



**1. Departamento:** Tecnología de Servicios (TS)

**2. Asignatura: Economía Empresarial TS-2713**

**3. Código de la asignatura:** TS- 2713

No. de unidades-crédito: 3

No. de horas semanales: Teoría: 3    Práctica 0    Laboratorio 0

**4. Fecha de entrada en vigencia de este programa:** ENE- 2006

**5. OBJETIVO GENERAL:**

El estudiante identificará la economía como una ciencia social, mediante la utilización de los principales conceptos de la teoría económica, y será capaz de analizar y evaluar distintas relaciones micro-económicas como instrumento para la toma de decisiones en el mundo empresarial.

**6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:** el estudiante tendrá competencias para:

1. Interpretar los conceptos básicos de la ciencia económica y su relación con los factores de la producción y otras ciencias sociales afines.
2. Identificar los conceptos de economía, microeconomía y Macroeconomía.
3. Aprender la relación de la economía con otras ciencias y su aplicación.
4. Identificar los factores de la producción.
5. Plantear los problemas básicos de la economía (la producción, escasez, la utilidad)
6. Tomar decisiones a partir de los paradigmas económicos del mercado en competencia perfecta e imperfecta.
7. Interpretar situaciones de riesgo en el entorno de las empresas
8. Identificar las principales leyes aplicables al sector empresarial.
9. Redactar un informe técnico utilizando los conceptos y terminología propia de la ciencia económica aplicada al mundo empresarial.

## **7. CONTENIDOS:**

### **I. Introducción a la Economía.**

1. Introducción a la Economía.
2. Principales campos de estudio de la Ciencia Economía.
3. Introducción a la Microeconomía.
4. Conceptos Básicos.
5. Relación de la Economía con otras Ciencias sociales.
6. Problemas Básicos de la Economía.
7. Los Factores de la producción.

### **II. La teoría de la escasez**

1. Determinación de la oferta y la Demanda.
2. Determinación del precio del equilibrio
3. Problemas prácticos.
4. Tipos de elasticidad.
5. Elasticidad precio de la demanda.
6. Elasticidad ingreso de la demanda.
7. Elasticidad cruzada de la demanda.

### **III. La Utilidad.**

1. Conceptos básicos.
2. Diferentes tipos de utilidad.
3. Tasa Marginal de sustitución.
4. Equilibrio del consumidor.
5. Las Curvas de indiferencia.

### **IV. Teoría de la Producción.**

1. Conceptos básicos.
2. Función de la producción.
3. Producto: Total. Promedio y Marginal.
4. Etapas de la Producción
5. Curvas Isocuantas e isocostos.
6. Trayecto de expansión.
6. Los Costos en el Corto plazo y Largo plazo.
7. El Equilibrio del productor.

### **V. Modelos de mercado**

1. Competencia perfecta e imperfecta.
2. Competencia pura y monopolio.
3. Competencia oligopólica.
4. El Equilibrio de la empresa bajo el enfoque total y marginal.
5. Modelos de competencia perfecta.

## **8. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS, DIDACTICAS O DE DESARROLLO DE LA ASIGNATURA:**

Las estrategias metodológicas que se desarrollarán en la asignatura para que los estudiantes alcancen los aprendizajes son las siguientes:

1. Presentar al inicio del curso el objetivo de la asignatura y su relación con otras del plan de estudios, así como el temario y las actividades de aprendizaje.
2. Fomentar el conocimiento y uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicaciones, en la aplicación de soluciones para la toma de decisiones.
3. Propiciar el trabajo en equipo para que el estudiante desarrolle la comunicación oral y escrita, estudiando casos de empresas en las cuales deberá aplicar la teoría económica.
4. Promover dinámicas grupales (mesas redondas, paneles y de discusión dirigida, entre otros) para analizar y sintetizar temas empresariales específicos.
5. Vincular la teoría y la práctica a través de la realización de análisis económicos y exponer los resultados obtenidos en material audiovisual.
6. Propiciar la investigación en diversas fuentes de información.
7. Solicitar un reporte por cada una de las temáticas encargadas como investigación.
8. Fomentar la asistencia a conferencias y talleres relacionados con la economía global, las ferias empresariales y eventos de corte comercial.

## **9. ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:**

1. Aplicación de un examen diagnóstico para conocer el nivel de los aprendizajes requeridos.
2. Participación y aportes al desarrollo de la clase.
3. Exponer los resultados obtenidos en la investigación de temas económicos empresariales.
4. Elaboración de reportes (Briefs) de los trabajos de investigación basados en diversas fuentes de información.
5. Aplicar exámenes escritos y orales, correspondientes a cada unidad.
6. Asistencia a foros académicos y empresariales, congresos, seminarios, relacionados con el tema empresarial venezolano e internacional.

## **10. FUENTES DE INFORMACIÓN y BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA:**

1. **DOMINICK SALVATORE.** *Microeconomía*, Ed. Mc Graw Hill
2. **ROGER LEROY MILLER.** *Microeconomía Moderna*, Ed.: HARLA
3. **PAUL A. SAMUELSON Y WILLIAM D. NORDHAUS.** *Economía*, Ed.: Mc Graw Hill.
4. **JOHN B. TAYLOR.** *Economía*. Ed.: CECSA
5. **DOMINIO SALVATORE.** *Economía y empresa*. Ed. Mc Graw Hill
6. **A. GOLPEC ONGREGADO.** *Problemas resueltos de Microeconomía y aplicaciones*: Ed. Prentice may.
7. **SANTIAGO ZORRILLA ARENA.** *Como Aprender Economía*, Ed. Limusa
8. **JOSÉ SILVESTRE MÉNDEZ.** *Fundamentos de Economía*, Ed. Mc Graw Hill
9. **ALBERTO SÁNCHEZ MARTÍNEZ.** *Microeconomía*, Ed. Banca y Comercio

### **Páginas Web y sitios de Interés**

1. *www.bcv.org.ve*
2. *www.ine.org.ve*
3. *CONINDUSTRIA*
4. *CONAPRI*
5. *MILCO*
6. *Página del Foro Económico Mundial*
7. *Páginas especializadas en economía empresarial*
8. *Páginas de universidades europeas (España)*
9. *Estudios sobre economía empresarial (EEUU, Reino Unido)*

Actualizado: 27-1-09