

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. LA ELECCIÓN RACIONAL DEL CONSUMIDOR. El problema del consumidor: preferencias y posibilidades. La restricción presupuestaria. Las preferencias del consumidor: función de utilidad y las curvas de indiferencia. La Relación Marginal de Sustitución y su decrecimiento. El óptimo del consumo.

TEMA 2. LA FUNCIÓN DE DEMANDA. La función de demanda ordinaria del consumidor y sus propiedades. Las elasticidades de la demanda. Descomposición del efecto propio de un cambio en el precio. La agregación de las demandas individuales. El excedente del consumidor y de los consumidores.

TEMA 3. EXTENSIONES DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA. La elección consumo-ocio y la oferta de trabajo.
TEORÍA DE LA EMPRESA

TEMA 4. TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN. La actividad productiva y la eficiencia. La función de producción con uno y con varios 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. La isocoste. El problema de minimización de los costes a corto y a largo plazo y senda de expansión de la empresa.

TEMA 5. TEORÍA DE LOS COSTES. Las curvas de costes de corto plazo. Las curvas de costes de largo plazo. La relación entre los costes de corto y de largo plazo.

TEMA 6. LOS MERCADOS COMPETITIVOS DE BIENES. 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. EL MONOPOLIO. Equilibrio a corto y largo plazo en el monopolio. Discriminación de precios. Ineficiencia y costes sociales del monopolio. Regulación del monopolio.

TEMA 8. EL OLIGOPOLIO. Modelos clásicos de oligopolio: Cournot, Stackelberg y cártel. El oligopolio desde la perspectiva de la teoría de juegos.

TEMA 9. LA DEMANDA DE FACTORES: TEORÍA DE LA PRODUCTIVIDAD MARGINAL. 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.

TEMA 10. EL MERCADO DEL FACTOR TRABAJO. Equilibrio competitivo del mercado de trabajo. Las diferencias salariales. La regulación en el mercado de trabajo.

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

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO

CONVOCATORIA ORDINARIA

PESO EN LA NOTA FINAL

OBSERVACIONES

Examen final sobre contenidos de toda la asignatura

70

Resolución de problemas planteados y pruebas de evaluación continua

20

Participación activa en las clases.

10

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

PESO EN LA NOTA FINAL

OBSERVACIONES

Examen final sobre contenidos de toda la asignatura

90

Participación activa en las clases.

10

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- Convocatoria ordinaria:

Se sigue un sistema de evaluación mediante el que se tiene en cuenta para la calificación final la participación activa en las clases, sobre todo en la resolución de los ejercicios propuestos durante las clases prácticas. El peso en la nota final de esta participación activa es de un 10 por ciento.

Asimismo se realizan pruebas escritas de evaluación continua a lo largo del periodo lectivo. En total, las pruebas escritas sobre cuestiones prácticas y/o teoría aplicada tienen un peso en la nota final del 20 por ciento.

Se realiza un examen final sobre contenidos de toda la asignatura cuyo peso en la nota definitiva es de un 70 por ciento. Se requiere que la nota de este examen supere, al menos, el 40 por ciento de su valor total para que se computen las notas de la participación activa y de las pruebas escritas de carácter práctico.

El aprobado se consigue con 5 puntos.

En la evaluación se tendrán en cuenta:

-La capacidad individual adquirida por el alumno para desarrollar de forma razonada y coherente los tópicos teóricos detallados en el apartado Objetivos de aprendizaje.

-La capacidad individual del alumno para resolver razonadamente problemas, extensiones y aplicaciones de los modelos estudiados.

-La implicación del alumno en el desarrollo de las clases, así como su participación y su papel en los grupos de trabajo prácticos y en los foros de debate que se pudieran desarrollar.

- Convocatoria extraordinaria:

En la convocatoria extraordinaria se mantiene la valoración de la participación activa en clase -10 por ciento- y se realiza una prueba escrita con una ponderación del 90 por ciento.

El aprobado se consigue con 5 puntos.

En la evaluación se tendrán en cuenta:

-La capacidad individual adquirida por el alumno para desarrollar de forma razonada y coherente los tópicos teóricos detallados en el apartado Objetivos de aprendizaje.

- La capacidad individual del alumno para resolver razonadamente problemas, extensiones y aplicaciones de los modelos estudiados.
- La implicación del alumno en el desarrollo de las clases, así como su participación y su papel en los grupos de trabajo prácticos y en los foros de debate que se pudieran desarrollar.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

MANUAL DE REFERENCIA:

Goolsbe, A., Levitt, S. y Syverson, C.: Microeconomía, Barcelona; Reverte 2015

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

Material online: 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/horarios/res/horarios-2017-18-mim2.pdf>

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

<http://www.eco.uva.es/horarios/res/calendario-eco-2017-18.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

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)

Profesor Jorge Julio Maté García

CV:

Jorge Julio Maté García es Doctor en CC. Económicas y Empresariales por la Universidad de Valladolid y Profesor Titular de Universidad en el Área de Fundamentos del Análisis Económico en la misma Universidad desde 1995. Asimismo, es Profesor Tutor de la UNED en el Centro Asociado de Palencia desde 1999 y Tutor Telemático de materias de Teoría Económica en tal Universidad desde el curso 2001/02. Desde 1992 ha desempeñado diversos cargos académicos y formado parte de órganos colegiados de la Universidad de Valladolid. En la actualidad ocupa el puesto de Vicedecano de Planes de Estudios.

Sus principales trabajos se centran en temas relacionados con la Microeconomía, la Economía Industrial y la Economía Laboral. En estos campos ha participado en diversos proyectos y es autor de libros y artículos. Ha sido comunicante en diferentes congresos, tanto nacionales como internacionales.

Contacto:

Dpto. Fundamentos del Análisis Económico e H^a e Instituciones Económicas

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de Valladolid

Avda del Valle Esgueva 6

47011 - Valladolid (España)

Tfno: +34 983 18 63 85 - Fax: +34 983 42 32 99

jjmate@eco.uva.es

Idioma en que se imparte

Castellano