



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, FACULTAD DE ECONOMÍA
TEORIA DEL CONSUMIDOR & LA FIRMA
(ECON2106 secciones 7-8-9) Semestre: I-2006

Profesor: Juan Camilo Cárdenas (Facultad de Economía)

Correo electrónico: jccarden@uniandes.edu.co

Paginas Web: <http://economia.uniandes.edu.co/>

<http://wwwprof.uniandes.edu.co/~jccarden>

Tel. 339-4949 ext 2473

Profesores Complementarios:

Sandra Polanía s-polani@, Vicky Soto vi-soto@, Patricia Rincón gl-rinco@

Horario de clase:

Clase Magistral: Miércoles y Viernes 14:00 – 15:20 (Salón O-202)

Clase Complementaria: Martes 14:00 – 15:20 (Salones LL_401, LL_207, G_102)

1. Objetivos del curso

Ofrecer a los estudiantes una introducción a los principios de la teoría microeconómica del consumidor, la demanda, la firma y la producción y su interacción en mercados competitivos y mercados imperfectos que observamos en los sistemas económicos.

Con este curso los estudiantes podrán tener los elementos básicos para comprender el funcionamiento de la economía desde la perspectiva micro de las decisiones y racionalidad de las firmas y de los consumidores en un sistema de mercado capitalista moderno.

2. Metodología del curso

El curso combina diferentes espacios pedagógicos:

- Clases magistrales dictadas por el profesor de la materia y clases complementarias guiadas por los asistentes graduados en grupos más pequeños.
- Experimentos económicos realizados en clase, donde los estudiantes participan como agentes económicos en ejercicios de decisiones y cuyos datos deberán después analizar.
- Talleres y ejercicios que los estudiantes, con el apoyo de los asistentes graduados, deberán trabajar en clase y en casa.
- Exámenes parciales, quices, y comprobaciones de lectura.

3. Evaluación del curso:

Una primera aclaración: El sistema de evaluación del curso está basado en puntajes que **evalúan los productos de los estudiantes** y no los estudiantes mismos. Creo que es muy complejo evaluar a las personas, pero si mucho mas objetivo y medible evaluar sus acciones y productos, e.g. exámenes, tareas, quices, participación en ejercicios y sesiones.

La distribución de los porcentajes en el curso es la siguiente:

Comprobaciones, Quices, Talleres, Complementaria	40%
Examen parcial 1	20%
Examen parcial 2	20%
Examen parcial 3	20%

En la medida de lo posible el profesor entregará los resultados de las evaluaciones y talleres en un plazo máximo de 10 días después de hecha cada evaluación.

Las notas se aproximarán de acuerdo a la norma de la universidad:

x.00 a x.24 quedará en x.00

x.25 a x.74 quedará en x.50

x.75 a x.99 quedará en (x+1).00

Excepción: Cuando la nota final esté entre 2.75 y 2.99 inclusive, se aproximará la nota final a **2.50**.

Reclamos sobre exámenes: por escrito, y máximo hasta 8 días después de entregados a los estudiantes. El Reglamento General de Estudiantes de Pregrado (art. 49), estipula que la corrección de pruebas debe solicitarse por escrito durante la semana siguiente al día en que la nota fue puesta a disposición de los estudiantes. La revisión puede generar aumento, disminución o ratificación de la nota.

4. Fechas importantes:

Iniciación de Clases:	Enero 24
30% nota acumulada:	Marzo 17
Ultimo día para solicitar retiros de materias:	Marzo 24
Semana de Trabajo Individual:	Abril 10 -14
Ultimo día de clases:	Mayo 12
Exámenes Finales:	Mayo 15-26
Ultimo día para entrega de notas finales:	Junio 2

5. Algunas reglas del juego en el curso.

El avance y aprendizaje en el curso está altamente determinado por el compromiso individual y el respeto mutuo entre el profesor y los estudiantes y entre estos mismos. Igualmente se requieren ciertas normas mínimas para el desarrollo del curso:

- El **cumplimiento de horarios y fechas** del profesor y de los estudiantes es fundamental y un derecho de todos y cada uno.
- La convivencia en el salón de clase incluye el mantener los **teléfonos celulares apagados** durante clase. El beneficio para quien recibe la llamada no compensa en la inmensa mayoría de las llamadas el perjuicio para el resto del grupo. Si alguien espera una llamada **MUY** importante, déjemelo saber de antemano.
- El plagio es considerado **fraude**. El diccionario de la Real Academia define el plagio como “*copiar en lo substancial obras ajenas dándolas como propias*”, y la universidad tiene políticas muy claras al respecto.
- No sobra repasar el resto de normas establecidas por el “**Reglamento General de Estudiantes de Pregrado**”, disponible en <http://actasyacuerdos.uniandes.edu.co/>
- Usaremos **SICUA** como el principal medio de difusión del curso fuera de clase para el envío y recibo de preguntas, anuncios, talleres, respuestas.

6. Textos y lecturas complementarias

El principal texto del curso será Nicholson, W. (2004) *Intermediate Microeconomics, and Its Application*, 9th edition, Thomson South-Western.

Como sustituto podemos usar la traducción en español pero es necesario estar alerta con algunos problemas de la edición en español: Nicholson, W. (2001) *Microeconomía intermedia y sus aplicaciones*. 8a ed. Bogotá: McGraw Hill. Código biblioteca CEDE: 338.5 N325 Z213 2001.

Pindyck, R. y D. Rubinfeld (2001) *Microeconomía*. 5a. ed. Madrid; Santafé de Bogotá: Prentice Hall. Código biblioteca CEDE: 338.5 P352 Z261 2001

Otros textos de apoyo:

Varian H. (1999) *Microeconomía intermedia: un enfoque actual*. 5a. ed. Barcelona: Antoni Bosch Editor. Código biblioteca CEDE: 338.5 V299 Z261 1999

Cano Motta, A. (2001) *Problemas de microeconomía*. Bogotá, D.C.: Uniandes. Código biblioteca CEDE: CD338.5 C165

Contenidos y Lecturas del curso

Sem	Tema	Capítulo Nicholson	Capítulo Pindyck	Ejercicios sugeridos Cano
1	Un primer experimento sobre un mercado competitivo Viernes: análisis de los datos en cada subgrupo	Cáp. 1	Cáp. 1	Taller-1: Adam Smith y el experimento
2	El sistema económico Microeconomía Oferta y Demanda Equilibrio de mercado y competencia	Cáp. 1	Cáp. 1	A.10
3	Cambios en el equilibrio del mercado. Conceptos sobre elasticidad y su utilización en el análisis de mercados.	Cáp. 4	Cáp. 2	A.01- 02- 03-04-05- 06-07-08- 12-13 y C.10
4	Introducción a la teoría del consumidor	Cáp. 2 y 3	Cáp. 3	B.01-B.02-B.05-B.07
5	La demanda del consumidor. Los efectos sustitución e ingreso.	Cáp. 2 y 3	Cáp. 4	B.03-B.04-B.06- B.07-B.08- -B.12
	EXAMEN PARCIAL 1			
6	Experimento: fábrica de aviones Función de producción, gasto y el uso de factores.	Cáp.5 y 6	Cáp. 6	D.01 a D.07
7	Deducción de la función de costo	Cáp. 6.	Cáp. 7	E.01 a E.07
8	Análisis del comportamiento de la firma frente a un mercado en competencia. Deducción de la función de oferta de la firma y del mercado. Mercado en competencia perfecta	Cáp. 7 y 8	Cáp. 8	F.01 a F.05
9	El comportamiento eficiente del consumidor y del productor en el mercado. Análisis de mercados en competencia.	Cáp. 8 y 9	Cáp. 9	B.13
10	Análisis del monopolista simple. Intervención en el mercado monopolista.	Cáp. 10	Cáp. 10	G.01-G.02-G.03- G.04-G.05-G.06- G.09
	EXAMEN PARCIAL 2			
11	Teoría de juegos.	Cáp. 12	Cap. 13	
12	Teoría de juegos. Aplicaciones, ejercicios, repaso	Cáp. 12	Cap. 13	
13	SEMANA RECESO			
14	Introducción a mercados intermedios. Análisis del oligopolio. El modelo de Cournot. Colusión. El modelo de Stackelberg.	Cáp. 11	Cap. 11 y 12	I.01-I.02-I.05-I.06
15	Modelos alternativos a Cournot. Otros modelos del mercado oligopolista. La competencia monopolística.	Cáp. 11 y 12	Cap. 12	I.03-I.04-I.07-I.08- H.01-H.02-H.03
16	EXAMEN PARCIAL 3			