

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
Facultad de Economía

MICROECONOMIA I
PROGRAMA
Segundo Semestre de 1993

PROFESOR: Luis Felipe Zanna
HORARIO: Martes y Jueves de 4:00 a 6:00 PM
SALON: B-301

OBJETIVOS: Los objetivos de este curso son:

1. Hacer una introducción de la teoría microeconómica, precisando sus herramientas y sus conceptos básicos.
2. Introducir algunos conceptos sobre las economías de mercado y estudiar la interacción entre oferta y demanda en mercados con distorsiones y sin distorsiones.
3. Presentar y analizar los fundamentos de la teoría del consumidor y de la teoría del productor.
4. Estudiar la formación de precios y fijación de niveles de producción bajo competencia perfecta.

METODOLOGIA: Los temas principales serán presentados en clase por el profesor, pero deben estar respaldados por una serie de lecturas que serán preparadas antes de cada sesión. Además de las horas de clase se llevarán a cabo monitorías semanales, en las cuales se realizarán ejercicios y talleres sobre los temas vistos en clase.

EVALUACION:

1. Primer Parcial	Septiembre 14	25%
2. Segundo Parcial	Noviembre 4	25%
3. Examen Final		30%
4. Control de lectura		10%
5. Talleres		10%
TOTAL		100%

PROGRAMA:

I. INTRODUCCION.

1. La Economía como Ciencia Social.
2. Diferencia entre Economía Normativa y Economía Positiva.

- 3. El flujo circular de la economía.
- 4. Economías de mercado
- 5. Microeconomía y macroeconomía.

II. EL MERCADO.

- 1. Conceptos básicos sobre oferta y demanda.
- 2. Funciones y curvas de oferta y demanda
- 3. Movimientos sobre y desplazamientos de las curvas.
- 4. Equilibrio y ajustes en mercados sin distorsiones.
- 5. Equilibrio y ajustes en mercados con distorsiones.
- 6. Excedente del consumidor y excedente del productor.

III. TEORIA DEL CONSUMIDOR.

- 1. Utilidad y Preferencia.
 - a. Enfoque cardinal y ordinal de la función de utilidad.
 - b. Utilidad total y marginal.
 - c. Supuestos de la teoría de preferencias.
 - d. Curvas de Indiferencia.
 - e. Tasa Marginal de Sustitución.
- 2. La Demanda.
 - a. Restricción presupuestal
 - b. Optimo del consumidor.
 - c. Variaciones del óptimo del consumidor.
 - d. Efecto Ingreso y Efecto Sustitución.
 - e. Ecuación de Slutsky.
 - f. Curvas de ingreso consumo. y de precio consumo.
 - g. Bienes normales, inferiores y giffen.
 - h. Curvas de demanda individual y de mercado.
- 3. Elasticidades.
 - a. Elasticidad precio .
 - b. Elasticidad arco y punto.
 - c. Elasticidad ingreso.
 - d. Elasticidades cruzadas.

IV. TEORIA DE LA FIRMA.

- 1. Teoría de la Producción.
 - a. Proceso productivo, tecnología y eficiencia.
 - b. Función de producción de corto plazo.
 - c. Curvas de producto total, medio y marginal.
 - d. Ley de rendimientos marginales decrecientes.
 - e. Las tres etapas de la producción.
 - f. Función de producción de largo plazo e isocuantas.
 - g. Tasa Marginal de Sustitución Técnica.
 - h. Rendimientos y economías de escala.
- 2. Teoría de Costos.
 - a. Costo de oportunidad.

- b. Costo fijo, variable y total
- c. Costo total, medio y marginal.
- d. Curvas de costos de corto y largo plazo.
- e. Curvas de isocosto y línea de expansión.
- 3. La Oferta.
 - a. La firma maximizadora de ingresos.
 - b. Funciones de oferta .
 - c. Curva de oferta de la firma.
 - d. Curva de oferta del mercado.
 - e. Equilibrio de corto y largo plazo.

V. LA INTERRELACION DE LOS AGENTES ECONOMICOS.
(opcional)

- 1. Diferencias entre equilibrio parcial y general.
- 2. Caja de Edgeworth-Bowley.
- 3. Eficiencia en el consumo y la producción.
- 4. La curva de contrato.
- 5. La curva de transformación.

BIBLIOGRAFIA:

Textos sugeridos:

- 1. Call y Holahan. "Microeconomía". Grupo Editorial Iberoamerica. 1985.
- 2. Miller y Meiners. "Microeconomía". McGraw Hill. Tercera Edición. 1988
- 3. Varian, Hal R. "Microeconomía Intermedia. Un Enfoque Moderno". Antoni Bosch. Segunda Edición. Barcelona.1991.

LECTURAS:.

I. INTRODUCCION. (primera semana)

- a.. Miller y Meiners. Cap. 1

II. EL MERCADO. (segunda y tercera semana)

- a. Call y Holahan Cap 2.
- b. Miller y Meiners. Cap 2.
- c. Varian Caps 1 y 16

III. TEORIA DEL CONSUMIDOR.

1. Utilidad y Preferencia. (cuarta semana)

- a. Call y Holahan. Cap 3. p 53-59

Handwritten signature and date: Miller 10/22

- b. Miller y Meiners. Cap 3. p. 57-71
- c. Varian Caps 3y 4.

2. La Demanda. (quinta, sexta y séptima semana)

- a. Call y Holahan. Cap 3. p 69-81 y cap 4.
- b. Miller y Meiners. Cap 3. p. 73-84 y Cap. 4.
- c. Varian Caps 2,5,6,8, y 9.

3. Elasticidades. (octava semana)

- a. Call y Holahan. Cap 3. p 82-99.
- b. Miller y Meiners. Cap 5.
- c. Varian Cap. 15.

IV. TEORIA DE LA FIRMA.

1. Teoría de la Producción. (novena y décima semana)

- a. Call y Holahan. Cap. 5.
- b. Miller y Meiners. Cap. 8.
- c. Varian Cap. 17.

2. Teoría de Costos. (décimo primera, décimo segunda y décimo tercera semana)

- a. Call y Holahan. Cap. 9.
- b. Miller y Meiners. Cap. 9.
- c. Varian Caps. 18,19 y 20.

3. La Oferta.(décimo cuarta y décimo quinta semana)

- a. Call y Holahan. Caps. 7 y 8..
- b. Miller y Meiners. Caps. 10 y 11.
- c. Varian Caps. 21 y 22.

V. LA INTERRELACION DE LOS AGENTES ECONOMICOS.

(opcional, décimo sexta semana)

- a. Call y Holahan. Cap. 13.
- b. Miller y Meiners. Caps. 17.
- c. Varian Caps. 27 y 28.