

UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO
RECINTO METROLOLITANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ECONOMÍA
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRONTUARIO

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del curso : **Economía gerencial**
Código y número : **BADM 5020**
Créditos : **3**
Término académico :
Profesor :
Horas de oficina :
Teléfono de la oficina :
Correo electrónico :

II DESCRIPCIÓN

Naturaleza de la economía y los aspectos económicos de la producción en el nivel de la empresa. Técnicas de optimización y la utilización de métodos de análisis económico en la toma de decisiones en el nivel ejecutivo. Examen de elementos de riesgo y la toma de decisiones bajo situaciones de incertidumbre.

III OBJETIVOS

Después de finalizado el curso el estudiante podrá:

1. Explicar la naturaleza y alcance de la economía gerencial.
2. Integrar conceptos de conducta del consumidor, demanda, oferta y demanda y análisis de sensibilidad en la toma de decisiones en los negocios.
3. Explicar las diferentes estrategias de precios usadas en la toma de decisiones en los negocios.
4. Integrar conceptos de producción y análisis de costo en la toma de decisiones.
5. Evaluar el impacto de la intervención del Gobierno en los mercados.
6. Aplicar conceptos de riesgo y análisis de incertidumbre en la toma de decisiones.

IV CONTENIDO

A. Naturaleza y alcance de la Economía Gerencial

1. Teoría Económica y Toma de Decisiones Gerencial
 - 1.1 Definición y alcance de la economía gerencial.

- 1.2 Economía y el proceso de toma de decisiones.
- 1.3 El objetivo principal de la firma.
- 1.4 Teorías de ganancias y principios de optimización.
- 1.5 Conceptos marginales e incrementales.
- 1.6 Funciones de ingresos.
- 1.7 La responsabilidad social de la firma.

B Demanda, Oferta, Elasticidad y Conceptos de Conducta del Consumidor

1. Demanda del consumidor y conceptos de oferta del productor
 - 1.1 Conceptos de demanda (directa, derivada, individual, Mercado).
 - 1.2 Cambios en demanda u oferta y cambios en cantidad demandada o cantidad ofrecida.
 - 1.3 Función de demanda y ecuación de curva de demanda.
 - 1.4 Función de oferta y ecuación de curva de oferta.
 - 1.5 Precio y cantidad de equilibrio.
 - 1.6 Elasticidad de demanda y elasticidad de publicidad.
 - 1.7 Ingreso total y elasticidad precio de demanda.
 - 1.8 Precio y cantidad óptima.
 - 1.9 Cantidad de consumo óptima y curva de demanda individual.
 - 1.10 Excedente del consumer.
 - 1.11 Repaso de herramientas estadísticas en el análisis de demanda.

C Estrategias de Precios

1. Prácticas de Precios y Maximización de la Ganancia
 1. Precios sobre costos.
 2. Discriminación de precios y condiciones requeridas de factibilidad.
 3. Métodos de transferencia de precios.
 4. Otras estrategias de precios:
 - a. precios de penetración
 - b. precios de pérdida de liderazgo.
 - c. precio de prestigio
 - d. descuento
 - e. price lining

D. Producción y Costo

1. Producción y Gerencia de Operaciones
 - 1.1 Organización de producción
 - 1.2 El proceso de producción
 - 1.3 Funciones de producción e isocuantas
 - 1.4 Análisis marginal y toma de decisiones en producción
 - 1.5 Ley de rendimientos marginales decrecientes
 - 1.6 Retornos a escala

1.7 Combinación óptima de cantidad

2. Análisis de costo

- 2.1 Tipos de costo (explícito, implícito, sunk, relevante, histórico)
- 2.2 Funciones de costo (total, marginal, media, variable, y fija)
- 2.3 Relaciones entre funciones de costo y funciones de producción
- 2.4 Economías de escala, alcance y experiencia
- 2.5 Análisis de punto de empate
- 2.6 Grado de apalancamiento operacional.

E. El Medio Ambiente Competitivo y Estructuras de Mercado

1. Medio ambiente Competitivo

- 1.1 Sistema de las cinco fuerzas de Mercado
- 1.2 Rivalidad interna
- 1.3 La amenaza de ingreso de competidor
- 1.4 La amenaza de productos sustitutos
- 1.5 Regateo de comprador de vendedor en la industria
- 1.6 Estrategias para proceder con las cinco fuerzas
- 1.7 Características de mercados perfectamente competitivos
- 1.8 Factores de fracaso en los mercados perfectamente competitivos.

2. Estructuras de Mercados Imperfectos

- 2.1 Características y estructuras de los mercados imperfectos
- 2.2 Ratios de concentración de Mercado
- 2.3 Índice Hirschman Herfindahl H-H

F Análisis de Riesgo

1. Conceptos de Riesgo e Incertidumbre

- 1.1 Definición de riesgo e incertidumbre
- 1.2 Tipos de riesgo
- 1.3 Métodos de probabilidad discreta y continua y análisis de riesgo
- 1.4 Conceptos de utilidad en la aversión al riesgo, neutralidad, y búsqueda del riesgo.

2. Modelos de Valoración de Riesgo
 - 2.1 Modelo básico de valoración
 - 2.2 Corrección equivalente de certeza
 - 2.3 Tasa de descuento ajustada por el riesgo.

V ACTIVIDADES

1. Lecturas por el profesor
2. Solución de problemas y casos
3. Activa participación de los estudiantes
4. Exámenes
5. Asignaciones y trabajo final

VI EVALUACIÓN

Dos exámenes parciales	50%
Un examen final	25%
Monografía	15%
Asignaciones y participación en clase	10%
Total	100%

VII NOTAS ESPECIALES

- 1) Servicios auxiliares o necesidades especiales
Todo estudiante que requiera servicios auxiliares o asistencia especial deberá solicitar los mismos al inicio del curso o tan pronto como adquiera conocimiento de que los necesita, a través del registro correspondiente, en _____.
- 2) Honradez, fraude y plagio
La falta de honradez, el fraude, el plagio y cualquier otro comportamiento inadecuado con relación a la labor académica constituyen infracciones mayores sancionadas por el **Reglamento General de Estudiantes**. Las infracciones mayores, según dispone el **Reglamento General de Estudiantes**, pueden tener como consecuencia la suspensión de la Universidad por un tiempo definido mayor de un año o la expulsión permanente de la Universidad, entre otras sanciones.
- 3) Uso de dispositivos electrónicos
Se desactivarán los teléfonos celulares y cualquier otro dispositivo elec-

trónico que pudiese interrumpir los procesos de enseñanza y aprendizaje o alterar el ambiente conducente a la excelencia académica. Las situaciones apremiantes serán atendidas, según corresponda. Se prohíbe el manejo de dispositivos electrónicos que permitan acceder, almacenar o enviar datos evaluaciones o exámenes.

VIII RECURSOS EDUCATIVOS

Libro de texto: Hirschey, Mark, Managerial Economics 12th South Western/ Cengage , 2009.

Pindyck, Robert S. y Daniel L. Rubinfeld, Microeconomics 7th Pearson/ Prentice-Hall, 2009.

Revistas: The Economics, Business Week, U.S. News and World Report.

Periódicos: Caribbean Business, El Nuevo Día.

Recursos Audiovisuales: serán asignados

Recursos Electrónicos: asignados al final de cada capítulo,

IX BIBLIOGRAFÍA

Referencias Seleccionadas al final de cada capítulo del libro de texto.

OPAC/VAAEPS
Rev. 08/2012