

PROGRAMA ANALÍTICO

Carrera: INGENIERIA COMERCIAL.

Programa de: ECONOMÍA DE EMPRESAS

Código SIS: 1301137

Nivel: Segundo Semestre

N° Hrs. De clases Teóricas: 6 Hrs.

N° Hrs. De clases Prácticas:

Prerrequisitos:

ÁREAS DE COORDINACIÓN CURRICULAR

VERTICAL

HORIZONTAL

1) Introducción a la Ing. Comercial

1) Introducción a la Ing. Comercial
2) Macroeconomía

1) Teoría y Técnicas de la Organización
2) Contabilidad para la Gestión.
3) Estadística I.
4) Calculo II.

Objetivos:

- Reconocer la relación entre la cantidad demandada de distintos bienes con los precios y el ingreso del consumidor.
- Distinguir las características de las funciones de producción y de costos así como las condiciones para la maximización de los beneficios.
- Reconocer distintos tipos de mercado, las características del equilibrio general y la economía del bienestar.

Contenidos Mínimos:

- 1. TEORÍA DEL CONSUMIDOR.**
 - 1.1. Modelos y Supuestos.
 - 1.2. Preferencias Individuales y Elección.
 - 1.3. Curvas de Indiferencia.
 - 1.4. Demanda.
 - 1.5. Elasticidades y Aplicaciones.
 - 1.6. Teoría Axiomática de la Demanda.
 - 1.7. Teoría de la Preferencia Revelada.
 - 1.8. Axiomas.
 - 1.9. Demanda.
- 2. TEORÍA DE LA EMPRESA.**
 - 2.1. Funciones de Producción.
 - 2.2. Rendimientos.
 - 2.3. Optimizaciones.
 - 2.3.1. Maximización del Producto.
 - 2.3.2. Minimización del Costo.
 - 2.3.3. Maximización del Beneficio en Función de los Insumos.
- 3. FUNCIONES DE COSTO.**
 - 3.1. Curvas de costo a corto y largo plazo.
 - 3.2. Maximización del beneficio en función de la cantidad de producción.
 - 3.3. Determinación de la curva de oferta de la empresa.

Bibliografía:

- 1) HENDERSON y QUANDT; Teoría Microeconómica.
- 2) VARIAN HEL; Microeconomía Intermedia.
- 3) PIMDYCK y DUBIMFELD; Microeconomía.
- 4) SALVATORE DOMINICK; Microeconomía.
- 5) LEROG y MILLER; Microeconomía.