

C.E.N.S 239 CUE 700060600

DOCENTES: GUSTAVO ANDRES BECERRA Y FERNANDO GONZALEZ.

CURSOS: 3 AÑO 1 y 2 DIVISION _ **MODALIDAD:** ADULTOS_ **TURNO:** NOCHE

ESPACIO CURRICULAR: ECONOMIA POLITICA

TITULO: LAS FORMAS DE MERCADO Y LA COMPETENCIA (UNIDAD 3)

TEMAS: Mercado: concepto y tipos de mercado. Mercado de competencia perfecta: características.

Fecha de entrega de la presente guía: 21/08/20

OBJETIVOS:

- Diferenciar los mercados competitivos de aquellos que no lo son.
- Analizar el funcionamiento de mercados reales y observar sus diferencias con los modelos, así como sus consecuencias para los consumidores, empresas o Estado.

CONTENIDOS:

Visualizar el siguiente link y trabajar en base a el.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>

ACTIVIDADES

- 1) ¿Qué es lo que entendemos por mercado?
- 2) ¿Cuál es la principal diferencia entre un mercado competitivo y uno que no lo es?
- 3) ¿A que nos referimos cuando hablamos de “libre competencia”?
- 4) ¿Qué son empresas precio-aceptantes?

GUIA DIDACTICA DE ECONOMIA

DOCENTES RESONSABLES: GUSTAVO ANDRES BECERRA –FERNANDO GONZALEZ

5) Uno de los supuestos de la competencia perfecta requiere que los bienes y servicios que ofrecen todas las empresas sean perfectamente sustituibles entre sí:

Verdadero.....

Falso.....

6) Señala cuál de los siguientes enunciados no es una condición de los mercados de competencia perfecta:

- ✓ Un número elevado de participantes en el mercado, tanto de compradores como de vendedores.
- ✓ Las empresas existentes en el mercado pueden y deben impedir la entrada de otras nuevas.
- ✓ Que los compradores y los vendedores tienen un conocimiento pleno de las condiciones generales del mercado.
- ✓ Que el producto es heterogéneo.(diferente)

7) ¿Por qué en los mercados de competencia perfecta las empresas que pretendan obtener mayores beneficios deben recurrir al máximo aprovechamiento de la tecnología?
Fundamenta.

8) Cual de las próximas propiedades no caracteriza a los mercados competitivos.

- Empresas precios-aceptantes.
- Número reducido de vendedores.
- Libertad de entrada y salida.

9) Que un producto sea homogéneo significa que:

- Los consumidores consideran sustitutivos perfectos a los productos de todas las empresas.
- Se puede producir tan solo en cuantías discretas.
- Su precio se determina a través de la interacción entre oferta y demanda en un mercado perfectamente competitivo.

10) La diferenciación de productos destruye uno de los supuestos del mercado de competencia perfecta. ¿Cuál es?

11) ¿Por qué el oferente (vendedor) busca la diferenciación?

12) ¿es bueno o malo para los consumidores que las empresas carezcan de poder para manipular el precio de sus productos? Justificar.

13) ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es falsa en relación a una empresa en competencia perfecta?

- ❖ A los ojos de los compradores, la empresa vende un producto idéntico a cualquier otro producto de la industria.
- ❖ Existen pocos sustitutos del producto que se vende.
- ❖ No contar con toda la información necesaria para los vendedores como para los compradores.

CAPACIDAD A DESARROLLAR

COGNITIVO:

Habilidad de comprensión - Capacidad de asociación - Técnica para aplicar los conocimientos a la práctica

PROCEDIMENTAL

- Analiza y compara el funcionamiento de los diferentes tipos de mercado, explicando sus diferencias.

ACTITUDINAL

Responsabilidad en el cumplimiento de las tareas y material solicitado

Demostrar interés en la investigación

Aprecio e interés al trabajo grupal.

DESARROLLO DE ACTIVIDADES:

GUIA DIDACTICA DE ECONOMIA

DOCENTES RESONSABLES: GUSTAVO ANDRES BECERRA –FERNANDO GONZALEZ

Lectura comprensiva - Sinopsis de ideas principales -

Búsqueda y manejo de la información - Aplicación de tecnologías

BIBLIOGRAFIA:

www.economipedia.com / www.docsity.com

CORREO DEL DOCENTE: gusbecerra75@outlook.es Teléfono: 264 5052614

CORREO DEL DOCENTE: fernandogonzalez3074@gmail.com : Prof. González Fernando

Teléfono: 264 5042559

RECORDAR PASAR LAS ACTIVIDADES A SUS CUADERNOS

RESPONSABLE DE LA INSTITUCIÓN: JUAN CARLOS BRIZUELA