



Universidad Autónoma del Estado de México

Facultad de Contaduría y Administración

Licenciatura en Mercadotecnia



**PROGRAMA DE ESTUDIOS
DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

Economía en los negocios

Elaboró: M.A.N. en M. Mónica Leticia Monroy Gama

**Fecha de
aprobación:**

H. Consejo Académico
17 de abril de 2018

H. Consejo de Gobierno
17 de abril de 2018

Facultad de Contaduría y Administración





I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte

Facultad de Contaduría y Administración
 Unidad Académica Profesional Acolman

Estudios profesionales

Licenciatura en Mercadotecnia, 2018

Unidad de aprendizaje

Economía de los negocios

Clave

Carga académica

2

Horas
teóricas

2

Horas
prácticas

4

Total de
horas

6

Créditos

Período escolar en que se ubica

1

2

3

4

5

6

7

8

9

Tipo

Curso-taller

X





II. Presentación del programa de estudios.

La interdependencia entre las áreas estratégicas de las organizaciones, es evidente en nuestros días. Las estrategias comerciales deben estar coordinadas con el resto del sistema organizacional, es por ello la importancia de la información económica para los negocios.

Esta Unidad de Aprendizaje (UA) se ubica en el primer semestre de la Licenciatura en Mercadotecnia; el objetivo de esta UA es conocer la determinación y el control de los elementos del costo en los productos manufacturados, tomando como base datos históricos. Asimismo, conocer las técnicas y factores que tienen influencia directa sobre los factores de producción dentro de las organizaciones, ya que en el mundo actual de los negocios y de los países, las decisiones económicas juegan un papel muy importante, debido al manejo de los recursos escasos y limitados con los que cuentan las diferentes organizaciones

Esto implica una gran importancia para el desarrollo de competencias en los alumnos debido a que es fundamental para la Facultad de Contaduría y Administración, pues es lo que les dará mayores y mejores herramientas para su desempeño profesional. Por ello, esta Unidad de Aprendizaje deberá fundamentarse en el aprendizaje significativo para aprender a conocer, a ser, hacer y convivir, por medio de la interacción de diversos factores como la investigación dentro y fuera del aula, trabajo de campo en las organizaciones, interacción con empresas y expertos, estimulación sensitiva y la observación de problemas que aquejan a la sociedad entre otros.

III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación:

Básico

Área curricular:

Contaduría y finanzas

Carácter de la UA:

Obligatoria





IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos de la licenciatura formar profesionales con un alto sentido de responsabilidad, de ética y de servicio, con una visión integral para mejorar la comercialización de bienes tangibles e intangibles y así contribuir a:

Generales

- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Evaluar el progreso, integración e incertidumbre de las ciencias, ante la creciente complejidad de las profesiones.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.

Particulares

- Aplicar las condiciones legales, económicas y políticas en materia de mercado para la adecuada distribución y posicionamiento de un bien tangible o intangible en el contexto nacional e internacional.
- Satisfacer las necesidades o deseos de los clientes mediante la identificación de sus preferencias a través de la investigación de mercados para posicionar un producto tangible o intangible y/o una marca en un segmento específico.
- Desarrollar programas de pronóstico y presupuesto de bienes tangibles e intangibles a través de la identificación de canales de distribución, segmentación de mercados, estrategias de precios y comunicación de la promoción para pronosticar ventas, estimular compras y evolucionar en el campo de la mercadotecnia.





Objetivos del núcleo de formación:

Promoverá en el alumno el aprendizaje de las bases contextuales, teóricas y filosóficas de sus estudios, la adquisición de una cultura universitaria en las ciencias y las humanidades, y el desarrollo de las capacidades intelectuales indispensables para la preparación y ejercicio profesional, o para diversas situaciones de la vida personal y social.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Aplicar métodos de contabilidad y finanzas a través de estados financieros, balance general, estado de resultados, presupuestos y flujos de efectivo para generar, evaluar e interpretar información financiera que permita a las organizaciones alcanzar los objetivos establecidos en el área de marketing, así como hacer cambios en el diseño y precios de sus productos para lograr que se mantengan a largo plazo en los mercados con un margen de utilidad satisfactorio basado en la confiabilidad de la información.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje:

Evaluar las principales teorías de la producción y del consumidor en las que se sustenta la estructura y competencia en los mercados, para analizar el comportamiento del mercado y proceso de toma de decisiones de las organizaciones.





VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

Unidad 1. La idea central de la economía

Objetivo: Comprender los conceptos básicos del sistema económico para su aplicación en su vida laboral y personal

Temas:

- 1.1 Definición de economía
- 1.2 Decisiones del consumidor
- 1.3 Decisiones del productor
- 1.4 Costo de oportunidad
- 1.5 Curva de posibilidades de producción
- 1.6 Economías de mercado

Unidad 2. Teorías del pensamiento económico

Objetivo: Conocer y analizar las diferentes aportaciones de las corrientes del pensamiento económico, para formarse diferentes criterios de la aplicación de las mismas y su aplicación en el mundo actual

Temas:

- 2.1 Principales teorías del pensamiento económico
- 2.2 Teoría microeconómica
- 2.3 Teoría macroeconómica
- 2.4 Principales factores económicos





Unidad 3. Modelo de la oferta y demanda

Objetivo: Identificar las leyes de oferta y demanda, para analizar y conocer los factores que afectan a estas para su aplicación en el ámbito laboral

Temas:

- 3.1 Ley de la Demanda
- 3.2 Ecuación, tabla y curva de la demanda
- 3.3 Elasticidad-precio
 - 3.3.1. Concepto de elasticidad, elástica, inelástica y unitaria.
- 3.4 Elasticidad ingreso
 - 3.4.1. Tipos de Bienes: necesarios, de lujo e inferiores.
- 3.5. Elasticidad-Cruzada
 - 3.5.1. Bien: sustituto complementario, o independiente
- 3.6 Ley de la Oferta
- 3.7 Ecuación, tabla y curva de la demanda
- 3.8 Elasticidad de la oferta
- 3.9 Equilibrio del mercado

Unidad 4. Costos y cambios en las empresas en el tiempo

Objetivo: Identificar las implicaciones de los factores de producción, para desarrollar estrategias que mejoren las decisiones de producción dentro de las organizaciones

Temas:

- 4.1 Costos para una empresa
- 4.2 Curvas de costos
- 4.3 Decisiones de producción
- 4.4 Economías de escala
- 4.5 Competencia monopolística y oligopolio





Unidad 5. Medición de la producción, el ingreso y gasto de las naciones

Objetivo: Desarrollar y conocer los cambios en los principales factores económicos para determinar su afectación dentro de las estructuras económicas y reducir los impactos

Temas:

- 5.1 Medición del PIB y crecimiento económico
- 5.2 Desempleo, inflación y tasas de interés
- 5.3 Asignación del gasto
- 5.4 Ahorro e inversión
- 5.5 Modelo del mercado de trabajo
- 5.6 Dinero e Inflación

Unidad 6. Política macroeconómica

Objetivo: Identificar y analizar las diferentes políticas que componen la política económica de los países para tener aportaciones críticas en la elaboración de políticas públicas

Temas:

- 6.1 Política económica.
 - 6.1.1. Definición.
 - 6.1.2. Objetivos.
 - 6.1.3. Instituciones encargadas de su aplicación.
- 6.2 Componentes de la política económica.
 - 6.2.1. Política fiscal.
 - 6.2.2. Política monetaria.
 - 6.2.3. Política de comercio exterior.
 - 6.2.4. Política social.
 - 6.2.5. Política de gasto público.
- 6.3 Comparación macroeconómica de México
- 6.4 Flujos de Comercio Internacional.
- 6.5 La Balanza de Pagos
- 6.6 Movimientos internacionales de capitales.
- 6.7 Mercado de divisas



VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

Taylor B John (2012); Principios de Economía. Editorial Cengage Learning
Samuelson, Paul (2009); Macroeconomía. Caso aplicado a México. Editorial Mc Graw Hill, México.

Samuelson, Paul (2010); Macroeconomía con aplicaciones a Latinoamérica. Editorial Mc Graw Hill, México.

Parkin Michael, (2010) Microeconomía: versión para Latinoamérica, editorial Pearson AddisonWesley

Salvatore Dominick , (2009) Microeconomía: Schaum, editorial: Mc Graw-Hill Interamericana.

Complementario:

Flores, Estrada María Aurora (2011) Microeconomía: Ejercicios Prácticos, editorial Pearson Prentice Hall

Stiglitz Joseph E., (2009) Microeconomía, editorial Ariel.

Barro, R., et al. (2000); Macroeconomía; Editorial McGraw-Hill; México.

Case, Karl E., FAIR, Ray C. (2007) Principios de Macroeconomía; Ed. Pearson Prentice Hall, México.

Mankiw, Gregory (2010); Macroeconomía; Editorial Antoni Bosch; Barcelona

