

1

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES  
Facultad de Economía

MICROECONOMIA I  
Segundo Semestre de 1993

Profesora: Luisa Fernanda Silva E.

**OBJETIVO:**

En el presente semestre se estudiará, con algún detalle, la teoría del consumidor, la teoría de la firma y los mercados en competencia perfecta. La idea básica consiste en familiarizar al estudiante con los conceptos y herramientas básicas de la teoría del consumidor y el productor dentro de la perspectiva neoclásica.

**METODOLOGIA**

Las clases se realizarán dentro del horario asignado por la universidad, en donde se expondrá por parte del profesor, y de manera resumida, los diferentes temas que se asignen a cada sesión. Es muy importante que las lecturas asignadas sean realizadas a tiempo por parte de los estudiantes, puesto que así será posible agilizar la comprensión del tema.

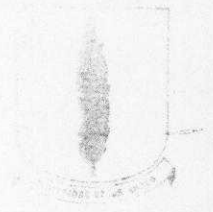
**CONTENIDO DEL CURSO**

**I. INTRODUCCION**

La economía como ciencia social - El carácter científico de la economía - Economía positiva y normativa - El principio de racionalidad - Microeconomía y Macroeconomía - La oferta y la demanda.

**II. TEORIA DEL CONSUMIDOR**

- Utilidad y preferencias: - Leyes de preferencia - Cardinalidad y ordinalidad - Curvas de indiferencia - Restricción presupuestal - Optimo del consumidor.
- La demanda del consumidor: - Curvas de ingreso-consumo - Trayectorias de expansión de precios - Bienes sustitutos y complementarios - Efectos ingreso y sustitución - Elasticidades precio e ingreso - Bienes normales e inferiores - Demandas compensadas.



**III. TEORIA DE LA FIRMA**

- Producción y costos: - La función de producción - Las etapas de la producción - La ley de los rendimientos marginales decrecientes - Isocuantas de producción - Rendimientos a escala - Análisis de producción en el largo plazo - Costos de producción - Costos medios y marginales - Costos de corto y largo plazo - El óptimo de la empresa competitiva.

**IV. COMPETENCIA PERFECTA**

- Competencia perfecta versus competencia pura - Las curvas de ingreso de la empresa competitiva - El equilibrio competitivo en el corto plazo - Ajustes en la oferta de la empresa en el largo plazo - La curva de oferta de la industria en el largo plazo - El equilibrio de la competencia en el largo plazo.

**BIBLIOGRAFIA**

1. Call y Holahan. Microeconomía, Grupo Editorial Iberoamérica, 1985.
2. Miller, LeRoy y Meiners, Roger. Microeconomía, McGraw Hill, Tercer Edición, 1990.

**BIBLIOGRAFIA ADICIONAL**

1. Hirschleifer, Jack. Microeconomía. Teoría y Aplicaciones. Prentice Hall, México, 1988.
2. Varian, H. R.. Microeconomía Intermedia, Antoni Borda Editor, Barcelona, 1987.

**EVALUACION**

Primer parcial	20%
Segundo parcial	20%
Examen final	30%
Quices	15%
Tareas, talleres	15%