

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
TEORIA DEL CONSUMIDOR Y LA FIRMA
II - 2005

PROFESORES:

- Clase Magistral: CARMEN ELISA FLOREZ
Martes y Jueves 5 – 6:20 p.m. Salón: O - 105
Correo: cflorez@uniandes.edu.co
- Clase Complementaria: viernes 12- 1:20 p.m.
SANDRA BUITRAGO (Sección 4) – Correo: paola_buitrago@yahoo.com
Salón LL-307
CARLOS REBELLON (Sección 5) – Correo: c-rebell@uniandes.edu.co
Salón R-110
DIANA HERNANDEZ (Sección 6) – Correo: di-herna@uniandes.edu.co
Salón Z-207

1. OBJETIVOS DEL CURSO

En términos generales, el curso busca que el estudiante comprenda el funcionamiento de diferentes tipos de mercado, con sus dos componentes: consumidores y firmas. En particular, con respecto al **consumidor**, el curso busca que el estudiante: a) describa el proceso mediante el cual los consumidores distribuyen su ingreso entre diferentes bienes y servicios para maximizar su bienestar, b) aplique en la práctica el proceso de escogencia del consumidor, c) describa el proceso de derivación de la demanda individual y de mercado por un bien o servicio. Con respecto a la **firma**, el curso busca que el estudiante: a) identifique las características de cada tipo de mercado – perfecto e imperfecto, b) describa el proceso de derivación de la oferta de la firma y del mercado para cada tipo de mercado. En su **conjunto** – consumidor y firma, el estudiante debe ser capaz de: a) describir el funcionamiento de cada tipo de mercado, b) identificar las limitaciones teóricas en el funcionamiento de cada tipo de mercado, c) aplicar en la práctica – mediante ejercicios - el funcionamiento de cada tipo de mercado.

2. METODOLOGIA DEL CURSO

Se dictan dos clases magistrales a la semana donde el profesor aclara y profundiza algunos temas escogidos de las lecturas que los estudiantes deben hacer antes de cada clase. En la misma semana se dicta una clase complementaria, donde cada sección es atendida por un profesor asistente, para desarrollar ejercicios, talleres y recibir asesoría.

3. BIBLIOGRAFIA

En la descripción de las lecturas se hace referencia a los siguientes **textos base**:

- Intermediate Microeconomics and its application. Walter Nicholson. Ninth Edition. Thomson, South-Western. En su defecto: Microeconomía Intermedia. Nicholson, Walter. Octava edición. McGraw Hill
- Problemas de Microeconomía. Augusto Cano. Documento Cede 2001-15.

Se utilizan como **textos complementarios**, para algunos temas:

- Microeconomía Intermedia. Varian, Hal R. Quinta Edición. Alfaomega
- Microeconomía. Call, Steven T. y Holahan, William L.
- Microeconomía, Pindyck, Robert S./Rubinfeld, Daniel L.

4. CONTENIDO DEL CURSO

Sema	Día	Tema	Lectura
1	Ma – Ag. 9 Ju – Ag. 11	Introducción. Sistemas Económicos. Definición de la Teoría Económica, la Macroeconomía y la Microeconomía.	Nicholson Capítulo 1 Pindyck Cap. 1
	Vi – Ag. 12	Complementaria	
2	Ma – Ag. 16 Ju – Ag. 18	Análisis del mercado en competencia. Equilibrio en el mercado. Cambios en el equilibrio del mercado. Conceptos sobre elasticidad y su utilización en el análisis de mercados. Cano. Ejercicios: A.01-A.02-A.03-A04- A.05-A.06-A.07-A.08-A.10-A.12-A.13 y C.10	Nicholson Capítulo 4 Pindyck Cap. 2
	Vi – Ag. 19	Taller / Quiz 1	
3	Ma – Ag. 23 Ju – Ag. 25	Introducción a la teoría del consumidor. Utilidad. Restricción de presupuesto. Cano. Ejercicios: B.01-B.02-B.05-B.07	Nicholson Capítulo 2 Varian Cap. 2,3,4 Pindyck Cap. 3
	Vi – Ag. 26	Taller / Quiz 2	
4	Ma – Ag. 30 Ju – Sep. 1	La demanda del consumidor. Los efectos sustitución e ingreso. Cano. Ejercicios: B.03-B.04-B.06-B.07-B.08- -B.12	Nicholson Capítulo 3 Varian Cap. 5, 6 Call y Holahan Cap 4
	Vi – Sep. 2	Taller / Quiz 3	
5	Ma – Sep. 6 Ju – Sep. 8	Efectos sustitución e ingreso. La demanda de mercado.	Nicholson Capítulo 3 Varian Cap. 8 Call y Holahan Cap 4
	Vi – Sep. 9	Taller / Quiz 4	
6	Ma – Sep. 13 Ju – Sep. 15	Utilización de la teoría del consumidor: Análisis del índice de precios. La oferta de trabajo. Cano. Ejercicios: B.08- B.11	Nicholson Capítulo 3, Anexo al cap. 13 Call y Holahan Cap 4 Pindyck cap. 4
	Vi – Sep. 16	EXAMEN PARCIAL 1 (20%)	
7	Ma – Sep. 20 Ju – Sep. 22	Función de producción frente al gasto por el uso de factores. Deducción de la función de costo. Cano. Ejercicios: D.01 a D.07 y E.01 a E.07	Nicholson Capítulo 5,6 Varian Cap. 18, 20, 21 Pindyck cap 6, 7
	Vi – Sep. 23	Taller / Quiz 5	
8	Ma – Sep. 27 Ju – Sep. 29	Funciones de costo. Análisis del comportamiento de la firma frente a un mercado en competencia. Deducción de la función de oferta de la firma Cano. Ejercicios: F.01 a F.05	Nicholson Capítulo 6, 7 Varian Cap. 22 y 23
	Vi – Sep. 30	Taller / Quiz 6	
	Oct. 3-7	SEMANA DE TRABAJO INDIVIDUAL	
9	Ma – Oct. 11 Ju – Oct. 13	Oferta del mercado. Mercado en competencia perfecta. Comportamiento eficiente del consumidor y del productor. Cano Ejercicios: B.13	Nicholson Capítulo 8,9
	Vi – Oct. 14	Taller / Quiz 7	
10	Ma – Oct. 18 Ju – Oct. 20	Análisis del monopolista simple. Intervención en el mercado monopolista. Intervención en el mercado monopolista. Cano. Ejercicios: G.01-G.02-G.03-G.04-G.05-G.06-G.09	Nicholson Capítulo 10 Call y Holahan Cap. 9
	Vi – Oct. 21	Taller / Quiz 8	

11	Ma – Oct. 25 Ju – Oct. 27	Mercado monopolista con discriminación de producción y de precios. Ejercicios: G.07-G.08-G.10-G.11-G.12-G.13	Nicholson Capítulo 10 Call y Holahan Cap. 9
	Vi – Oct. 28	EXAMEN PARCIAL 2 (20%)	
12	Ma – Nov. 1 Ju – Nov. 3	Introducción a mercados intermedios. Análisis del oligopolio. El modelo de Cournot. Colusión. El modelo de Stackelberg. Cano. Ejercicios: I.01-I.02-I.05-I.06	Nicholson Capítulo 11 Call y Holahan, Cap 10
	Vi – Nov. 4	Taller / Quiz 9	
13	Ma – Nov. 8 Ju – Nov. 10	Modelos alternativos a Cournot. Otros modelos del mercado oligopolista. La competencia monopolística. Cano. Ejercicios: I.03-I.04-I.07-I.08-H.01-H.02-H.03	Nicholson Capítulo 11
	Vi – Nov. 11	Taller / Quiz 10	
14	Ma – Nov. 15 Ju – Nov. 17	Teoría de juegos.	Pindyck Capítulo 13 Nicholson Cap. 12
	Vi – Nov. 18	Taller / Quiz 11 (Rescate)	
15	Ma – Nov. 22 Ju – Nov. 24	Teoría de juegos	Pindyck Capítulo 13 Nicholson Cap. 12
	Vi – Nov. 25	EXAMEN PARCIAL 3 (20%)	

5. EVALUACION DEL CURSO

Estructura de la nota:

- Tres parciales: 20% cada uno, para un total de 60%
- Diez talleres y diez comprobaciones, cinco prácticas y cinco teóricas, en forma de Quiz: 4% cada taller-comprobación semanal, para un total de 40%. La nota de cada taller-comprobación semanal se estima así: 20% la solución al taller entregada y 80% el quiz de la semana respectiva.

Aproximaciones:

Las aproximaciones para la nota final serán automáticas de acuerdo con los siguientes casos:

- Menor a 0.25, baja a 0.0
- Igual o superior a 0.25 pero menor a 0.75, sube a 0.5
- Igual o superior a 0.75, sube a 1.0

Reclamos:

De acuerdo con el Reglamento General de Estudiantes de Pregrado (art. 49), los reclamos sobre corrección de las pruebas deben 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.