

1

**Universidad de los Andes**

**Facultad de Economía**

Microeconomía I - 31209-05

(Administración-Ingeniería)

Profesor: Andrés Ospina M.

Telefonos: 2102181, 2102203.

Primer Semestre de 1.996.

**1. Objetivos:**

En este curso se pretende dar a conocer al estudiante los fundamentos conceptuales básicos de la microeconomía o teoría de los precios neoclásica, base de todo el análisis moderno. Paralelo a estos conceptos se buscara mostrar su aplicación practica.

**2. Metodología:**

La metodología del curso, consiste en la exposición de los diferentes temas por parte del profesor. Para una mejor comprensión de la materia los estudiantes deberán adelantar antes de cada clase las lecturas correspondientes al tema a tratar. Periódicamente se realizaran talleres y tareas, con el objetivo de que el estudiante aplique y profundice a través de ejercicios los conceptos vistos en clase.

Adicionalmente se realizaran monitorias para la solución de los talleres y tareas y aclaración de dudas sobre los temas vistos en clase.

**3. Evaluación:**

La evaluación del curso es la siguiente:

a. Exámenes parciales:

Se realizaran 3 (tres) exámenes parciales, sin embargo solo se tendrán en cuenta los 2 (dos) mejores exámenes, cada uno tendrá un valor del 25%. No se realizaran exámenes adicionales

ni supletorios para aquellos estudiantes que falten a mas de un parcial, cualquiera que fuere su causa. La fecha de los parciales es la siguiente:

Primer parcial 15 de febrero

Segundo parcial 21 de marzo

Tercer parcial 7 de mayo

b. Talleres y quices:

Se realizaran aproximadamente 5 talleres, siendo todos de caracter obligatorio. El tiempo máximo para la entrega de los talleres será de una (1) semana, después de haber sido asignado. No se recibirán talleres después del tiempo anteriormente estipulado.

Periodicamente se efectuaran quices en clase, sobre los temas ya vistos o sobre los previamente preparados para clase. Estos se realizaran sin previo aviso.

Los talleres y quices representan el 20% de la nota final.

c. Examen final:

Este examen es de carácter acumulativo, por tanto comprende **todos** los temas vistos en el curso. Tendrá un valor del 30% de la nota final.

2 mejores parciales (25% c/u)	50%
Talleres y quices	20%
Examen final	<u>30%</u>
	100%

d. Fraude:

**La copia o fraude en los exámenes u otras pruebas se encuentra totalmente prohibida por la universidad**, por tanto esta se sancionara drásticamente de la siguiente manera:

- El estudiante tendrá nota de cero (0.0) en la respectiva prueba.
- El caso será enviado al consejo de la facultad respectiva, para que determine la sanción que considere apropiada.

3

- Es igualmente culpable quien copia, como quien se deja copiar, por tanto las anteriores sanciones también se aplican a quien se deje copiar.

e. Aproximaciones:

El estudiante aprobará la materia si tiene en su nota final como mínimo 2.85 (con 2.84 NO aprueba la materia), y además ha aprobado por lo menos uno de los exámenes parciales o el examen final.

Las aproximaciones serán de la siguiente manera:

- 2.30 y superiores a 2.5
- 2.85 y superiores a 3.0
- 3.30 y superiores a 3.5
- 3.75 y superiores a 4.0
- 4.30 y superiores a 4.5
- 4.75 y superiores a 5.0

**4. Contenido:**

I. Introducción

II. El Mercado

Oferta y demanda.

III. Teoría del Consumidor.

Restricción presupuestaria

Preferencias

Utilidad

La elección

La demanda del consumidor

La ecuación de Slutsky

La demanda de mercado

Elasticidades

Elección intertemporal

Excedente del consumidor

Equilibrio

IV. Teoría del Productor.

La tecnología

La maximización del beneficio

La minimización del costo

Curvas de costos

Curva de oferta

Oferta de la empresa

Oferta de la industria

V. Competencia perfecta

5. Bibliografía:

- Call y Holahan. "Microeconomía". Grupo editorial Iberoamérica. México D.F. 1985.
- Miller y Meiners. "Microeconomía". Ed. Mc. Graw Hill. Bogotá. 1991.
- Varian. H.R. "Microeconomía intermedia". Antoni Bosch Editor. Tercera edición 1994.

6. Lecturas:

Todas las lecturas son de carácter obligatorio.

I.Introducción:

Miller, Cap. 1

II. El mercado.

Varian, 1.1 a 1.5

Oferta y demanda.

Miller, Cap. 2.

III. Teoría del Consumidor.

Restricción presupuestaria

Varian, 2.1 a 2.4, Miller, Cap. 3

Preferencias

Varian Cap. 3, Miller, Cap. 3

Utilidad

Varian 4.5

La elección

Varian Cap 5, Miller, Cap. 3

La demanda del consumidor	Varian, Cap. 6, Miller Cap 4.
La ecuación de Slutsky	Varian, Cap 8, Miller págs 115-124
La demanda de mercado	Varian 15.1 a 15.4
Elasticidades	Miller, Cap 5, Varian 15.5 a 15.7
Preferencias reveladas	Varian 7.1 a 7.4
Elección intertemporal	Varian 10.1 a 10.5
Excedente del consumidor	Varian 14.4 a 14.7. Miller págs 620-621
Equilibrio	Varian 16.1 a 16.8

IV. Teoría del Productor.

La tecnología	Varian Cap 17. Miller págs 261-267
La maximización del beneficio	Varian 18.1, 18.4, 18.5, 18.7 a 18.9
La minimización del costo	Varian 19.1, 19.3 a 19,5
Curvas de costos	Varian Cap. 20
Oferta de la empresa	Varian Cap 21
Oferta de la industria	Varian 22.1 a 22.5

V. Competencia perfecta

Miller, págs 332 a 352