

## Ficha del libro



# COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR PRINCIPIOS DE MICROECONOMÍA

**Autor/es:** Roberto Hernán González, Emilio Jiménez García, Txema López Pina y José Ramos Rodrigo

**Formato:** 17 x 24 cm.

**Edición:** 1ª Edición

**ISBN:** 978-84-92453-23-8

**Encuadernación:** Rústica

**Nº Páginas:** 70

**Precio:** 8,00 €

### Descripción

-En el libro se desarrollan los conceptos básicos relacionados con el comportamiento del consumidor, desde los principios básicos de coste de oportunidad y eficiencia económica, pasando por el análisis de la restricción presupuestaria, sin dejar de lado el estudio de las preferencias de los individuos, y finalizando con la determinación de la demanda de los consumidores. Este libro pretende ser un referente para aquellos estudiantes que se adentren en el estudio de la economía, en particular para todos aquellos que se aproximen por primera vez al estudio de la microeconomía. Existen otros muchos manuales relacionados con la teoría microeconómica, y en particular con el comportamiento del consumidor, pero este pretende dar un paso más, al introducir un nuevo enfoque a la hora de explicar ideas y conceptos. Todos estos conocimientos se pretenden desarrollar bajo la perspectiva de un aprendizaje activo, donde el estudiante sea capaz de tomar las riendas de su formación, y por tanto utilice este libro como una herramienta para el desarrollo de su conocimiento.

### Contenido

Capítulo 1: Principales Conceptos Económicos  
Capítulo 2: Lo que podemos comprar  
Capítulo 3: Lo que podemos comprar  
Capítulo 4: Lo que compramos