

**Proyecto/Guía docente de la asignatura Microeconomía (MIM)**

Asignatura	Microeconomía		
Materia	Análisis Económico		
Módulo	Formación Obligatoria		
Titulación	Grado en Marketing e Investigación de Mercados (MIM)		
Plan	467	Código	45603
Periodo de impartición	Tercer semestre	Tipo/Carácter	OB
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	2º
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Castellano		
Profesor/es responsable/s	Carlos Pérez Domínguez		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	carpe@eco.uva.es 983 18 4442		
Departamento	Fundamentos del Análisis Económico e Historia e Instituciones Económicas		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

El objetivo fundamental de esta asignatura no es otro que el dar a los estudiantes una visión del funcionamiento de una economía de mercado. En ella no se entra en el análisis pormenorizado de problemas tales como el paro, la inflación o la viabilidad del sistema de Seguridad Social. Para eso existen otras asignaturas en la carrera. Lo importante aquí es el análisis de las conductas individuales que generan tales problemas. Se busca, ante todo, que el alumno adquiera un conocimiento adecuado de los instrumentos del análisis económico, es decir, el “lenguaje de los economistas”, que es algo muy codificado y con unos contenidos muy estandarizados. Aunque esto tampoco quiere decir que se ignoren por completo los problemas concretos del “mundo real”. Dichos problemas se podrán abordar a título ilustrativo, pero no constituyen el centro del análisis.

Como peculiaridad con respecto de un curso estándar de microeconomía intermedia, la presente asignatura aborda los diferentes tópicos de una manera más “estilizada” debido a que su duración abarca un solo semestre. No obstante, lleva a cabo un recorrido por todos los contenidos habituales de esta asignatura.

1.2 Relación con otras materias

La asignatura *Microeconomía* es una asignatura obligatoria que forma parte de la materia de Análisis Económico, la cual cuenta con una carga docente relevante en formación básica y obligatoria dentro del grado. Dentro de este grupo de asignaturas se encuentran, además, Introducción a la Economía (formación básica), Macroeconomía (obligatoria) y Comercio y Relaciones Financieras Internacionales (obligatoria). También pertenecen a esta materia las asignaturas optativas de Economía del Consumo y de la Demanda, Economía Industrial y Análisis de la Coyuntura.

La formación microeconómica proporciona al estudiante conocimientos y habilidades para un adecuado seguimiento del resto de las asignaturas obligatorias y optativas que integran la materia Análisis Económico, pero también de otras asignaturas que integran otras materias del Título de Graduado en Marketing e Investigación de Mercados.

1.3 Prerrequisitos

Formalmente no se exige ninguno. Ahora bien, para poder seguir con aprovechamiento un curso de esta clase es conveniente haber estudiado antes un curso de Introducción a la Economía. Además de esto, hay que decir que algunos conocimientos básicos de matemáticas –sobre todo derivadas y optimización matemática, así como de representación gráfica de funciones– resultan indispensables.



2. Competencias

G1, G2, G3, G4, G6
E1, E4, E15
T1, T2, T3, T4, T5, T7

2.1 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 respeto 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.

2.2 Específicas

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.

3. Objetivos

- 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 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.





4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: TEORÍAS DEL COMPORTAMIENTO DE LOS AGENTES INDIVIDUALES

Carga de trabajo en créditos ECTS:

3,2

a. Contextualización y justificación

En este primer bloque de la asignatura se tratan las teorías de comportamiento de los agentes microeconómicos individuales, esto es, la teoría del consumo y de la demanda, por un lado, y la teoría de la empresa (producción y costes) por otro.

En el primero de los casos, se trata de exponer y comprender las herramientas básicas con las que los economistas modelizan el comportamiento de los consumidores, esto es, el juego de las preferencias y las posibilidades, así como la derivación de las funciones de demanda individuales y el estudio de sus propiedades y sus sensibilidades a los precios y la renta. También se apuntarán los problemas que plantea la agregación de las demandas individuales. Por último, se ofrecerá una aproximación a dos extensiones del modelo básico de consumo: el modelo de elección consumo-ocio y el de elección intertemporal.

En el caso de la teoría de la empresa, se tratan los fundamentos de las decisiones empresariales básicas asentadas en la búsqueda de la eficiencia en la actividad productiva, tanto desde el punto de vista técnico (teoría de la producción) como desde el económico (teoría de los costes).

b. Objetivos de aprendizaje

- Comprender la esencia del problema básico del consumidor como agente que busca, dentro de sus posibilidades, hacer máxima su satisfacción en el consumo.
- Aprender a representar gráfica y formalmente la estructura básica del problema individual de consumo en términos de conjuntos presupuestarios y de curvas de indiferencia.
- Ser capaz de obtener la función de demanda individual, gráfica y matemáticamente y de comprender sus propiedades fundamentales.
- Entender cómo responde la demanda individual a sus parámetros a través de la obtención y caracterización de sus elasticidades.
- Comprender los efectos propios que se esconden tras un cambio en el precio de la mercancía.
- Aprender los problemas de agregación que se presentan al obtener la demanda de mercado.
- Comprender y saber obtener el concepto de excedente del consumidor.
- Conocer cómo puede extenderse la teoría básica de la demanda a la obtención de la oferta de trabajo del individuo.
- Conocer los supuestos básicos que implican la eficiencia técnica y económica en la actividad productiva.
- Comprender el concepto de función de producción y llegar a ser capaz de definir gráfica y matemáticamente las tecnologías regulares con uno y con dos factores variables.
- Comprender las implicaciones de la "ley de las productividades marginales decrecientes" a corto plazo.
- Aprender a caracterizar las tecnologías regulares en el largo plazo mediante los conceptos de sustituibilidad factorial y rendimientos de escala.
- Ser capaz de representar gráfica y matemáticamente el problema de la minimización del coste tanto a corto como a largo plazo.
- Llegar a obtener las curvas de costes de corto y de largo plazo.
- Comprender la relación entre las curvas de costes a corto plazo y a largo plazo.
- Valorar las teorías del comportamiento de los agentes individuales como herramientas de utilidad en el proceso de toma de decisiones.
- Saber aplicar los rudimentos del aparato matemático y gráfico generalmente utilizado en estos tópicos.



- Ser capaz de resolver problemas numéricos sencillos así como diversas cuestiones conceptuales relacionadas con las teorías estudiadas.
- Ser capaz de discutir verbalmente algunos problemas del “mundo real” a la luz de las mencionadas teorías.
- Adquirir una cierta idea de la dificultad que supone el paso de la economía teórica “pura” a la economía cuantificada (econometría) en el ámbito de la teoría de la demanda.
- Aprender a defender los puntos de vista y valorar otros puntos de vista diferentes.

c. 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 equilibrio 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.

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 la minimización de los costes a corto y largo plazo y senda de expansión de la empresa.

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

d. Métodos docentes

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

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

Tutorías presenciales o vía plataforma Moodle para plantear las dudas que puedan surgir.

e. Plan de trabajo

- ü Semanas 1 a 5: Clases magistrales sobre los Temas 1, 2 y 3 y planteamiento y resolución de los ejercicios correspondientes.
- ü Semanas 6 a 8: Clases magistrales sobre los Temas 4 y 5 y planteamiento y resolución de los ejercicios correspondientes.
- ü Tras la semana 8: Prueba escrita del Bloque Temático 1.



A lo largo de las diferentes semanas, se atenderán también las tutorías personalizadas en las que los alumnos podrán resolver dudas teóricas o los problemas que les puedan surgir a raíz de los ejercicios propuestos y de la preparación de la prueba escrita.

f. Evaluación

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 *b. 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.

g. Bibliografía básica

- Pindyck, R.S. y Rubinfeld, D. L. *Microeconomía*, 9º ed., Madrid: Prentice Hall, 2018: *Capítulos 3 y 4 (consumo y demanda); Capítulos 6 y 7 (teoría de la empresa)*
- Carrasco, A. *et al.*, *Microeconomía Intermedia, ejercicios resueltos*, ed. rev., Madrid: McGraw-Hill, 2012: *Capítulo 1 (consumo y demanda); Capítulo 3.A (teoría de la empresa)*

h. Bibliografía complementaria

- Carrasco, A. *et al.*, *Microeconomía Intermedia, ejercicios y cuestiones*, Madrid: McGraw-Hill, 2013
- Frank, R.H., *Microeconomía y conducta*, 5ª ed., Madrid: McGraw-Hill, 2003
- Goolsbe, A., Levitt, S. y Syverson, C.: *Microeconomía*, Barcelona; Reverte 2015
- Nicholson, W., *Microeconomía Intermedia y Aplicaciones*, 9ª ed., Madrid: Thomson, 2006
- Varian, H.R., *Microeconomía Intermedia. Un Enfoque Actual*, 9ª ed., Barcelona: Antoni Bosch editor, 2015

i. Recursos necesarios

Aulas con la capacidad idónea para trabajar tanto con la totalidad del grupo de alumnos como con grupos más reducidos y dotadas con medios informáticos que permitan la proyección de archivos PowerPoint y PDF.
Plataforma Moodle

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
3,2	Semanas 1 a 8

**Bloque 2: TEORÍAS DEL COMPORTAMIENTO DE LOS AGENTES INDIVIDUALES**Carga de trabajo en créditos ECTS: **a. Contextualización y justificación**

Mientras que el objetivo del primer bloque de la asignatura consistió en plantear y desarrollar las teorías de comportamiento de los agentes microeconómicos individuales, en este segundo bloque temático se procede a estudiar los diversos modelos de formación del precio en los mercados. En primer lugar, y de forma más detallada, en un entorno de equilibrio parcial, tanto en los mercados de bienes como en los de factores productivos; y, en segundo lugar, y de manera sucinta en entornos de equilibrio general.

En el caso de los mercados de bienes en equilibrio parcial se analizan los mecanismos de formación del precio en un marco perfectamente competitivo y también en entornos no competitivos: monopolio y oligopolio. En lo referente a los mercados de factores se establecen los rudimentos de la teoría de la productividad marginal, la demanda del factor de la empresa y la industria y el equilibrio competitivo y regulado del mercado de trabajo.

b. Objetivos de aprendizaje

- Comprender adecuadamente los principios que gobiernan el comportamiento de las empresas competitivas y no competitivas y las reglas de funcionamiento de los diferentes tipos de mercados.
- Dominar del aparato matemático y gráfico generalmente utilizado en el análisis de las diferentes estructuras de mercado.
- Ser capaz de resolver problemas numéricos sencillos y diversas cuestiones conceptuales relacionadas con la teoría de la competencia, el monopolio y el oligopolio.
- Comprender los modelos de conducta no competitiva a partir de elementos indispensables de la teoría de juegos.
- Comprender adecuadamente el proceso de toma de decisiones de la empresa, en entornos competitivos en relación con las cantidades contratadas de factores.
- Ser capaz de obtener la demanda factorial de una industria a partir de las demandas de las empresas individuales.
- Identificar los determinantes de las elasticidades de las demandas de factores.
- Comprender el funcionamiento del mercado de trabajo en situaciones competitivas, así como de las regulaciones que pudieran establecerse en dicho mercado.
- Ser capaz de discutir verbalmente algunos problemas del “mundo real” a la luz de los mencionados modelos.
- Adquirir una cierta idea de la dificultad que supone el paso de la economía teórica “pura” a la economía cuantificada (econometría) en el ámbito de la teoría de los mercados de productos.
- Aprender a defender los puntos de vista y valorar otros puntos de vista diferentes.

c. Contenidos**MERCADOS DE BIENES EN EQUILIBRIO PARCIAL**

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.



MERCADOS DE FACTORES EN EQUILIBRIO PARCIAL

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.

d. Métodos docentes

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

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

Tutorías presenciales o vía plataforma Moodle para plantear las dudas que puedan surgir.

e. Plan de trabajo

- Ü Semanas 9 a 13: Clases magistrales sobre los Temas 6, 7 y 8 y planteamiento y resolución de los ejercicios correspondientes.
- Ü Semana 14 y 15: Clases magistrales sobre los Temas 9 y 10 y planteamiento y resolución de los ejercicios correspondientes.
- Ü En la semana 14 / 15: Prueba escrita del Bloque Temático 2.

A lo largo de las diferentes semanas, se atenderán también las tutorías personalizadas en las que los alumnos podrán resolver dudas teóricas o los problemas que les puedan surgir a raíz de los ejercicios propuestos y de la preparación de la prueba escrita.

f. Evaluación

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 *b. 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.

g. Bibliografía básica

- Pindyck, R.S. y Rubinfeld, D. L. *Microeconomía*, 9º ed., Madrid: Prentice Hall, 2018: *Capítulos 3 y 4 (consumo y demanda); Capítulos 6 y 7 (teoría de la empresa)*
- Carrasco, A. et al., *Microeconomía Intermedia, ejercicios resueltos*, ed. rev., Madrid: McGraw-Hill, 2012: *Capítulo 1 (consumo y demanda); Capítulo 3.A (teoría de la empresa)*

h. Bibliografía complementaria

- Carrasco, A. et al., *Microeconomía Intermedia, ejercicios y cuestiones*, Madrid: McGraw-Hill, 2013
- Frank, R.H., *Microeconomía y conducta*, 5ª ed., Madrid: McGraw-Hill, 2003
- Goolsbe, A., Levitt, S. y Syverson, C.: *Microeconomía*, Barcelona; Reverte 2015
- Nicholson, W., *Microeconomía Intermedia y Aplicaciones*, 9ª ed., Madrid: Thomson, 2006
- Varian, H.R., *Microeconomía Intermedia. Un Enfoque Actual*, 9ª ed., Barcelona: Antoni Bosch editor, 2015

**i. Recursos necesarios**

Aulas con la capacidad idónea para trabajar tanto con la totalidad del grupo de alumnos como con grupos más reducidos y dotadas con medios informáticos que permitan la proyección de archivos PowerPoint y PDF.
Plataforma Moodle

j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
2,8	Semanas 9 a 15

5. Métodos docentes y principios metodológicos

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

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

Tutorías presenciales o vía plataforma Moodle para plantear las dudas que puedan surgir.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

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



7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO		PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
EXAMEN GLOBAL	ORDINARIO	(Ao) Máx. 6 puntos	
	EXTRAORDINARIO	(Ae) Máx. 6 puntos / Máx. 10 puntos	
PRUEBAS TEMÁTICAS ESCRITAS		(B) Máx. 3 puntos	-Prueba Bloque 1 -Prueba Bloque 2
PARTICIPACIÓN ACTIVA		(C) Máx. 1 punto	
TOTAL ORDINARIA (Se supera con una nota mínima de 5 puntos)		(Ao) + (B) + (C) Máx. 10 puntos	Al menos 2,5 puntos de la nota total deben provenir del Examen Global Ordinario (Ao)
TOTAL EXTRAORDINARIA (Se supera con una nota mínima de 5 puntos)		La mejor de las dos siguientes opciones:	(Ae) + (B) + (C) Máx. 10 puntos
			(Ae) Máx. 10 puntos

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - Parte continua (Pruebas escritas y participación activa)
 - Examen final
- **Convocatoria extraordinaria:**
 - Misma estructura que la ordinaria o, en caso de beneficiar al estudiante:
 - Prueba escrita sobre el 100% de la materia

8. Consideraciones finales

La asignatura dispone de un semestre lectivo para su impartición. Dado que los cursos al uso de macroeconomía intermedia están diseñados para ser impartidos en dos semestres, la preparación de ciertos tópicos más asequibles será encargada al alumno mediante el uso del manual de referencia y otros materiales o lecturas facilitados por el profesor.