



**Universidad del Magdalena**  
**Vicerrectoría Académica**  
**Formato Microdiseño**

<b>1 IDENTIFICACION</b>			
<b>1.1 Código</b>	<b>1.2 Nombre</b>	<b>1.3 Pre-Requisito</b>	<b>1.4 Co-Requisito</b>
<b>03012001</b>	Microeconomía I	Cálculo Diferencial	N.A.
<b>No. Créditos</b>	<b>HADD</b>	<b>HTI</b>	<b>Proporción HADD:HTI</b>
4	64	128	50% - 1:2
<b>Obligatorio</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>Optativo</b> <input type="checkbox"/>	<b>Libre</b> <input type="checkbox"/>	
<b>Teórico</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>Practico</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>Teórico/Practico</b> <input type="checkbox"/>	
<b>1.5 Unidad Académica Responsable del Curso</b>			
Programa de economía			
<b>1.6 Área de Formación</b>			
Básica disciplinar			
<b>1.7 Componente</b>			<b>No aplica</b> <input type="checkbox"/>
Microeconomía			
<b>1.8 Objetivo General</b>			
<p>Este primer curso del área de microeconomía, se concentra en estudiar los principios de la ciencia económica exige la difusión de los conocimientos emanados desde la economía positiva. La comprensión de los modelos abstractos de microeconomía básica es fundamental para entender el funcionamiento de un mercado de competencia perfecta, prescindir de ellos es privarse de elementos teóricos indispensables en la toma de decisiones económicas</p>			
<b>1.9 Objetivos Específico</b>			
<p>Promover el interés del alumno por el estudio de los mercados desde la perspectiva microeconómica</p> <p>Preparar al estudiante en conocimientos básicos del análisis microeconómico, teórico y práctico.</p> <p>Capacitar al estudiante en la aplicación de elementos científicos de la competencia perfecta en investigaciones relacionadas a estudios de mercado.</p>			

## 2 Justificación (Max 600 palabras).

La enseñanza de los principios de la ciencia económica exige la difusión de los conocimientos emanados desde la economía positiva. La comprensión de los modelos abstractos de microeconomía básica es fundamental para entender el funcionamiento de un mercado de competencia perfecta, prescindir de ellos es privarse de elementos teóricos indispensables en la toma de decisiones económicas.

Los fundamentos científicos de la teoría de la utilidad y del comportamiento de los productores en competencia perfecta, consistentes con el pensamiento económico emanado desde la microeconomía tradicional, son indispensables para una futura comprensión de modelos microeconómicos más avanzados.

## 3 Competencias a Desarrollar

### 3.1 Competencias Genéricas

- Capacidad de entender las definiciones y relaciones contenidas en el área disciplinar y su articulación con la comunicación oral y escrita de la lengua española.
- Capacidad de dar respuesta a problemas microeconómicos por medio del trabajo en equipo.
- Capacidad de leer textos clásicos y contemporáneos escritos en lengua extranjera (inglés) en el campo de la teoría económica.
- Capacidad de evaluar y procesar la información disciplinar almacenada en bases de datos electrónicas.
- Capacidad de seguir, una vez culminado el curso, con el aprendizaje permanente de los fundamentos de la economía de mercado.
- Capacidad de interactuar con la sociedad de forma respetuosa, presentando comportamientos dirigidos por principios morales.

### 3.2 Competencias Específicas

- Capacidad de comprender los fundamentos teóricos de la competencia perfecta.
- Capacidad de comprender el comportamiento optimizador del consumidor.
- Capacidad de entender los componentes teóricos de la demanda de bienes.
- Capacidad de aplicar los elementos científicos de la competencia perfecta en investigaciones relacionadas con el estudio de estructuras de mercado.

## 4 Contenido y Créditos Académicos

N	Unidades /Capítulos	N	Temas	Tiempos				Total
				HADD		HTI		
				T	P	T	P	
1	Introducción	1.1	Modelos económicos	2		4	2	6
		1.2	Herramientas matemáticas básicas	1	1		4	6

N	Unidades /Capítulos	N	Temas	Tiempos				
				HADD		HTI		Total
				T	P	T	P	
2	Utilidad y elección del consumidor	2.1	El presupuesto: la restricción presupuestal.	1	2	2	4	7
		2.2	Las preferencias: concepto y propiedades	1	2	2	4	7
		2.3	Las preferencias: Representación de las preferencias Curvas de indiferencia, Tipos de bienes y curvas de indiferencia.	1	2		4	7
		2.4	Utilidad y Elección: el concepto de optimización, maximización de utilidad sujeta a una restricción presupuestal, valores óptimos.	2	2	4	4	12
		2.5	Elección: utilidad indirecta, el concepto de demanda Marshalliana	2	2	4	4	8
		2.6	Elección: minimización, demanda hicsiana, función de gasto.	2	2	4	2	8
		2.7	El problema primal y dual del consumidor	2	4	4	8	14
		2.8	La curva de demanda. Análisis estático comparativa	2	2	4	4	8
		2.9	Efectos Sustitución, Renta y la Ecuación de Slutsky	2	2	4	8	8
		2.10	Excedente del consumidor, variación compensatoria y variación equivalente	2	2	4	4	8
		2.11	La demanda del mercado: elasticidades	1	2	2	4	7
3	Incertidumbre	3.1	Función de utilidad y probabilidad	3	2	6	4	9
		3.2	Utilidad esperada y la aversión al riesgo	3	4	6	8	11
		3.3	Elección en condiciones de incertidumbre	2	4	2	8	10
<b>Total</b>				<b>29</b>	<b>35</b>	<b>52</b>	<b>76</b>	<b>192</b>
<b>Créditos Académicos</b>				<b>4</b>				

## 5 Prácticas Académicas (Laboratorios y Salida de Campo)

Temática	Actividad	Tema	Recursos	Tiempo (h)	Semana

## 6 Metodología (máximo 600 palabras)

El docente elaborará y preparará los temas consistentes con el contenido programático de forma didáctica para facilitar el aprendizaje. Para que el proceso de aprendizaje sea efectivo es necesario que los estudiantes realicen lecturas previas de cada uno de los temas propuestos a través del seguimiento de los libros de texto guía, además de las lecturas previas en esta asignatura resulta necesario realizar ejercicios que permitan la construcción de conocimiento del estudiante, de este modo, los estudiantes recibirán talleres que permitan poner en práctica los conocimientos impartidos en clase.

Por otra parte, el docente recomendará lecturas pertinentes para profundizar los temas expuestos y exigirá la realización de talleres, quices, parciales y trabajos escritos. Los talleres y trabajos escritos

constituyen el mecanismo para promover el trabajo en equipo.

## 7 Evaluación (máximo 800 palabras)

### Estrategias y criterios de evaluación:

Para el desarrollo del conocimiento en los temas microeconómicos es necesaria la práctica constante por parte de los estudiantes de los temas desarrollados en clase, de este modo, como estrategia de evaluación a los estudiantes se les asigna un taller en donde ponen en práctica los conocimientos. La evaluación del estudio autónomo por parte del estudiante es evaluado a través de quices desarrollados en el salón de clases, estos, además de ser escritos, son desarrollados y explicados por los estudiantes a sus compañeros, lo que permite la retroalimentación y el fortalecimiento del proceso de aprendizaje. De igual forma, los quices permiten la preparación del estudiante para el examen realizado al final de cada corte. En el proceso de formación los estudiantes se encuentran apoyados por monitorías en donde desarrollan las inquietudes de los talleres.

Al final del curso, los estudiantes realizan la presentación de un artículo que sirve como ejemplo del uso de la microeconomía en problemas económicos prácticos, este sirve para fortalecer y motivar el conocimiento por la ciencia, además, de servir para evaluar la capacidad del estudiante para relacionar la teoría económica con los problemas en el mundo observable.

La asignación de la nota es presentada a continuación:

Primer y segundo seguimiento	Parcial	100
	Taller	50
<b>Total</b>		<b>150</b>
Tercer seguimiento	Examen Final	120
	Taller y presentación	80
<b>Total</b>		<b>200</b>

## 8 Recursos Educativos

N	Nombre	Justificación	Hora (h)
1	Presentaciones	Para un aprendizaje que permita la formación autónoma del estudiante, este tiene acceso a las presentaciones realizadas en clases.	58
2	Classroom	La existencia de un espacio en red que permita conexión ágil entre los estudiantes y el profesor, además de facilitar el intercambio de material de clases.	58
	Video beam	Necesario para la proyección de contenidos de clase.	68

## 9 Referencias Bibliográficas

Nicholson, W. Teoría microeconómica. Principios Básicos y Ampliaciones. South- Western Thomson Learning. 10a Edición. Disponible en Biblioteca Germán Bula Meyer en Colección General 338.5
Varían, H. (1999). Microeconomía Intermedia (5ª Ed). Barcelona, España: Antoni Bosch Editor. Disponible en Biblioteca Germán Bula Meyer en Colección General 338.5
Nicholson, W. (2001). Microeconomía Intermedia y sus aplicaciones. (8ª Ed). Bogotá: McGraw Hill. Disponible en Biblioteca Germán Bula Meyer en Colección General 338.5
Perloff, J (2004) Microeconomía (3ª Ed). Madrid: Pearson. Disponible en Biblioteca Germán Bula Meyer en Colección General 338.5
Pindick R. y Rubinfeld, D (2001). Microeconomía (5ª Ed). Madrid: Prentice Hall. Disponible en Biblioteca Germán Bula Meyer en Colección General 338.5
Anaya, A (2018). Microeconomía Intermedia. Conductas del Consumidor y Productor en los Diferentes Mercados. Disponible en Biblioteca Germán Bula Meyer en Colección General 338.5
<b>ARTICULOS</b>
Carlner, G. (1973). Income Elasticity of Housing Demand. <i>The MIT Press</i> , 55(4), 528–532. Disponible en JSTOR.
Hun, T., & Min, C. (1977). Elasticities of Housing Demand. <i>Southern Economic Journal</i> , 44(2), 298–305. Disponible en JSTOR.
Jung, J. M., & Fujii, E. T. (1976). The Price Elasticity of Demand for Air Travel. <i>Journal of Transport Economics and Policy</i> , 10(3), 257–262. Retrieved from <a href="http://www.bath.ac.uk/e-journals/jtep/pdf/Volume_X_No_3_257-262.pdf">http://www.bath.ac.uk/e-journals/jtep/pdf/Volume_X_No_3_257-262.pdf</a> Disponible en JSTOR.
Lincoln, C. (1951). The Elasticity of Demand for Tennessee Gasoline. <i>American Marketing Association</i> , 15(4), 399–414. Disponible en JSTOR.
Shaw, C. (1960). On the Elasticity of Demand at Retail. <i>American Journal of Economics and Sociology</i> , 20(1), 63–72. Disponible en JSTOR.
Stevens, R. D. (1963). The Influence of Urbanization on the Income Elasticity of Demand for Retail Food in Low Income Countries. <i>Oxford Journals</i> , 45(5). Disponible en JSTOR.
Suits, D. (1979). The Elasticity of Demand for Gambling. <i>Oxford Journals</i> , 93(1), 155–162. Disponible en JSTOR.
Vernon, M. (1957). Elasticity of Demand for Canadian Exports. <i>The MIT Press</i> , 39(1), 23–30. Disponible en JSTOR.

**JAIRO ANDRES DE LEON ACOSTA**

**Director de Programa**

**EDWIN CHACON VELASQUEZ**

**Decano Facultad**

# HOJA EN BLANCO

