

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA

Código:	ESPOL02127 (TEMPORAL)
Nombre:	ANÁLISIS ECONÓMICO GLOBAL
Modalidad de la asignatura	Híbrida
Idioma de impartición de la asignatura:	Español
Organización del aprendizaje	Número de Horas
Aprendizaje en contacto con el profesor	48.0
Aprendizaje práctico-experimental	48.0
Aprendizaje autónomo	48.0
TOTAL DE HORAS	144,00
CRÉDITOS DE LA ASIGNATURA	3,00

2. PALABRAS CLAVE

demanda, oferta, entorno político, entorno económico, globalización, oligopolio

3. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Debatir sobre el entorno de los negocios mediante herramientas de análisis que consideran el comportamiento del mercado y sus agentes (consumidores y productores), la teoría microeconómica, incorporando una visión global para la formulación estratégica de la empresa e identificación de nuevas oportunidades de negocios.

4. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura, proporciona a los estudiantes las herramientas y conocimientos necesarios para comprender y analizar el impacto del entorno económico global en las decisiones y estrategias de una organización. Con un enfoque práctico y aplicado, el curso aborda tanto aspectos macroeconómicos como microeconómicos, incluyendo el análisis de la industria, la competencia perfecta, el monopolio y el oligopolio. Los estudiantes aprenderán a evaluar cómo factores económicos, políticos, sociales y culturales influyen en las decisiones de las empresas tanto a nivel local como en las estrategias hacia la globalización.

5. CONOCIMIENTOS Y/O COMPETENCIAS PREVIOS

Conocimientos básicos de matemáticas, así como uso de hojas de cálculo (e.g. Excel)

6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

	Resultados de aprendizaje de las Asignatura (Ya declarados previamente/en función de los contenidos)	Resultado de aprendizaje del programa (Ya declarados previamente)	Nivel de contribución del resultado de aprendizaje del programa al perfil de egreso (Alto/Medio/Bajo)
1	Evaluar el impacto de las tendencias económicas globales en la competitividad de las empresas, analizando cómo el entorno económico, político, cultural y tecnológico influye en la toma de decisiones estratégicas y el desempeño empresarial.	Gerentes competentes en áreas funcionales de la administración de negocios	Alta
2	Analizar el comportamiento del consumidor y las estructuras de mercado, incluyendo competencia perfecta e imperfecta, monopolios, oligopolios y la influencia de las	Gerentes competentes en áreas funcionales de la administración de negocios	Alta

6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

	Resultados de aprendizaje de las Asignatura (Ya declarados previamente/en función de los contenidos)	Resultado de aprendizaje del programa (Ya declarados previamente)	Nivel de contribución del resultado de aprendizaje del programa al perfil de egreso (Alto/Medio/Bajo)
2	políticas antimonopolio, considerando diferentes contextos de mercado.	Gerentes competentes en áreas funcionales de la administración de negocios	Alta
3	Evaluar las externalidades y los efectos de la globalización en la economía aplicando teorías económicas para la toma de decisiones empresariales estratégicas	Individuos socialmente responsables en el ambiente de negocios	Alta

7. LISTADO DE UNIDADES

Unidad	Nombre de las Unidades y Subunidades	Horas de componentes		
		Contacto con el profesor	Práctico-Experimental	Aprendizaje autónomo
1.	1. Introduccion al Entorno de los Negocios 1.1. Micro y Macro Entorno 1.2. Análisis PESTLE	4	4	4
2.	2. El Entorno Económico 2.1. Conceptos básicos 2.2. Las Cuentas Nacionales 2.3. Ciclos Económicos: Políticas Cíclicas y Contracíclicas 2.4. Economía Global 2.5. Ecosistema de Emprendimiento y Competitividad	6	6	6
3.	3. Entorno Político y Entorno Cultural 3.1. Mapa Político 3.2. Análisis de Stakeholders 3.3. Los Desafíos de la Política en la Región 3.4. Entorno Cultural. 3.4.1 Corrupción. 3.4.2 Negocios interculturales 3.5. Entorno Tecnológico y Nuevas Tendencias	6	6	6
4.	4. Internacionalización de Empresas 4.1. Estrategias de Entrada 4.2. Selección de países 4.3. Modelos de Internacionalización: Gradual vs. Born Global 4.4. Globalización	8	8	8
5.	5. Introducción, Equilibrio General (Teoría del Consumidor y de la Firma) 5.1. Alcance y Método de Economía 5.2. Demanda, Oferta y Equilibrio del Mercado 5.3. El Comportamiento y Decisiones del Consumidor	6	6	6

Unidad	Nombre de las Unidades y Subunidades	Horas de componentes		
		Contacto con el profesor	Práctico-Experimental	Aprendizaje autónomo
5.	5.4. El Comportamiento y Decisiones de las Empresas	6	6	6
6.	6. Competencia Perfecta e Imperfecta 6.1. Competencia Perfecta 6.2. Competencia Monopolística 6.3. Oligopolio y Teoría de Juegos	6	6	6
7.	7. Externalidades	4	4	4
8.	8. Análisis de una Industria 8.1. Análisis de una Industria	8	8	8

8. METODOLOGÍA

Estrategia metodológica general: trabajo por proyectos, trabajo por casos, estudios de caso/casos de estudio, aprendizaje basado en investigación, etc. El enfoque general es trabajo por proyectos. Cada tema combina lecturas de preparación más aprendizaje práctico y de aplicación en las organizaciones donde trabajan los participantes. Técnicas de aprendizaje: Trabajo colaborativo, proyectos, foro. Actividades: Talleres, proyectos, foros, panel, conferencia, lectura independiente, etc.

9. EVALUACIÓN POR COMPONENTES DEL APRENDIZAJE

COMPONENTE		Porcentaje %	Tipo de evaluación		
			Diagnóstica	Formativa	Sumativa
1	Aprendizaje en contacto con el profesor	30,00	x	x	
2	Aprendizaje práctico-experimental	40,00			x
3	Aprendizaje autónomo	30,00			x

10. BIBLIOGRAFÍA

Básica:
Krugman, P. (2020). MICROECONOMICS (6TH ED) (edición en inglés). Editorial W.H.FREEMAN & CO LTD
Alemán, F. (n.d.). Las Costumbres de los Ecuatorianos. Cambios culturales en la segunda mitad del siglo XX (Manuscrito). Guayaquil, Ecuador.
Centro de Información y Recursos para el Desarrollo (CIRD). (2001). Mapa Político. En "El Cabildeo, una estrategia para incidir en las políticas públicas". Asunción, Paraguay
Crosby, B. (1992). Management and the Environment for Implementation of Policy Change Part I. IPC Technical Notes No. 4. Washington, D.C.: U.S. Agency for International Development.
Galicia, F. (2001). Apuntes de Introducción a la Economía (Manuscrito). Barcelona, España: Universitat Pompeu Fabra.
Complementaria:
Grossman, R. (2016). The Industries that are being Disrupted the Most by Digital. Harvard Business Review. Disponible en: https://hbr.org/2016/03/the-industries-that-are-being-disrupted-the-most-by-digital
Kilroy, A.F.L, Mukim, M., & Negri, S. (2015). Ciudades Competitivas para empleos y crecimiento: Qué, quién y cómo. Washington, D.C.: Banco Mundial.
Mankis, M. (2016). Is Technology Really Helping Us Get More Done? Harvard Business Review. Disponible en: https://hbr.org/2016/02/is-technology-really-helping-us-get-more-done
Martínez, M. (2008). Política monetaria en Ecuador: manejo y perspectivas. En C. Giraldo (Ed.), ¿Hacia dónde va la política monetaria? Opciones para las economías emergentes (pp. 173-185). Colombia: Fondo Latinoamericano de Reservas.

11. RESPONSABLES DE LA ELABORACIÓN DEL SÍLABO

Nombre	Responsabilidad
ZURITA ERAZO SONIA ANALIA	Coordinador de asignatura
ORDEÑANA RODRIGUEZ XAVIER	Colaborador