



PROGRAMA DE MICROECONOMIA

Primer Semestre Año 2007
Prof. Juan Pablo Baraona Rufatt

A. OBJETIVOS GENERALES:

El curso de Microeconomía ha sido diseñado para que los alumnos de primer año de la carrera de Derecho de la Universidad de Chile dispongan de las herramientas básicas del pensamiento económico. A través del estudio de los conceptos básicos de demanda y oferta, individuales y de mercado, el alumno aprenderá a interpretar las distintas decisiones de consumidores y productores en el proceso de formación de precios de una economía, tanto en un mercado perfecto como imperfecto.

B. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Este NO es un curso de derecho. Es un curso de teoría económica, y por lo tanto se requerirá de los alumnos que razonen económicamente en la resolución de los diversos problemas y materias tratadas en clases. El objetivo específico del curso es entregar a los alumnos una visión diferente, pero complementaria, a las demás cátedras, otorgando las herramientas necesarias para entender las decisiones de los sujetos en una economía, y asimismo, aprender a tomar decisiones razonando económicamente.

C. CONTENIDO:

I. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Concepto de Microeconomía.
- 1.2. Preguntas Básicas: Qué, Cuánto, Cómo, A quién, etc.
- 1.3. Escasez y Elección. Necesidades.
- 1.4. Supuestos.
- 1.5. Costos recuperables e irrecuperables.
- 1.6. Costos de Oportunidad.
- 1.7. La Actividad Económica: Flujo Circular del Dinero.
- 1.8. Herramientas del Estudio Económico: Funciones, Entendimiento de Gráficos.

II. DEMANDA, OFERTA Y EQUILIBRIO DE MERCADO.

- 2.1. Concepto de Mercado.
- 2.2. Demanda Individual y de Mercado.
- 2.3. Oferta Individual y de Mercado.
- 2.4. Cambios en la Oferta y la Demanda.
- 2.5. Determinación del Precio de Equilibrio.
- 2.6. Concepto de excedente del Consumidor y el Productor.

III. UTILIDAD, PREFERENCIAS Y ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR.

- 3.1. Concepto de Utilidad.
- 3.2. Concepto de Utilidad Marginal.
- 3.3. Concepto de Utilidad Total.

IV. TEORÍA DEL CONSUMIDOR.

- 4.1. Análisis del Comportamiento del Consumidor.
- 4.2. Preferencias: Análisis de Curva de Indiferencia.
- 4.3. Tasa Marginal de Sustitución.
- 4.4. Presupuesto: Recta de Presupuesto.
- 4.5. Tasa Marginal de Sustitución de Mercado.
- 4.6. Optimo del Consumidor.
- 4.7. El Principio de las Utilidades Marginales.
- 4.8. Casos Específicos Relacionados con Curvas de Indiferencia: Bienes Buenos y Malos, Sustitutos Perfectos, Complementarios Perfectos, Bienes Naturales, Soluciones de Esquina, etc.

V. DEMANDA DEL CONSUMIDOR.

- 5.1. Derivación de Curva Ingreso – Consumo.
- 5.2. Curvas de Engel.
- 5.3. Derivación de Curva Precio – Consumo y Derivación de Curva de Demanda.

VI. ELASTICIDAD.

- 6.1. Concepto.
- 6.2. Elasticidad – Precio de la Demanda.
- 6.3. Derivación de Elasticidad – Precio de la Demanda a partir de Curvas de Precio – Consumo.
- 6.4. Determinantes de la Elasticidad.
- 6.5. Determinación Aritmética de Elasticidad – Precio de la Demanda.
- 6.6. Interpretación Geométrica de la Elasticidad – Precio de la Demanda.
- 6.7. Elasticidad – Precio e Ingresos.

- 6.8. Elasticidad – Ingreso.
- 6.9. Elasticidad Cruzada.
- 6.10. Elasticidad de la Oferta.

VII. LA OFERTA, LA FIRMA Y LA PRODUCCIÓN.

- 7.1. Funciones de Producción.
- 7.2. Productos medio y marginal, economías de escala.
- 7.3. Función de Costos: Costo Total, Medio y Marginal.
- 7.4. Minimización de Costos y Maximización de Utilidades.
- 7.5. Combinación Óptima de Factores Productivos.
- 7.6. Producción y Costos.
- 7.7. Teoría de Rendimientos Decrecientes.
- 7.8. Oferta de la Firma y de la Industria.

VIII. LAS EMPRESAS DE LOS MERCADOS COMPETITIVOS.

- 8.1 El Significado de la Competencia.
- 8.2 La Maximización de los Beneficios y la Curva de Oferta en la Empresa Competitiva.
- 8.3 Equilibrio Competitivo en el Corto y Largo Plazo.

IX. COMPETENCIA IMPERFECTA.

- 9.1. Monopolio.
- 9.2. Decisiones del Productor Monopolista.
- 9.3. Pérdida Social del Monopolio.
- 9.4. Medidas de Corrección.
- 9.5. Discriminación de Precios.
- 9.6. Oligopolio.
- 9.7. Mercados con Pocas Empresas.
- 9.8. Teoría de Juegos y Análisis de la Cooperación.
- 9.9. La Competencia Monopolística.
- 9.10. Competencia con Productos Diferenciados.
- 9.11. Publicidad e Información.
- 9.12. Otros Mercados Imperfectos.
- 9.13. Formación de Precios en Mercados de Competencia Imperfecta.

X. MERCADO DE FACTORES PRODUCTIVOS.

- 10.1. Demanda de Trabajo
- 10.2. Equilibrio del Mercado de Trabajo.
- 10.3. Otros Factores de Producción: Tierra, Capital, Tecnología.

XI. ECONOMIA DEL BIENESTAR.

- 11.1. Eficiencia y la Condición de Pareto.
- 11.2. Condiciones Marginales para Asignación de Recursos.
- 11.3. Competencia y Eficiencia Económica.
- 11.4. El Segundo Optimo.

D. METODOLOGÍA:

No obstante el curso está estructurado sobre la base de una clase expositiva, es fundamental, y se estimulará, la participación activa de los alumnos. A lo largo del curso se desarrollarán ejercicios prácticos a fin de que los alumnos puedan comprender en mejor forma las materias tratadas en clase. Durante el curso se utilizarán gráficos y conocimientos básicos de cálculo en la enseñanza de la teoría microeconómica.

Es altamente recomendable la lectura previa de la bibliografía asignada a cada materia a ser tratada en clase, y de esta manera, obtener una participación activa de los alumnos.

E. ASISTENCIA A CLASES:

Voluntaria. No obstante ser la asistencia voluntaria, ésta es altamente recomendable para efectos de una adecuada comprensión de las materias tratadas y la evaluación de la participación en clases, según se indica a continuación.

F. EVALUACIÓN:

- a) El examen final será escrito y equivaldrá a un 40% de la nota del semestre, abarcando TODA la materia tratada durante el semestre.
- b) El 60% restante se compondrá de la siguiente manera:
 - Cuatro controles de lectura o sobre materias específicas. Se eligen las tres mejores notas, cada uno con una ponderación de 11%, en fechas a definir.
 - Prueba escrita en la mitad del semestre. 27%

G. BIBLIOGRAFÍA:

- Introducción a la Economía Positiva. Richard G. Lipsey
- Microeconomía y Conducta. Robert H. Frank
- Microeconomía. Roger LeRoy Miller & Roger E. Meiners
- Microeconomía. Domenico Salvatore