

VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

[0%]

Facultat d'Economia

**LICENCIATURA EN ECONOMÍA y
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**GUÍA ACADÉMICA DE LA ASIGNATURA
MICROECONOMÍA I**

CURSO 2008-09

ASIGNATURA: *TRONCAL*
CURSO: *SEGUNDO*



1



Microeconomía I
Curso 2008-2009

Paz Coscollá Girona, M^a Ángeles Díaz Mayans, María Teresa Gonzalo Rupérez, Mercedes Gumbau Albert, José Manuel Pastor Monsálvez.

1.- DATOS INICIALES DE IDENTIFICACIÓN

Nombre de la asignatura	MICROECONOMÍA I
Carácter	<i>Troncal</i>
Titulación	<i>Licenciatura en Economía y Administración y Dirección de empresas.</i>
Ciclo/curso/semestre	<i>Primer ciclo/2º curso/1^{er} semestre</i>
Departamento	<i>Análisis Económico</i>
Horario y lugar de las clases	http://www.uv.es/economia/guia
Horario tutorías	http://www.uv.es/anaeco
Fecha examen	http://www.uv.es/economia

2.- PRESENTACIÓN

La asignatura *Microeconomía I* se imparte en el primer semestre del segundo curso de la Licenciatura en Economía y Administración y Dirección de Empresas, tiene una carga total de 6 créditos (3 créditos teóricos y 3 créditos prácticos). En el segundo semestre del mismo curso se imparte la asignatura *Microeconomía II* cuyo contenido viene a completar las materias que tradicionalmente se imparten en la disciplina denominada *Microeconomía*.

La teoría económica se divide en dos grandes campos de estudio: la microeconomía y la macroeconomía. La microeconomía estudia el comportamiento de agentes, instituciones y mercados de una forma individual. En este primer semestre, en la asignatura *Microeconomía I*, vamos a estudiar cómo y por qué dos agentes económicos, los consumidores y las empresas, toman decisiones económicas. En el siguiente semestre, en la asignatura *Microeconomía II*, se estudia, entre otras cuestiones, cómo se interrelacionan las unidades económicas y forman mercados e industrias. Pero para comprender el funcionamiento de los mercados y las industrias, hemos de conocer primero la racionalidad del comportamiento de los consumidores y de las empresas que los integran; es decir, tenemos que estudiar los criterios con los que estos agentes económicos toman decisiones. Este es, básicamente, el objetivo de nuestra asignatura.

Los conocimientos previos adecuados para que el estudiante pueda seguir con facilidad la asignatura son los que se obtienen en un curso de introducción a la economía. Adicionalmente, se requieren conocimientos básicos de matemáticas y saber manejar el análisis gráfico.

3.- OBJETIVOS FORMATIVOS

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Fundamentalmente, son dos los objetivos generales de la asignatura. El primero, ofrecer una visión completa, al tiempo que asequible, de la economía de mercado como forma de organización social y del papel de los precios en el funcionamiento de los distintos mercados. El segundo, familiarizar al estudiante con el enfoque microeconómico: agentes racionales e hipótesis de equilibrio. Además, presentar el funcionamiento del modelo competitivo desde el punto de vista del análisis de equilibrio parcial y del equilibrio general. Al finalizar el curso, y debe entenderse por tal los dos bloques de Microeconomía I y II, el estudiante deberá tener muy claro cuales son las respuestas de los agentes económicos, empresas, consumidores e instituciones, ante cambios en las condiciones económicas que afectan a sus procesos de toma de decisiones.

Dicho de forma más general, se trata de proporcionar al estudiante una formación teórica y práctica que le permita un desarrollo de la profesión eficaz y versátil. Estos dos objetivos generales se pueden plantear en tres planos distintos. En primer lugar, en el logro de los conocimientos teóricos básicos acerca del funcionamiento de los mercados. En segundo lugar, en el desarrollo de ciertas habilidades, tanto intelectuales como de manejo de instrumentos, necesarias para el ejercicio de la profesión de economista y que permitan resolver problemas que se presentan de forma cotidiana. Por último, en tercer lugar, fomentar un conjunto de actitudes, valores, normas y hábitos positivos, para el futuro desarrollo de su profesión con un enfoque de servicio a la sociedad.

CONTENIDOS

El contenido de esta asignatura representa la mayor parte del núcleo teórico de la microeconomía. En los Temas 1 y 2 se presentan los principios que subyacen a la demanda de los consumidores. Se analiza cómo deciden su consumo, cómo dependen sus demandas de los distintos bienes de sus preferencias y de sus restricciones de presupuesto y, finalmente, por qué las características de las demandas de diferentes bienes difieren de unos a otros. En definitiva, el Tema 1 estudia la teoría de la conducta de los consumidores: la explicación de cómo asignan su renta a la compra de diferentes bienes y servicios. El Tema 2 analiza la demanda individual y de mercado, junto con la manera en que la demanda de un bien depende de su precio, de los precios de otros bienes y de la renta.

El Tema 3 analiza cómo se lleva a cabo la elección del consumidor en condiciones de incertidumbre. Se explica por qué a los individuos (por lo general) les desagradan las situaciones arriesgadas y se muestra cómo pueden reducir el riesgo y cómo pueden

comparar los riesgos de las distintas opciones y elegir entre opciones arriesgadas.

En el Tema 4 se presenta la teoría de la empresa. Se explica cómo las empresas combinan factores de producción, el capital, el trabajo y las materias primas, para producir bienes y servicios de una manera que minimiza los costes de producción. Dada la tecnología de producción de una empresa, los directivos deben decidir cómo producir. Es decir, deben elegir una combinación de todos los factores que sea óptima, que sea minimizadora de los costes de producción. Por tanto, en el Tema 5 se explica que los costes de una empresa dependen de su nivel de producción y de su experiencia y cómo varían los costes cuando varía la producción y cuando varían las combinaciones de factores.

El conocimiento de la producción y los costes de la empresa nos facilita la comprensión de las características de la oferta del mercado. Sin embargo, para ello es preciso analizar cómo eligen las empresas el nivel de producción que maximiza sus beneficios. Pero nos detenemos justamente en este punto. Todo lo que sigue es muy interesante y os permitirá, por fin, alcanzar una visión global del funcionamiento de los mercados en la economía.

DESTREZAS A ADQUIRIR

A continuación relacionamos un conjunto de procedimientos, en forma de hábitos y técnicas de trabajo, que el alumno debe adquirir a través del estudio de esta asignatura y de su asistencia a las clases teóricas y prácticas. Cabe señalar que, en muchos casos, las destrezas que se proponen no son exclusivas de esta asignatura, sino que son comunes al resto de materias a cursar en la titulación. Entre las básicas, y referidas a las materias que se explican en el Temario (teoría del consumo y teoría de la producción) están las siguientes:

- Comprender el concepto de problema económico: Escasez de recursos y necesidades ilimitadas.
- Comprender el comportamiento de los agentes económicos: consumidores, empresas e instituciones.
- Comprender que el análisis económico es análisis marginal.
- Comprender que el proceso de elección requiere tiempo e información.
- Comprender que los modelos económicos se usan para hacer predicciones acerca del mundo real.
- Comprender y utilizar el método científico: identificación de variables, supuesto de que otras cosas permanecen constantes, supuestos de comportamiento, formulación de hipótesis, confrontación de las predicciones de la teoría con la evidencia.
- En definitiva, "pensar como un economista" (Frank, 2001, pág. 3)

Desde una perspectiva general, y trascendiendo a las destrezas específicas que proporciona el estudio de esta asignatura, el estudiante tiene que ser consciente de que el tiempo dedicado a esta materia debe proporcionarle también una perspectiva

sistemática de cara a la resolución de problemas y a la toma de decisiones. Por ello se intentará fomentar la visión global de los problemas y la capacidad para descomponer en partes y para analizar las interrelaciones existentes entre las mismas. Aunque muchas veces el tiempo disponible en las clases sea un obstáculo, se intentará habituar al estudiante a analizar la realidad desde un enfoque multidisciplinar, propio de las ciencias sociales en general y de la economía en particular.

Con la resolución de los cuestionarios y las cuestiones que plantee el profesor, se pretende que el estudiante desarrolle su capacidad para buscar información a través de diferentes fuentes y aplicando distintos procedimientos, así como su capacidad de análisis, de crítica y de síntesis. Igualmente se pretende fomentar la creatividad a la hora de afrontar los problemas y de buscar alternativas para su resolución. Se trata, en definitiva, de fomentar las habilidades técnicas y analíticas necesarias para la toma de decisiones, y de habituar al estudiante a entender la toma de decisiones como un proceso estructurado que sigue una relación básica: información-decisión-acción.

COMPETENCIAS Y HABILIDADES SOCIALES

El conjunto de procedimientos y también de actitudes que se relacionan con la forma en que el estudiante interactúa con su entorno social, tanto desde un punto de vista general (social y académico) como desde el desarrollo futuro de su profesión de economista debe potenciarse en todas las asignaturas de la Titulación. Es por esto que, en líneas generales, los objetivos reseñados en este apartado son compartidos por todos los profesores y asignaturas que integran esta titulación universitaria.

- Fomentar el espíritu de investigación, desarrollando la capacidad de los alumnos para analizar problemas nuevos con los instrumentos aprendidos y para razonar de forma rigurosa y sistemática.
- Fomentar el trabajo en equipo. El trabajo en equipo requiere de las personas que lo componen ciertas actitudes como pueden ser la colaboración, el consenso, la negociación, la resolución de conflictos y el respeto a las opiniones del resto de miembros del equipo, al tiempo que la capacidad para argumentar y defender las opiniones propias.
- Habilidad para argumentar y expresarse de forma coherente e inteligible, tanto para construir un texto escrito comprensible y organizado, como para exponer los resultados de un análisis concreto en público.
- Crear una actitud crítica que permita emitir juicios argumentados y defenderlos con rigor y tolerancia.
- Fomentar una actitud emprendedora y positiva frente a problemas nuevos, fomentando un espíritu de superación ante el fracaso.
- Promover el desarrollo de actitudes y valores que establezcan condiciones favorables para un comportamiento ético en el desarrollo de la actividad profesional.

4.- METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

El módulo de Microeconomía I se articula a través de *clases teóricas* y prácticas. El contenido de las sesiones se ajustará lo más fielmente que resulte posible al siguiente manual:

Pindyck, R.S. y Rubinfeld, D.L., *Microeconomía*, 5ª ed., Madrid: Prentice Hall, 2001
[PR]

Las clases prácticas completarán y desarrollarán los distintos temas teóricos. El contenido de estas clases se basará en el planteamiento y resolución de los ejemplos y problemas del manual.

Las **clases prácticas** pretenden, además de asentar en los estudiantes los conceptos adquiridos en las clases teóricas y en su estudio del manual, desarrollar la capacidad de aplicar esos modelos e instrumentos al mundo real y fomentar su capacidad de razonamiento y análisis. Este tipo de clases requieren la participación activa del estudiante a través de su intervención en las sesiones y la realización de los ejercicios propuestos en los cuestionarios.

Las clases prácticas deben cumplir además tres objetivos. El primero, informar a los estudiantes de sus progresos en el aprendizaje, de sus puntos débiles en la asimilación de conceptos y conocimientos así como orientarles acerca del mejor enfoque que debe seguirse para superar todas estas dificultades. El segundo, resolver las dudas de los estudiantes que conciernen a la materia en cuestión, incidir sobre aquellos puntos del trabajo personal que hayan resultado más dificultosos y repasar los conceptos más importantes de la materia. Finalmente, deben proporcionar información al profesor de la evolución del aprendizaje de sus estudiantes y de la eficacia del método docente que se está empleando.

5.- TEMARIO

TEMA 1. LA CONDUCTA DE LOS CONSUMIDORES.

Las preferencias de los consumidores. Las restricciones presupuestarias. La elección de los consumidores. Los índices del coste de la vida.

[PR] Cap. 3, págs. 63-88 y 92-99 y apéndice al capítulo 4, págs. 140-143.
3 semanas y media.

TEMA 2. LA DEMANDA DEL INDIVIDUO Y DEL MERCADO.

La demanda individual. El efecto-renta y el efecto-sustitución. La demanda de mercado. El excedente del consumidor.

[PR] Cap. 4, págs. 103-128.
2 semanas y media.

TEMA 3. LA ELECCIÓN EN CONDICIONES DE INCERTIDUMBRE.

La descripción del riesgo: el valor esperado. Las preferencias por el riesgo: la utilidad esperada. La reducción del riesgo.

[PR] Cap. 5, págs. 149-165.
2 semanas.

TEMA 4. LA PRODUCCIÓN.

La tecnología de producción. Las isocuantas. La producción con un factor variable. La producción con dos factores variables. Los rendimientos de escala.

[PR] Cap. 6
2 semanas.

TEMA 5. LOS COSTES.

La medición de los costes: ¿qué costes son importantes? El coste a corto plazo. El coste a largo plazo. Las curvas a largo plazo y a corto plazo.

[PR] Cap. 7, págs. 207-234 y apéndice al capítulo 7, págs. 251-253.
3 semanas.

6.- PROCESO DE EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos del estudiante se llevará a cabo mediante un examen escrito que comprenda las materias de los cinco temas del Módulo. Para obtener los seis créditos correspondientes es necesario superar dicha prueba escrita.

El programa de este Módulo está diseñado para ser explicado en su totalidad en el semestre lectivo correspondiente. Por ello, en el examen final del Módulo se exigirá el programa íntegro, con independencia de que, por motivos ajenos al Departamento de Análisis Económico, no sea posible explicarlo en su totalidad.

7.- RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS Y DOCUMENTALES

El planteamiento del curso está pensado para utilizar el siguiente manual de referencia:

Pindyck, R.S. y Rubinfeld, D.L., *Microeconomía*, 5ª ed., Madrid: Prentice Hall, 2001 [PR]

Otros libros de microeconomía que proporcionan una exposición alternativa o complementaria de ciertos puntos del programa de la asignatura son:

Frank, R.H., *Microeconomía y conducta*, 7ª ed., Madrid:McGraw-Hill, 2009

Katz, M.L., Rosen, H.L. y Morgan, W., *Microeconomía Intermedia*, 2ª ed., Madrid:McGraw-Hill, 2007

Nicholson, W., *Microeconomía Intermedia y Aplicaciones*, 9ª ed., Madrid:Thomson, 2006

Perloff, J.M., *Microeconomía*, 3ª ed., Madrid:Pearson Addison Wesley, 2004

Varian, H.R., *Microeconomía Intermedia. Un Enfoque Actual*, 7ª ed., Barcelona: Antoni Bosch editor, 2007