ROGER LEROY MILLER. MICROECONOMIA MODERNA CUARTA EDICION. HARLA
- MOCHON, FRANCISCO. ECONOMIA TEORIA Y POLITICA. TERCERA EDICION MCGRAW HILL
- MICHAEL PARKIN. MICROECONOMIA. Editorial PEARSON
- CASE Y FAIRE. MICROECONOMIA.
- MAURICIO CARDENAS. INTRODUCCION A LA ECONOMIA COLOMBIANA. 3 EDICION. Editorial ALFAOMEGA.