

MÁSTER EN ECONOMÍA, FINANZAS Y COMPUTACIÓN • 2017-2018

1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA ESPAÑOL)		ANÁLISIS MICROECONÓMICO I			
SUBJECT		MICROECONOMIC ANALYSIS I			
CÓDIGO	1150213	AÑO DE PLAN DE ESTUDIOS		2015	
TIPO	OBLIGATORIO	OPTATIVO		X	
MÓDULO		FUNDAMENTOS DE ANÁLISIS ECONÓMICO			
SEMESTRE		2º			
CRÉDITOS (ECTS)	3,0	TEORÍA (80%)	18	PRÁCTICAS (20%)	4,5

HORARIO DE CLASES

GRUPO	FECHA	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
SESIÓN 1	15/03/2018				9:30-13:30	
SESIÓN 2	20/03/2018		9:30-13:30			
SESIÓN 3	22/03/2018				9:30-13:30	
SESIÓN 4	03/04/2018		9:30-13:30			
SESIÓN 5	05/04/2018				9:30-13:30	
SESIÓN 6	10/04/2018		9:30-13:30			

2. DOCENTES

RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

NOMBRE	DRA. CONCEPCIÓN ROMÁN DÍAZ				
UNIVERSIDAD	HUELVA				
DEPARTAMENTO	ECONOMÍA				
ÁREA DE CONOCIMIENTO	ECONOMÍA APLICADA				
Nº DESPACHO	3, planta sótano	UBICACIÓN	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES		
CORREO ELECTRÓNICO	concepcion.roman@dege.uhu.es		TELÉFONO	+34.959.217.910	
URL WEB			CAMPUS VIRTUAL	Moodle	

HORARIO DE TUTORÍAS (*)

La celebración de las tutorías se comunicará a los alumnos a través de la plataforma virtual de la asignatura. Se puede hacer uso de las tutorías asincrónicas a través de la plataforma y el correo electrónico. Para concertar citas presenciales, utilice el buzón de la asignatura con indicación de fecha y hora preferida.

3. DESCRIPTOR

ESPAÑOL	Esta asignatura es la primera de una secuencia de dos asignaturas que presenta al alumno los principios fundamentales del análisis microeconómico a nivel avanzado. El análisis se centra en la teoría de la elección. Así, en primer lugar, se analiza la decisión del consumidor como demandante de bienes y servicios y como oferente de factores productivos. En segundo lugar, se estudia la decisión de la empresa como demandante de factores productivos y como oferente de bienes y servicios. A continuación, se analiza el equilibrio parcial de un mercado, en diferentes contextos: competencia perfecta, monopolio, oligopolio y competencia monopolística. Finalmente, se hace una primera aproximación a la economía de la información, planteando los problemas de riesgo moral y selección adversa.
ENGLISH	This course is the first of a sequence of two subjects that presents the fundamental principles of microeconomic analysis. The analysis focuses on the theory of choice. Firstly, we analyse the consumer problem. Secondly, we concentrate on the decision of the firm. Then, the partial equilibrium of a market is analysed in different contexts: perfect competition, monopoly, oligopoly and monopolistic competition. Finally, a first approach to the economy of the information is presented, raising the problems of moral hazard and adverse selection.

4. SITUACIÓN

PRERREQUISITOS

Conocimientos de microeconomía a nivel intermedio y adecuado background matemático

CONTEXTO DENTRO DE LA TITULACIÓN

El contenido de esta asignatura es fundamental para avanzar en tópicos más avanzados que serán analizados en la asignatura Análisis Microeconómico II.

RECOMENDACIONES

La tónica general del curso será priorizar los conceptos clave y su aplicación práctica, entendiendo la importancia de los supuestos realizados en la evaluación de los resultados.

5. COMPETENCIAS

BÁSICAS Y GENERALES

- CG1 - Capacidad para organizar, planificar y desarrollar trabajos y proyectos propios de su ámbito científico o profesional.
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

TRANSVERSALES

- CT1 - Dominar en un nivel intermedio una lengua extranjera, preferentemente el inglés.
- CT2 - Utilizar de manera avanzada las tecnologías de la información y la comunicación.
- CT3 - Gestionar la información y el conocimiento.
- CT4 - Comprometerse con la ética y la responsabilidad social como ciudadano y como profesional.
- CT6 - Sensibilización en temas medioambientales.

ESPECÍFICAS

- CE1 - Comprender y saber aplicar los métodos de investigación cualitativa comúnmente utilizados en el ámbito de la Economía, la Empresa, las Finanzas y en el de la Comercialización e Investigación de mercados.
- CE3 - Comprender y saber aplicar los métodos de programación y análisis computacional comúnmente utilizados en el ámbito de la investigación en Economía, Empresa, Finanzas y en Comercialización e Investigación de mercados.

COMPETENCIA ESPECÍFICA ASOCIADA A LA ESPECIALIDAD

- CEE1 - Comprender y saber aplicar los enfoques teóricos de investigación en Microeconomía.

6. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Deben ser resultados del aprendizaje al menos los siguientes:

- Conocer los principios fundamentales del análisis microeconómico.
- Ser capaz de aplicar dichos principios al estudio del comportamiento de los agentes económicos.
- Ser capaz de aplicar conocimientos de teoría económica al análisis de situaciones reales.
- Ser capaz de resolver problemas aplicados de análisis económico.
- Conocer los fundamentos teóricos del comportamiento del consumidor y su aplicación a los problemas de decisión.
- Conocer los fundamentos teóricos de la función de demanda.
- Conocer los fundamentos teóricos de las decisiones empresariales a partir de la teoría de la producción y los costes.
- Conocer las herramientas para el análisis económico en condiciones de incertidumbre y ser capaz de aplicarlas al estudio de situaciones reales.

7. ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE

Metodología	Actividad	Descripción	Horas
Actividades presenciales	Clases teóricas	Clases teóricas. Fundamentos y planteamientos teóricos	25,5
	Clases prácticas	Problemas y casos prácticos: planteamiento y resolución de problemas concretos relacionados con la materia	
	Evaluación	Realización de exámenes parciales y finales, escritos u orales	
Trabajo autónomo tutelado	Trabajo autónomo individual	Uso de manuales, monografías y artículos (científicos, didácticos y divulgativos)	46,5
	Trabajo autónomo en grupo	Resolución de problemas y casos prácticos	
Tutorías	Individuales	Actividades académicas dirigidas	3
		Presenciales o virtuales (Campus Virtual, correo electrónico)	

Todo el material oportuno para el seguimiento de las clases teóricas y prácticas estará disponible en la plataforma de teleformación Moodle (<http://moodle.uhu.es/contenidos/login/index.php>) Para las clases teóricas, los recursos que se utilizarán son la pizarra (tradicional y en su versión electrónica), las proyecciones de presentaciones con la ayuda del ordenador y material suplementario suministrado por el profesorado (fotocopias, archivos electrónicos, etc.). En las clases prácticas se aplicarán los contenidos abordados en las clases teóricas, se hará hincapié en los mecanismos de resolución, sus limitaciones y ventajas, así como un análisis crítico de los resultados alcanzados. Estas clases prácticas serán interactivas y la participación del/la alumno/a será tenida en cuenta a la hora de valorar su adaptación al grado de aprendizaje.

8. BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Módulo I: Teoría del Consumidor

Módulo II: Teoría de la Empresa

Módulo III: Equilibrio Parcial

Módulo IV: Economía de la Información

9. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Estrin, S., Laidler, D. *Microeconomía*. Prentice Hall.
- Gravelle, H., Rees, R. *Microeconomía*. Prentice-Hall.
- Jehle, G.A., Reny, P.J. *Advanced Microeconomic Theory*. Adison Wesley Longman.
- Mas-Colell, A., Whinston, M.D., Green, J.R. *Microeconomic Theory*. Oxford University Press.
- Varian, H.R. *Microeconomía Intermedia*. Antoni Bosch.
- Villar, A. *Lecciones de Microeconomía*. Antoni Bosch.

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- Akerlof, G. (1970). The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism, *Quarterly Journal of Economics*, 84, 488-500.
- Barten, A., Böhm, V. (1982). Consumer Theory, en K. Arrow y M: Intrilligator (eds.), *Handbook of Mathematical Economics*, Amsterdam: Holland, 2:382-429.
- Bertand, J. (1883). Théorie Mathématique de la richesse sociale, *Journal des Savants*, 67, 499-508.
- Cournot, A. (1838). *Recherches sur les principes mathématiques de la théorie des richesses*, France, Hachette. Investigaciones acerca de los principios matemáticos de la teoría de las riquezas; versión en español de Alianza Editorial, S.A., Madrid, 1969.
- Debreu, G. (1954). Representation of a preference ordering by a numerical function, en R.M. Thrall et al. (eds.), *Decision Processes*. New York: John Wiley, 159-165.
- Hicks, J.R. (1939). *Value and capital: An inquiry into some fundamental principles of economic theory*. Oxford: Clarendon Press.
- Holmstrom, B. (1979). Moral Hazard and observability. *Bell Journal of Economics*, 10, 74-91.
- Macho-Stadler, I., Pérez-Castrillo, D. *Introducción a la Economía de la Información*. Ariel.
- Slutsky, E. (1915). 'Sulla Teoria del Bilancio del Consumatore', *Giornale degli Economisti*, 51, 1, 26, traducción al inglés 'On the Theory of the Budget of the Consumer', in G. J. Stigler and K. E. Boulding (eds.), (1953) *Readings in Price Theory*. London: Allen and Unwin, 27-56.
- Spence, A. M. (1973). 'Job Market Signaling', *Quarterly Journal of Economics*, 87: 355-374.
- Tirole, J. *The Theory of Industrial Organization*. MIT Press.

10. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Técnica empleada	Descripción	Criterios	Valor sobre el total de la nota
Prueba final individual teórico-práctica	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la adquisición conocimientos teórico-prácticos y metodológicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de capacidad de resolución de problemas y aplicación de los contenidos teóricos a la práctica • Grado de desarrollo de la capacidad de síntesis • Grado de conocimiento, comprensión e información • Ausencia de errores • Utilización adecuada de los conceptos • Coherencia interna del ejercicio • Capacidad de interrelacionar teorías, modelos, conceptos • Concreción y exactitud de las respuestas • Nivel de estudio 	50%
Evaluación continua	<ul style="list-style-type: none"> • Valoración del trabajo personal a través de portafolios (ejercicios prácticos realizados tanto de manera autónoma como en grupo) • Participación activa 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad del alumnado para planificar, desarrollar y presentar un trabajo empírico sobre diferentes facetas de la asignatura • Claridad de análisis y exposición de resultados • Grado de capacidad en la resolución de problemas 	50%

El conjunto de las actividades de evaluación estará sujeto a la Normativa de Evaluación para las Titulaciones de Grado y Máster Oficial de la Universidad de Huelva (Modificada por Consejo de Gobierno de 29 de julio de 2016):

http://www.uhu.es/sec.general/Normativa/Texto_Normativa/evaluacion_titulaciones_grado_master.pdf

MEDIDAS PREVISTAS PARA RESPONDER A NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

Se adoptarán, las medidas adecuadas a cada caso para que aquellos alumnos que presenten necesidades especiales puedan adquirir los conocimientos y capacidades necesarias para la superación de la materia.

D) ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DURANTE EL CURSO

11. NÚMERO DE HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Nº de Horas: 75 (3 créditos ECTS)

- Actividades presenciales: 25,5 horas
 - Clases de aula teóricas: Método expositivo. 18 horas
 - Clases de aula de problemas: Método expositivo. 4,5 horas
 - Sesiones de evaluación: 3 horas

- Trabajo autónomo tutelado: 46,5 horas
 - Trabajo autónomo individual: 36,5 horas
 - Trabajo autónomo en grupo: 10 horas
- Tutorías docentes: 3 horas

E) TEMARIO DESARROLLADO

MÓDULO I: TEORÍA DEL CONSUMIDOR

- El problema del consumidor
- Preferencias y utilidad
 - La ordenación de preferencias
 - La función de utilidad
- EL conjunto asequible
- La decisión del consumidor
- Dualidad
 - Función de utilidad indirecta
 - función de gasto
- La estática comparativa en la conducta del consumidor
 - Efecto renta y efecto sustitución
- Extensiones
 - El consumidor como oferente de trabajo
 - La referencia revelada

MÓDULO II: TEORÍA DE LA EMPRESA

- Producción
- Costes
- Dualidad en la producción
- La empresa competitiva
 - Maximización de beneficios
 - La función de beneficios

MÓDULO III: EQUILIBRIO PARCIAL

- Competencia Perfecta
- Monopolio
- Interdependencia estratégica
 - Oligopolio
 - Competencia monopolista
- Equilibrio y Bienestar
 - Precio y bienestar individual
 - Eficiencia del resultado competitivo
 - Eficiencia y maximización del excedente total

MÓDULO IV: ECONOMÍA DE LA INFORMACIÓN

- Selección adversa
- Riesgo moral
- Señalización
- El problema principal-agente

F) MECANISMOS DE CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA ASIGNATURA

Cada vez que finalice un módulo del programa se realizarán pruebas diversas para establecer el nivel de captación de competencias y contenidos de la asignatura.