



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
Facultad de Economía

MICROECONOMIA 1

Profesor: HUMBERTO GALLEGO **Primer semestre de 1995**

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 - Teoría de la medida - La relación entre magnitudes totales, promedio y marginales.

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. Varian, H.R. Microeconomía Intermedia, Antoni Borda (Editor), Barcelona, 1987.
2. Hirshleifer, Jack. Microeconomía. Teoría y Aplicaciones. Prentice Hall, México, 1988.
3. Kelvin Lancaster, Microeconomía Moderna 1, Alianza Universidad Textos, México 1984.

EVALUACION

Primer parcial	25.0%
Segundo parcial	35%
Examen final	40%