

Plan 467 GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Asignatura 45603 MICROECONOMÍA

Grupo 1

### Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

### Créditos ECTS

6

### Competencias que contribuye a desarrollar

#### Competencias Generales:

- G1. Poseer y comprender conocimientos de economía general, economía de la empresa y dirección de marketing que, partiendo de la base de la Educación Secundaria General, alcancen el nivel propio de los libros de texto avanzados e incluyan también algunos elementos de vanguardia específicamente en el ámbito del marketing analítico y estratégico.
- G2. Saber aplicar los conocimientos adquiridos a su trabajo profesional en la dirección de marketing, la prospección de mercados o los sondeos de opinión, haciéndolo desde una perspectiva interdisciplinar e integradora de conocimientos y sabiendo liderar y motivar a los equipos de trabajo, así como poseer las competencias que suelen demostrarse mediante la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas complejos en dicho campo.
- G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar noticias, datos e informaciones relevantes a efectos de interpretar la evolución de los mercados de bienes y servicios y formular una estrategia de marketing, estando en disposición de emitir juicios que incluyan una reflexión desde un punto de vista social, científico o ético.
- G4. Poder transmitir informaciones, ideas, propuestas y soluciones a públicos especializados y no especializados, tanto oralmente como por escrito, en relación con el marketing estratégico, la transformación del entorno y las perspectivas de los mercados, haciéndolo de forma ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.
- G6. Ser capaz de pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo, a la vez que respetar los derechos fundamentales y de igualdad entre mujeres y hombres, los derechos humanos, los valores democráticos y de una cultura de paz, así como los principios de respecto al medio ambiente, responsabilidad social y cooperación al desarrollo, en el marco de un compromiso ético en pro de una sociedad global, intercultural, libre y justa.

#### Competencias Específicas:

##### Qué debe saber...

- E1. Entender las bases teóricas, tanto de la economía general como de la economía y estrategia empresarial, la formación de los precios y la naturaleza de los hechos económicos, el proceso de dirección y las áreas funcionales de la empresa, a la vez que manejar los métodos cuantitativos esenciales y dominar los fundamentos sociales, históricos y jurídicos de la actividad económica y la dirección de marketing.
- E4. Entender el comportamiento de los diversos tipos de cliente y de sus compras, así como el funcionamiento de los mercados de bienes y servicios, sus factores determinantes, la correspondiente estructura económica sectorial y las instituciones relevantes al respecto.
- E15. Reunir, seleccionar y aprovechar diferentes fuentes primarias de información (bibliográficas, estadísticas, económicas, comerciales, demográficas, etc.) mediante diversas herramientas, incluyendo los recursos telemáticos, así como diseñar, organizar, efectuar la recogida de datos y utilizar éticamente las informaciones procedentes de fuentes secundarias, asegurando su fiabilidad y teniendo en cuenta el coste y los objetivos.

#### Competencias Transversales:

- T1. Capacidad para comunicarse de forma fluida en castellano, tanto de modo oral como escrito.
- T2. Capacidad para leer, comprender y redactar textos en inglés y, en su caso, otros idiomas extranjeros.
- T3. Alcanzar las habilidades propias del manejo básico de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs).
- T4. Demostrar capacidad para el trabajo en equipo, exhibiendo habilidades para coordinar personas, organizar tareas

y alcanzar objetivos, a la vez que sabiendo aceptar o refutar razonada y sólidamente los argumentos de los demás, para contribuir con profesionalidad al buen funcionamiento organizativo del grupo y al desarrollo humano de sus miembros.

T5. Aprender a administrar de forma eficiente el tiempo, tanto en el trabajo individual como en las tareas en grupo, así como planificar, organizar y utilizar los recursos disponibles estableciendo prioridades y demostrando capacidad para liderar procesos, adoptar decisiones y, en su caso, afrontar dificultades.

T7. Demostrar capacidad analítica e intelectual, competencia en el manejo de responsabilidades y habilidad para trabajar con una supervisión mínima, así como desarrollar un espíritu crítico ante el saber establecido.

## Objetivos/Resultados de aprendizaje

- Los alumnos de la asignatura deberán lograr comprender las principales variables y mecanismos que intervienen en la toma de decisiones de los agentes microeconómicos: economías domésticas y empresas.
- Deberán llegar a ser capaces de comprender los principales modelos que describen el comportamiento de los agentes económicos individuales.
- Deberán lograr comprender los mecanismos de formación de los precios en los mercados individuales tanto de bienes como de factores productivos.
- Deberán conocer el funcionamiento de las diferentes estructuras de mercado de bienes y de factores en condiciones de equilibrio parcial.
- Llegarán a manejar modelos sencillos de economías en un entorno de equilibrio general competitivo.
- Conocerán los límites de la eficiencia del mercado a la hora de asignar los recursos económicos, cuáles son los principales fallos de mercado y los problemas que puede suponer su corrección.
- Así mismo, deberán conseguir la destreza necesaria para el manejo de modelos, bien efectuando ejercicios de estática comparativa basados en los modelos aprendidos, bien reformulando los modelos básicos con supuestos ligeramente diferentes.
- Deberán, además, llegar a ser capaces de aplicar los principios básicos aprendidos para diagnosticar y explicar de forma razonada problemas sencillos de índole microeconómico relacionados con los tópicos estudiados.
- Así mismo, el estudio y la resolución de asignaciones de casos prácticos sobre tópicos de microeconomía, ya sea de forma individual, ya sea en equipos de trabajo, les ayudará a adquirir la capacidad de gestionar eficientemente el tiempo y la habilidad de obtener frutos mutuamente ventajosos del trabajo en equipo.

## Contenidos

### TEORÍAS DEL CONSUMO Y DE LA DEMANDA

TEMA 1. INTRODUCCIÓN: Presentación. Micro vs Macro. ¿Qué es un mercado? Tipos de mercado. Precios nominales y reales. Economía positiva y normativa. ¿Qué es un modelo? ¿Cómo se construyen los modelos económicos? El modelo oferta-demanda.

TEMA 2. TEORÍA ELEMENTAL DE LA DEMANDA: La función de demanda. Movimientos a lo largo de la curva y desplazamientos de la curva de demanda. Complementarios y sustitutivos. Bienes normales e inferiores. Elasticidades. Elasticidad punto y elasticidad arco.

TEMA 3. TEORÍA INTERMEDIA DE LA DEMANDA: Función de utilidad y las curvas de indiferencia. La Relación Marginal de Sustitución y su decrecimiento. Utilidades marginales. Utilidad ordinal y cardinal. Preferencias especiales. La restricción presupuestaria. El óptimo del consumo. Descomposición del efecto propio de un cambio en el precio. La agregación de las demandas individuales. El excedente del consumidor y de los consumidores.

### TEORÍA DE LA EMPRESA

TEMA 4. TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN. Factores fijos y variables. La función de producción con un único factor variable. Productividad total, media y marginal. El principio de la productividad marginal decreciente. La función de producción con dos factores variables. Rendimientos de los factores variables. Las curvas isocuantas y sus propiedades. La Relación Marginal de Sustitución Técnica y su decrecimiento. Caracterización de la tecnología a largo plazo: la sustituibilidad factorial y los rendimientos de escala.

TEMA 5. TEORÍA DE LOS COSTES. Coste contable y coste de oportunidad. Costes fijos y variables. Geometría de los costes a corto plazo. Las curvas de costes de corto plazo. Las curvas de costes de largo plazo. El problema de minimización de los costes a corto y a largo plazo. Función de costes a largo plazo. Rendimientos a escala y las curvas de costes de L/P. La relación entre los costes de corto y de largo plazo.

TEMA 6. LOS MERCADOS COMPETITIVOS DE BIENES. La maximización del beneficio y la función de oferta. Equilibrio competitivo a corto plazo en la empresa y en la industria. Equilibrio competitivo a largo plazo en la empresa y en la industria. El excedente de los productores y el excedente social. La eficiencia de la competencia perfecta.

TEMA 7. LA COMPETENCIA IMPERFECTA: Equilibrio a corto y largo plazo en el monopolio. Discriminación de precios. Ineficiencia y costes sociales del monopolio. Regulación del monopolio. El oligopolio. El cartel y el dilema del prisionero. Competencia imperfecta.

TEMA 8. LA DEMANDA DE FACTORES: La teoría de la productividad marginal. La demanda de factores de la empresa competitiva. La demanda de factores de la industria. Determinantes de la elasticidad de la demanda de un factor. Equilibrio competitivo del mercado de trabajo. Las diferencias salariales. La regulación en el mercado de trabajo.

TEMA 9.. FALLOS DE MERCADO. El concepto de fallo de mercado. Las externalidades. Los bienes públicos. El Teorema de Coase.

## Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Clases teóricas en las que los alumnos contarán con un texto básico de referencia que le permita profundizar en los temas.

Clases prácticas, en grupos reducidos, en las que los estudiantes resolverán ejercicios, lo que le permitirá llevar un seguimiento de los conocimientos adquiridos.

Tutorías para plantear las dudas que puedan surgir.

## Criterios y sistemas de evaluación

## Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

#### MANUAL DE REFERENCIA:

PINDYCK, R.S. y RUBINFELD, D.L. (2009): Microeconomía; 7ª edición, Prentice Hall.

Material online: [http://wps.prenhall.com/bp\\_pindyck\\_micro\\_7/](http://wps.prenhall.com/bp_pindyck_micro_7/)

#### PRÁCTICAS:

CARRASCO, A. et al. (2003): Microeconomía intermedia: Problemas y cuestiones, Mc.Graw-Hill.

CORCHUELO, M.A. et al. (2006): Curso práctico de microeconomía. Delta publicaciones.

### BIBLIOGRAFÍA ADICIONAL

#### TEORÍA:

NICHOLSON, W. (2006): Microeconomía Intermedia y sus Aplicaciones; 9ª edición, Thomson.

VARIAN, H.R. (2007): Microeconomía Intermedia: un Enfoque Actual; 7ª edición, A. Bosch.

GRAVELLE, H. y REES, R. (2006): Microeconomía; 3ª edición, Pearson Prentice Hall.

HENDERSON, J.M. y QUANDT, R.E. (1995): Teoría Microeconómica; Ed. Ariel.

#### PRÁCTICAS:

GARCÍA PARDO, J. y SEBASTIÁN, M. (1995): Ejercicios de Introducción a la Microeconomía; McGraw-Hill.

JAÉN GARCÍA, M. Y NIETO GONZÁLEZ, J. (1997): Ejercicios de Microeconomía; Servicio de Publicaciones de la Universidad de Almería.

JIMÉNEZ AGUILERA, J. y SÁNCHEZ CAMPILLO, J. (1993): Cuestiones y Ejercicios de Teoría Económica; Editorial Pirámide.

RIPOLL, J. y MARTÍNEZ, C. (1989): Problemas Resueltos de Microeconomía Intermedia; Editorial Compás.

TUGORES, J. (1994): Microeconomía: Problemas y Cuestiones; McGraw-Hill.

## Calendario y horario

### HORARIO OFICIAL:

<http://www.eco.uva.es/infoacad/horarios/GRADOS/mim2.pdf>

### CALENDARIO ACADÉMICO DE LA TACULTAD DE CC. ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES:

<http://www.eco.uva.es/infoacad/calendario.pdf>

## Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

### ACTIVIDADES PRESENCIALES

#### HORAS

### ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

#### HORAS

Clases teóricas

36

Estudio y trabajo autónomo individual

60

Clases prácticas

20

Estudio y trabajo autónomo grupal

20

Laboratorios

Documentación: Consultas bibliográficas, Internet, ...

10

Prácticas externas, clínicas o de campo

Tutorías personalizadas y seminarios

---

Evaluación y otras actividades

4

Total presencial

60

Total no presencial

90

---

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

M<sup>a</sup> Araceli Rodríguez López

---

Idioma en que se imparte

Castellano