



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO  
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE  
DE MADRID

## GRADO EN COMERCIO

<b>Asignatura</b>	<b>Microeconomía</b>	<b>Código</b>	<b>801933</b>
<b>Módulo</b>	<b>Actividad Comercial</b>	<b>Materia</b>	<b>Entorno de la actividad comercial</b>
<b>Carácter</b>	<b>Obligatoria</b>		
<b>Créditos</b>	<b>6</b>	<b>Presenciales</b>	<b>3</b>
		<b>No presenciales</b>	<b>3</b>
<b>Curso</b>	<b>Segundo</b>	<b>Semestre</b>	<b>Segundo</b>

<b>Departamento Responsable</b>	<b>Fundamentos del Análisis Económico I</b>
<b>Coordinador /a</b>	Correo electrónico
<i>Amparo Carrasco Pradas</i>	<i>apradas@ucm.es</i>

## SINOPSIS

### BREVE DESCRIPTOR

Se inicia al estudiante en el método del **análisis microeconómico** y en los principales problemas de la **Microeconomía**, hasta alcanzar un nivel intermedio. Se aplica el análisis matemático para formalizar los problemas económicos a que se enfrentan consumidores y empresas, con un enfoque teórico y práctico que permite generar una visión global de los aspectos microeconómicos del sistema económico. Se analizará el comportamiento de los agentes económicos (consumidores y empresas) y la estructura de los mercados, con especial referencia al comportamiento del consumidor. Así mismo, se estudiarán las

teorías del comercio internacional en sus aspectos microeconómicos.

### CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS *(opcional)*

### OBJETIVOS FORMATIVOS

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

*(debe trasladarse lo que aparece en la memoria verificada)*

- Aprender los conceptos fundamentales de la teoría económica y de la microeconomía.
- Ser capaces de enmarcar la actividad comercial en su entorno económico.

**COMPETENCIAS** *(debe trasladarse el nombre de la competencia y la descripción que aparecen en la memoria verificada)*

#### Generales

**CG1** - Saber reunir e interpretar datos sociales y económicos relevantes para la función comercial de forma que puedan emitir juicios sobre temas relevantes de índole comercial

**CG5** - Desarrollar las capacidades conceptuales y operativas de futuros gestores y directivos comerciales

**CG6** - Saber comportarse con una actitud responsables ante los mercados y los consumidores con el fin de aplicar las estrategias y técnicas que se aprendan con el necesario cuidado por la norma y la ética profesional y respeto por el mercado y la sociedad en general

#### Específicas:

**CE15** - Plantear y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas que se presenten en el desarrollo de la actividad empresarial de cara a aplicar las técnicas matemáticas adecuadas para su resolución e interpretar la solución que proporciona el modelo de ámbito real.

### CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)

#### TEORÍA DEL CONSUMO

- Tema 1: La elección del consumidor
  - o Preferencias
  - o Restricción presupuestaria
  - o Equilibrio del consumidor: la elección
  - o Efectos renta y sustitución (Slutsky)
- Tema 2: Función y curvas de demanda

#### TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN Y DE LOS COSTES

- Tema 2. Producción a corto y a largo plazo
- Tema 3: Costes de producción
  - o Costes a corto plazo
  - o Minimización del coste. Costes a largo plazo
  - o Relación entre costes a corto y costes a largo plazo

#### MERCADOS

- Tema 4: Mercado competitivo
  - o Equilibrio a corto plazo de la empresa y del mercado

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Equilibrio a largo plazo de la empresa y del mercado</li> <li>- Tema 5: Mercados de competencia imperfecta: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Monopolio. Monopolio discriminador. Monopolio multiplanta</li> <li>○ Oligopolio: modelos colusivos: Cártel</li> <li>○ Oligopolio: modelos no colusivos: Cournot y Stackelberg</li> </ul> </li> </ul>		
	<b>% DEL TOTAL DE CRÉDITOS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
<b>Asistencia y participación activa en clase</b>	42%	
<b>Trabajo guiado</b>	8%	
<b>Trabajo autónomo del/la alumno/a</b>	25%	
<b>Trabajo grupal del/la alumno/a</b>	17%	
<b>Otras actividades</b>	8%	
<b>EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>Participación en la Nota Final</b>	
Pruebas orales y/o escritas	65	
Presentaciones	20	
Trabajo e informes	10	
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	5	

## RECURSOS

<b>BIBLIOGRAFÍA BÁSICA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- VARIAN, H. R. (2011): Microeconomía Intermedia: un enfoque actual, 8ª ed. Antoni Bosch, Barcelona.</li> <li>- CARRASCO PRADAS y otros (2013): Microeconomía. Ejercicios y cuestiones. McGraw Hill.</li> <li>- CURIEL, J.; DE LAS HERAS, C.; MARCOS, F. (2008): Curso de Microeconomía intermedia. Teoría y cuestiones. Lisma, Madrid</li> </ul>
<b>BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA</b>

**Idioma en que se imparte**

Castellano

**Otra información** *(opcional)*

Se utilizarán los recursos del Campus Virtual de la UCM para distribución de contenidos, realización de actividades, evaluación en su caso, y comunicación con los estudiantes.