

Plan 467 GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Asignatura 45643 ECONOMÍA DEL CONSUMO Y LA DEMANDA

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

OP

Créditos ECTS

6

Competencias que contribuye a desarrollar

G1,G2,G3,G6, E4,E7,E15,T1,T2,T3,T4,T5,T7

Objetivos/Resultados de aprendizaje

Los alumnos deberán comprender los fundamentos de la teoría tradicional de elección del consumidor. Deberán tener los conocimientos necesarios para interpretar las pautas de demanda individuales y de la colectividad. Deberán comprender una batería de modelos alternativos del compartamiento del consumidor y la toma de decisiones individuales (consumo ahorro e inversión en activos) en un marco intertemporal. Deberán, además, estudiar el consumo y la demanda en condiciones de incertidumbre. Así mismo, el estudio y la resolución de asignaciones de casos prácticos sobre tópicos de la teoría del consumo.

Contenidos

Teoría básica del Consumo: la teoría básica de la demanda. Estática comparativa: la función de demanda ordinaria. Dualidad en el consumo. ampliaciones de la teoría del Consumo. La asignación del tiempo en el consumo y en el trabajo. Consumo, ahorro e inversión en activos rentables. la demanda en condiciones de incertidumbre. El contrato de seguros . Asimetrías en la información.

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Clases teóricas y prácticas

Criterios y sistemas de evaluación

Pruebas de desarrollo escrito. Solución de problemas. Registros de observación sistemática de actividad. Proyectos y trabajos individuales y en grupo

Calendario y horario**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)**

Inmaculada González Güemes.

