

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE QUÍMICA

PROGRAMAS DE ESTUDIO

Asignatura ECONOMÍA Y SOCIEDAD	Ciclo FUNDAMENTAL DE LA PROFESIÓN	Área SOCIOHUMANÍSTICA	Departamento ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL
---	--	--	---

HORAS/SEMANA

OPTATIVA	Clave 0095	TEORÍA 3 h	PRÁCTICA 0 h	CRÉDITOS 6
-----------------	-------------------	-------------------	---------------------	-------------------

Tipo de asignatura:	TEÓRICA
Modalidad de la asignatura:	CURSO

ASIGNATURA PRECEDENTE: Ninguna

ASIGNATURA SUBSECUENTE: Ninguna

OBJETIVO(S):

Conocer los aspectos que afectan el ahorro y el gasto público, la formación de capital y las inversiones, el rendimiento y grados de riesgo, trabajo manual e intelectual, su participación profesional y el impacto en diferentes niveles de consumo.

Identificar el impacto de las tendencias y modelos económicos en avances o descubrimientos y sus posibles aplicaciones.

Analizar las interacciones que presenta el momento económico en la situación social y nivel cultural.

Reconocer el sentido de valor agregado, generación y distribución de la riqueza.

Identificar las relaciones económicas entre poder público e iniciativa privada.

UNIDADES TEMÁTICAS

NÚMERO DE HORAS POR UNIDAD	UNIDAD
6T	1. VARIABLES MACROECONÓMICAS 1.1 Descripción de las variables económicas, su interpretación y el grado de influencia que básicamente tienen en los sectores productivos y en la sociedad.
3T	2. CONCEPTO DE VALOR Y COSTO SOCIAL 2.1 Cómo reconocen y aprecian los consumidores desde su perspectiva el valor que agregan o integran los procesos de transformación.
3T	3. GENERACIÓN DE RIQUEZA MARGEN DE UTILIDAD 3.1 Reconocimiento social que acepta la sociedad a las organizaciones como premio a la generación de riqueza en las empresas.
9T	4. LA SOCIEDAD DE OFERTA Y DEMANDA 4.1. Equilibrio deseable de las entidades productivas de bienes y servicios, en una economía de mercado y la satisfacción de necesidades de los consumidores.
6T	5. FIJACIÓN DE PRECIOS Y COMPETENCIA 5.1. Elasticidad de la demanda en función de mercados satisfechos o insatisfechos, presencia de competidores nacionales o internacionales. Obsolescencia de productos. Manejo de ofertas y promociones.

6T	6. ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES 6.1. Vigilancia, participación e influencia de grupos especializados con conocimiento específico que les permite orientar a líderes de opinión de la sociedad ante los avances que tienen impacto económico.
9T	7. MARCO REGULATORIO 7.1. Mecanismos gubernamentales de supervisión y control en sus diferentes niveles y enfoques políticos que modifican la relación de la sociedad e impactan su participación económica y viceversa.
6T	8. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL 8.1 Descripción y análisis de los objetivos no económicos de una organización empresarial y la posible incompatibilidad con el entorno social o su permanencia.

SUMA: 48T

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. Vargas, Sánchez Gustavo, *Introducción a la teoría económica. Aplicaciones a la economía mexicana*, México, Edit. Prentice Hall, 2002.
2. Samuelson, Paul, *Macroeconomía con aplicaciones a México*, México, Edit. Mc Graw Hill, 1998.
3. Samuelson, Paul, *Microeconomía*, 17ª edición, México, Edit. Mc Graw Hill, 2004.
4. López, Julio, *La macroeconomía de México: el pasado reciente y el futuro posible*, México, Edit. Porrúa/UNAM, 1998.
5. Parkin, Michael, *Microeconomía con aplicaciones a Latinoamérica*, 5ª edición, México, Pearson Educación, 2001.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

1. Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, *Tratado de libre comercio de América del Norte*, 2 volúmenes.
2. *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, Ed. Porrúa, 2004.
3. El Colegio Mexiquense 2000, *¿Pueden ahorrar los pobres?, ONG y proyectos gubernamentales en México*.
4. López, Julio, *Macroeconomía del empleo*, México, Edit. Porrúa/UNAM, 1997.
5. McCarthy, Jerome, *Marketing, un enfoque global*, México, 13ª edición, México, Mc Graw Hill, 2001.
6. McCarthy, Jerome, *Fundamentos de comercialización. Principios y métodos*, México, Mc Graw Hill, 2000.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

Exposición oral por parte del profesor sumado a la interacción constante con los alumnos.

Equipos de trabajo por parte de los alumnos para que expongan y comenten algún tema en específico.

Tareas a casa.

En cada clase se expongan por parte del profesor y alumnos las noticias, dadas a conocer a través de los medios de comunicación, relacionadas con el tema.

Utilizar diversas herramientas audiovisuales: proyector de acetatos, proyector de diapositivas, televisor/videocasetera, equipo de cómputo y videoprojector.

FORMA DE EVALUAR

Exámenes, Participación en clase y trabajos

PERFIL PROFESIOGRÁFICO DE QUIENES PUEDEN IMPARTIR LA ASIGNATURA

Profesores con una licenciatura en economía y/o que en su desempeño profesional estén vinculados con la temática.

Experiencia en la docencia.

Haber aprobado cursos de pedagogía y de nuevos métodos de enseñanza; para lo cual la Facultad propiciará actividades al respecto dentro de su programa de actualización docente.

