



02
55.

UNIVERSIDAD
de los **ANDES**

FACULTAD DE ECONOMÍA

ASIGNATURA:

MICROECONOMÍA I

Segundo semestre de 2001

PROFESORES:

ÁLVARO A. MORENO S. E-mail: almoreno@uniandes.edu.co

Miércoles 5-7pm O-102

VIVIAN BARRIOS *Viernes 1-3 pm Z-209*

CAMILO BARRIOS *Viernes 12-2 pm O-403*

JAIME PINEDA *Jueves 7-9 am Z-201*

1. OBJETIVO

- Dotar a los estudiantes de los elementos básicos de la teoría económica y en especial de la teoría microeconómica relacionada con la conducta del consumidor, de las firmas y del funcionamiento de los mercados.
- Ejercitar a los estudiantes en la aplicación del instrumental de la teoría microeconómica a través de ejercicios y talleres sobre los diferentes temas, buscando con ello desarrollar en los estudiantes habilidades para la identificación, formulación y solución de problemas microeconómicos.

2. JUSTIFICACIÓN

La microeconomía constituye junto con la macroeconomía el núcleo de la formación en teoría económica del economista, y una asignatura fundamental en la formación de cualquier profesional del siglo XXI; proporciona las bases y las herramientas para la comprensión y modelaje del comportamiento de los agentes económicos individuales y del funcionamiento de los diferentes mercados, de tal manera que el estudiante este en capacidad de realizar análisis aplicados sobre problemas particulares tanto en el ámbito público como privado.

Esta asignatura es parte de la formación en Teoría Económica que ofrece la Facultad de Economía a los estudiantes que aspiran al título de economista y a los de otras carreras que requieren de la fundamentación microeconómica para cursos posteriores. Lo correspondiente a microeconomía se desarrolla en tres cursos semestrales, siendo este el primero de ellos.

3. METODOLOGÍA

Este es un curso que se desarrolla de la siguiente manera: una primera sesión magistral para todos los estudiantes, dictada por el profesor titular y una segunda sesión, para la cual los estudiantes se dividen en tres grupos, y dictada por tres profesores complementarios, uno para cada grupo.

Los temas principales serán introducidos en la sesión magistral por el profesor titular y complementados a través de lecturas previas preparadas por los estudiantes para facilitar la comprensión de los temas.

En las sesiones complementarias se desarrollarán ejercicios, talleres, comprobaciones de lectura y resolverán inquietudes a los estudiantes. Su objetivo es reforzar los aspectos teóricos y desarrollar en los estudiantes habilidades para la identificación, formulación y solución de problemas microeconómicos. A diferencia de las sesiones magistrales, en las complementarias se espera una participación activa y permanente de los estudiantes.

Para facilitar el desarrollo del curso se anexa una programación por sesiones, donde se señalan los temas, las fechas y las lecturas respectivas. En las sesiones de clase se cubre solo parte de los temas asignados en las lecturas, pero el estudiante es responsable por el cubrimiento de la totalidad.

4. BIBLIOGRAFÍA

Textos básicos:

- Nicholson, W. (2001). *Microeconomía Intermedia y sus aplicaciones*. McGraw-Hill. Octava Edición.
- Varian, H. (1996) *Microeconomía Intermedia*. Antoni Bosch editor. Cuarta edición. Un excelente texto especialmente para el modelaje y formalización microeconómicos.

Otras referencias:

- Call y Holahan (1983) *Microeconomía*. Interamericana. Incluye interesantes aplicaciones microeconómicas.
- Frank, Robert. (2001) *Microeconomics and Behavior*. Cuarta Edición. Tiene muy buenas ayudas en Internet y la posibilidad de presentar pruebas de conocimiento por este medio.
- Nicholson, W. (1997) *Teoría Microeconómica. Principios básicos y aplicaciones*. Un excelente complemento en cuanto a la formulación matemática al texto de Microeconomía Intermedia del mismo autor.
- Pindyck, R. y Rubinfeld D. (1998) *Microeconomía*. Prentice Hall. Cuarta edición. Incluye interesantes aplicaciones microeconómicas.

6. EVALUACION

Parcial 1	20%
Parcial 2	20%
Examen Final	30%
Controles y quices	10%
Talleres	20%
Total	100%

7. CONTENIDO PROGRAMÁTICO RESUMIDO

0.	Introducción
1.	El mercado
2.	La conducta del consumidor
3.	La demanda individual y del mercado
4.	La producción
5.	Los costos de producción
6.	La maximización de las ganancias y la oferta competitiva
7.	Análisis de los mercados competitivos
8.	La estructura del mercado

8. CONTENIDO PROGRAMÁTICO DETALLADO

1. INTRODUCCIÓN

Objetivo: Proporcionar a los estudiantes un marco de referencia que de contexto al estudio de la microeconomía y la importancia de los modelos económicos como herramientas de análisis del economista.

1.1 ¿Por qué estudiar microeconomía?

1.2 Los modelos económicos

Lecturas	Capítulos
Nicholson, W. (2001)	1
Varian (1996)	1

2. EL MERCADO

Objetivo: Proporcionar a los estudiantes los conceptos básicos relacionados con la estructura y funcionamiento de un mercado competitivo y darle la oportunidad de aplicar el modelaje microeconómico con ejercicios de estática comparativa mediante talleres y ejercicios prácticos.

- 2.1 La curva de demanda
- 2.2 La curva de oferta
- 2.3 El equilibrio del mercado
- 2.4 Estática comparativa
- 2.5 Elasticidades

Lecturas	Capítulos
Call y Holahan. (1983)	2
Nicholson, W. (1997)	2
Pindyck, R. y Rubinfeld D. (1998)	2
Varian, H. (1996)	1

3. LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR

Objetivo: Analizar en detalle los determinantes de la conducta del consumidor, como deciden éstos su consumo, sus preferencias y restricciones presupuestarias.

- 3.1 La restricción de Presupuesto
- 3.2 Las preferencias
- 3.3 La utilidad
- 3.4 La elección en un periodo

Lecturas	Capítulos
Call y Holahan. (1983)	3
Nicholson, W. (2001)	2
Nicholson, W. (1997)	3-4
Pindyck, R. y Rubinfeld D. (1998)	3
Varian, H. (1996)	2-5

4. LA DEMANDA INDIVIDUAL Y DEL MERCADO

Objetivo: Analizar y modelar de qué forma determinan los consumidores sus demandas de los distintos bienes y por qué las características de las demandas de los diferentes bienes varían de unos a otros.

4.1 La demanda

4.2 Efecto sustitución efecto ingreso: la ecuación de Slutsky

4.3 El excedente del consumidor

4.4 La demanda del mercado

4.5 Aplicación de la teoría de la elección y de la demanda

4.5.1 Estimación empírica de la demanda

4.5.2 El índice de precios del consumidor y sus sesgos

4.5.3 La elección intertemporal

4.6 Equilibrio del mercado

Lecturas	Capítulos
Call y Holahan. (1983)	4
Nicholson, W. (2001)	3 y 4
Nicholson, W. (1997)	5
Pindyck, R. y Rubinfeld D. (1998)	4
Varian, H. (1996)	6-8, 15-16

5. LA PRODUCCIÓN

Objetivo: Analizar y modelar el comportamiento de las empresas y ver la forma en que éstas combinan los factores productivos para producir bienes y servicios eficientemente.

5.1 La tecnología, ejemplos de tecnologías

5.2 Isocuantas

5.3 Producto medio y marginal y ley de los rendimientos decrecientes

5.4 Funciones de producción más comunes.

5.5 Rendimientos a Escala

5.6 Medición de Funciones de Producción

Lecturas	Capítulos
Call y Holahan. (1983)	5
Nicholson, W. (2001)	5
Nicholson, W. (1997)	11
Pindyck, R. y Rubinfeld D. (1998)	6
Varian, H. (1996)	18

6. LOS COSTOS DE PRODUCCION

Objetivo: Analizar y modelar la forma en que las empresas combinan los factores productivos para producir bienes de manera que minimicen los costos de producción.

- 6.1 Costo económico y costo contable
- 6.2 Las funciones de costos: costo medio y marginal
- 6.3 Costos a corto y a largo plazo
- 6.4 Estimación y predicción de los costos

Lecturas	Capítulos
Call y Holahan. (1983)	6
Nicholson, W. (2001)	6
Nicholson, W. (1997)	12
Pindyck, R. y Rubinfeld D. (1998)	7
Varian, H. (1996)	20-21

7. LA MAXIMIZACION DE LAS GANANCIAS Y LA OFERTA COMPETITIVA

Objetivo: Analizar y modelar cómo eligen las empresas el nivel de producción que maximiza sus ganancias y como sus decisiones de producción determinan la curva de oferta del mercado competitivo y sus características.

- 7.1 Maximización de las ganancias
- 7.2 Ingreso marginal y costo marginal
- 7.3 Curva de Oferta de la empresa a corto plazo
- 7.4 Curva de oferta del mercado a corto plazo
- 7.5 Curva de oferta de la empresa a largo plazo
- 7.6 Curva de oferta de la industria a largo plazo
- 7.7 Condiciones de un mercado competitivo

Lecturas	Capítulos
Call y Holahan. (1983)	6-7
Nicholson, W. (2001)	7
Nicholson, W. (1997)	15
Pindyck, R. y Rubinfeld D. (1998)	8
Varian, H. (1996)	22-23

8. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS COMPETITIVOS

Objetivo: Aplicar las curvas de oferta y demanda al análisis de los mercados competitivos y analizar las repercusiones de medidas de los gobiernos como impuestos, subsidios, controles de precios sobre los consumidores y productores.

8.1 La eficiencia de un mercado competitivo

8.2 Los precios mínimos

8.3 El efecto de un impuesto o un subsidio

8.4 Restricciones del comercio

Lecturas	Capítulos
Call y Holahan. (1983)	8
Nicholson, W. (2001)	8 y 9
Nicholson, W. (1997)	16
Pindyck, R. y Rubinfeld D. (1998)	9

PROGRAMACIÓN POR SESIONES Y LECTURAS ASIGNATURA MICROECONOMÍA I

SESIÓN No	TEMA	LECTURAS PREVIAS	FECHA	OBS
1	Presentación del curso, contenido de la asignatura. Reglas de juego. Introducción El mercado: La curva de oferta, la curva de demanda, el equilibrio del mercado y estática comparativa, la elasticidad de la demanda y la oferta a corto y largo plazo	Programa del curso Varian, Cap 1 Nicholson (2001) Cap1 y apéndice	Agosto 8	CM
2	Aplicaciones del modelo básico del mercado: La eficiencia en el sentido de Pareto, comparación de diferentes formas de asignar apartamentos, efectos de los cambios en la situación del mercado y de la intervención del Estado. Ejercicios sobre equilibrio y estática comparativa	Varian, Cap. 1 Pindyck, Cap. 2		C.C
3	Teoría del consumidor: restricción de presupuesto y preferencias	Varian cap. 2 y 3 Nicholson (2001) Cap. 2 Nicholson (1997) Cap. 3	Agosto 15	CM
4	Comprobación de lectura temas anteriores, ejercicios sobre presupuesto y preferencias			
5	Teoría del consumidor: Utilidad y elección	Varian cap. 4 y 5 Nicholson (2001) Cap. 2 Nicholson (1997) Cap. 4	Agosto 22	CM
6	Comprobación de lectura y ejercicios sobre el tema anterior.			CC

7	Teoría del consumidor: Demanda individual	Nicholson (2001) Cap. 3 Nicholson (1997) Cap. 5 y 6 Varian, Cap 6	Septiembre 5	CM
8				
9	Teoría del consumidor: Demanda del mercado y elasticidades	Nicholson (2001) Cap. 4 Nicholson (1997) Cap. 5 y 6 Varian, Cap 15	Septiembre 12	CM
10	Ejercicios tema anterior y Taller general sobre teoría del consumidor	Taller entregado por el profesor para monitoria		CC
11	PARCIAL I		Septiembre 19	CM
12	Extensiones de la Teoría de la elección y la demanda: Números índices, elección intertemporal	Frank, (2000) Cap. 5 Nicholson (1997) Cap. 9 Varian, Cap 10		CC
13	Extensiones de la Teoría de la elección y la demanda: Estimación empírica de la demanda	Pindyck Cap. 4, sec 4.6	Septiembre 26	CM
14	Taller sobre las extensiones de la teoría de la demanda	Monitoria		CC
15	Teoría de la firma: Tecnología, producción, productividad marginal, rendimientos a escala, corto y largo plazo	Nicholson (2001) Cap. 5 Varian, Cap 17	Octubre 10	CM
16	Teoría de la firma: Tipos de funciones, extensiones y aplicaciones	Nicholson cap. 11		CC
17	Minimización de costos, funciones de costo	Varian, Cap 19	Octubre 17	CM
18	Ejercicios sobre costos: tipos, funciones	Nicholson (2001) Cap 6 Nicholson (1997) Cap. 12 Varian, Cap 20		CC
19	Máximización de ganancias o beneficios de la firma en competencia perfecta.	Nicholson (2001) Cap. 7 Nicholson (1997) Cap. 13 Varian, Cap 18	Octubre 24	CM
20	Taller general de Teoría de la firma			CC
21	PARCIAL 2		Octubre 31	CM
22	El modelo competitivo: fijación de precios a corto y largo plazo	Nicholson (2001) Cap. 8 Nicholson (1997) Cap. 15	Noviembre 7	CM
23	Comprobación de lectura y ejercicios sobre el modelo competitivo			CC
24	Aplicaciones al modelo competitivo: Excedente del consumidor y del productor, controles de precios, incidencia tributaria y comercio internacional	Nicholson (2001) Cap. 9 Nicholson (1997) Cap. 15 Pindyck, Cap. 9 Varian, Cap 14	Noviembre 14	CM
25	Taller de competencia			CC
26	Presentación de casos de micro aplicada		Noviembre 21	CM
27	Taller General sobre el curso			CC
28	EXAMEN FINAL			

CM: clase magistral

CC: clase complementaria

ÚLTIMA FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

Agosto 6 de 2001