



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO  
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE  
DE MADRID

## GRADO EN COMERCIO

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

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



## SINOPSIS

FACULTAD DE  
COMERCIO Y TURISMO

### 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.
<b>CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS (opcional)</b>
<b>OBJETIVOS FORMATIVOS</b>
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> <i>(debe trasladarse lo que aparece en la memoria verificada)</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprender los conceptos fundamentales de la teoría económica y de la microeconomía.</li> <li>• Ser capaces de enmarcar la actividad comercial en su entorno económico.</li> </ul>
<b>COMPETENCIAS (debe trasladarse el nombre de la competencia y la descripción que aparezcan en la memoria verificada)</b>
<p><b>Generales</b></p> <p><b>CG1</b> - 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</p> <p><b>CG5</b> - Desarrollar las capacidades conceptuales y operativas de futuros gestores y directivos comerciales</p> <p><b>CG6</b> - 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</p> <p><b>Específicas:</b></p> <p><b>CE15</b> - 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.</p>
<b>CONTENIDOS TEMÁTICOS</b> <b>(Programa de la asignatura)</b>
<p><b>TEORÍA DEL CONSUMO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tema 1: La elección del consumidor <ul style="list-style-type: none"> <li>o Preferencias</li> <li>o Restricción presupuestaria</li> <li>o Equilibrio del consumidor: la elección</li> <li>o Efectos renta y sustitución (Slutsky)</li> </ul> </li> <li>- Tema 2: Función y curvas de demanda</li> </ul> <p><b>TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN Y DE LOS COSTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tema 2. Producción a corto y a largo plazo</li> <li>- Tema 3: Costes de producción <ul style="list-style-type: none"> <li>o Costes a corto plazo</li> <li>o Minimización del coste. Costes a largo plazo</li> <li>o Relación entre costes a corto y costes a largo plazo</li> </ul> </li> </ul> <p><b>MERCADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tema 4: Mercado competitivo <ul style="list-style-type: none"> <li>o Equilibrio a corto plazo de la empresa y del mercado</li> </ul> </li> </ul>



- Equilibrio a largo plazo de la empresa y del mercado
- Tema 5: Mercados de competencia imperfecta:
  - Monopolio. Monopolio discriminador. Monopolio multiplanta
  - Oligopolio: modelos colusivos: Cártel
  - Oligopolio: modelos no colusivos: Cournot y Stackelberg

	% DEL TOTAL DE CRÉDITOS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	42%	
Trabajo guiado	8%	
Trabajo autónomo del/la alumno/a	25%	
Trabajo grupal del/la alumno/a	17%	
Otras actividades	8%	
EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final	
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

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- VARIAN, H. R. (2011): Microeconomía Intermedia: un enfoque actual, 8ª ed. Antoni Bosch, Barcelona.
- CARRASCO PRADAS y otros (2013): Microeconomía. Ejercicios y cuestiones. McGraw Hill.
- CURIEL, J.; DE LAS HERAS, C.; MARCOS, F. (2008): Curso de Microeconomía intermedia. Teoría y cuestiones. Lisma, Madrid

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

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.

