



**UNIVERSIDAD FERMIN TORO
VICE RECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES**

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

CÓDIGO ASIGNADO	SEMESTRE	U.C.	DENSIDAD HORARIA						PRE - REQUISITO
			Presencial			Semipresenecial			
			H.T	H.P/H.L	H.A	H.V	H.P	THS/SEM	
INE-331	III	3	3	0	0	29	19	3/48	S/P

Elaborado por	ECON. MSC. MANUEL CASTILLO		AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO
Fecha de Vigencia	NOVIEMBRE, 2005		
Revisado por	UNIDAD CURRICULAR	DECANATO	

FUNDAMENTACIÓN

La evolución económica de la sociedad venezolana y los constantes cambios que la misma involucra, exigen del profesional universitario, el desarrollo de capacidades analíticas que le permitan reconocer, relacionar y diseñar respuestas efectivas a los retos que impone un entorno tan variable, pudiendo con ello, aprovechar las oportunidades y minimizar las amenazas que el medio ambiente económico social puede ofrecer.

La asignatura Introducción a la Economía surge como una necesidad del Pensum de Relaciones Industriales, la cual está orientada a dotar al futuro relacionista de herramientas que le ayuden a visualizar el comportamiento económico y su incidencia en las empresas.

Los contenidos programáticos serán profundizados, haciendo hincapiés en los problemas actuales en el sector productivo.

El programa se ha estructurado en cuatro (4) unidades, a saber de:

- I. Unidad: Introducción a la ciencia económica.
- II. Unidad: Teoría de consumo.
- III. Unidad: Mercado.
- IV. Unidad: Teoría de la producción.

Para el logro del objetivo general de la materia serán utilizadas estrategias instruccionales que impliquen claridad y diversidad de recursos, realizando actividades teóricos-prácticos los cuales serán expresadas en un lenguaje técnico, sencillo capaz de incentivar la participación activa del estudiante y alcanzar cada uno de los objetivos específicos del programa.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Manejar los conceptos, principios, metodologías y enfoques económicos que le den una base económica para el análisis e interpretación del comportamiento de la oferta y la demanda de acuerdo al sector productivo.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
INTRODUCCIÓN A LA CIENCIA ECONÓMICA		GENERAR UNA POSICIÓN CRÍTICA, DESARROLLANDO IDEAS SIGNIFICATIVAS QUE ILUSTREN EL PAPEL DE LA ECONOMÍA EN EL DESARROLLO DEL PAÍS.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
20%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Distinguir los elementos fundamentales que han dado origen a las diferentes definiciones de la economía. 2. Identificar las características de los diferentes métodos utilizados en las ciencias económicas. 3. Analizar la importancia de los bienes en relación a la satisfacción de las necesidades humanas.	- La ciencia económica. Naturaleza, objeto y método. - Corrientes del pensamiento económico. - Leyes económicas: características y tipos. - Nociones fundamentales de la economía. - Necesidades: definición y clasificación. - Bienes: definición y clasificación.	Presencial	Semipresencial
		- Discusiones en grupo. - Exposición del docente. - Análisis de caso.	- Ejercicios de Desempeño. - Ejemplos de aplicación. - Interacción en el aula virtual - Exposiciones modalidad video. - Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Presencial		Semipresencial	
- Prueba escrita. - Análisis de caso.		- Técnica de prueba. - Cuestionario en línea - Foros de discusión en línea. - Subida de archivos en el aula virtual	

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
TEORÍA DEL CONSUMO		DETERMINAR LOS CONCEPTOS Y CARACTERÍSTICAS DE: UTILIDADES, CURVAS DE INFERENCIAS, CONDUCTA DEL CONSUMIDOR Y SU IMPACTO EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
25%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Identificar los tipos de utilidades. 2. Interpretar los axiomas del comportamiento del consumidor. 3. Analizar las curvas de indiferencias y la tasa marginal de sustitución. 4. Determinar gráficamente el nivel óptimo del consumidor.	- La utilidad: - Total. - Media. - Marginal. - Ley decreciente de la utilidad marginal. - Conducta del consumidor: - Participación en el proceso productivo. - Función de consumo. - Curvas de inferencias.	Presencial	Semipresencial
		- Exposición del docente. - Discusión grupal. - Estudio de caso. - Ejercicios.	- Ejercicios de Desempeño. - Ejemplos de aplicación. - Interacción en el aula virtual - Exposiciones modalidad video. - Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
Presencial		Semipresencial	
Prueba escrita		- Técnica de prueba. - Cuestionario en línea - Foros de discusión en línea. - Subida de archivos en el aula virtual	

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
MERCADO		DEMOSTRAR POR MEDIO DEL ANÁLISIS PRÁCTICO LOS CONCEPTOS Y CARACTERÍSTICAS QUE EXPLICAN LA OFERTA Y LA DEMANDA Y LA MANERA DEL ESTABLECIMIENTO DE PARÁMETROS QUE PERMITAN EL ESTUDIO CIENTÍFICO DEL MERCADO.	
DURACION			
6 SEMANAS			
EVALUACION			
30%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN	
1. Explicar la definición de mercado. 2. Clasificar la estructura del mercado. 3. Identificar los diferentes mercados. 4. definir la demanda y sus principales factores. 5. Interpretar la curva de demanda. 6. Analizar los diferentes tipos de elasticidad de la demanda. 7. Definir la oferta y sus principales factores. 8. Interpretar la curva de la oferta. 9. Identificar el mercado en equilibrio. 10. Analizar la formación de precio en un mercado de competencia perfecta.	• Mercado: - Definición, clasificación, tipos y características. • Teoría de la demanda: - Definición, determinantes. - Función de la demanda. - Elasticidad: precio, ingreso y cruzada. • Teoría de la oferta: - Definición, determinantes. - Función de la oferta - precio. • Formación de precio. • Competencia perfecta. • Efectos de variaciones en la oferta y en la demanda. • Otros tipos de mercado: monopolio, oligopolio y monopsonio.	Presencial	Semipresencial
		• Exposición del docente. • Discusión en grupo. • Análisis de caso. • Ejercicios e interpretación de gráficos.	• Ejercicios de Desempeño. • Ejemplos de aplicación. • Interacción en el aula virtual • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
Presencial		Semipresencial	
• Prueba escrita. • Taller.		• Técnica de prueba. • Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual	

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN		DETERMINAR LA IMPORTANCIA DE LA PRODUCCIÓN EN EL MERCADO Y SU INCIDENCIA EN LAS EMPRESAS.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
25%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN	
1. Explicar el concepto e importancia de la producción. 2. Clasificar los insumos de la producción. 3. Analizar el producto total, medio y marginal. 4. Establecer la relación entre las diferentes etapas de la producción. 5. determinar la importancia del ingreso – costo en la producción.	• La producción. Importancia. • Función de producción. - Producto total. - Producto medio. - Producto marginal. • Productividad. Definición. - Ley de productividad marginal decreciente. • Rendimiento técnico de la producción.	Presencial	Semipresencial
		• Exposición del docente. • Discusión en grupo. • Ejercicios • Análisis de gráficos.	• Ejercicios de Desempeño. • Ejemplos de aplicación. • Interacción en el aula virtual • Exposiciones modalidad video. Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
Presencial		Semipresencial	
• Prueba escrita. • Taller.		• Técnica de prueba. • Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual	

BIBLIOGRAFIA

- Escriba J.; Blanco J. M. y Galán J. **Introducción Práctica a la Economía**. 2da edición. Editorial Mc Graw Hill. Madrid. 1995.
- Case K. y Fair R. **Fundamentos de la Economía**. 2da edición. Editorial Prentice Hall. México. 1997.
- Case K. y Fair R. **Principios de Microeconomía**. 4ta edición. Editorial Prentice Hall. México. 1997.
- Wonnacott P. y Wonnacott R. **Economía**. Editorial Mc Graw Hill. Madrid. 1998.
- Curtis B. **Microeconomía**. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. 1996.
- Del Búfalo E. **Opciones Teóricas en Economía**. Volúmen I y II. Editorial U.C.V. 1990.
- Fisher Stanley Rudiger. **Economía**. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. 1995.
- Helbroner Robert. **Economía**. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. S.A. 1997.
- Maza Domingo. **Análisis Macroeconómico**. Ediciones Biblioteca U.C.V. Informes Económicos del B.C.V.
- Mochon Francisco. **Economía Básica**. Editorial Mc Graw Hill. Latinoamericana. 1988.
- Sheifler Xavier. **Teoría Económica. Macroeconomía**. Editorial Mc Graw Hill. Latinoamericana. 1988.
- Toro Hardy J. **Fundamentos de Teoría Economía**. Editorial Panapo. 1983.
- Lindsey David y Docan Edwin. **Macroeconomía Básica**. Editorial Latinamericana. 1991.