

Ficha del libro



COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR MICROECONOMÍA INTERMEDIA

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

Formato: 17 x 24 cm.

Edición: 1ª Edición

ISBN: 978-84-92453-24-5

Encuadernación: Rústica

Nº Páginas: 200

Precio: 15,00 €

Descripción

Este libro es un paso hacia delante en el conocimiento de los alumnos que tienen afianzados los elementos básicos de la teoría económica y quieren profundizar en el análisis del comportamiento de los consumidores. Los temas que se tratan van desde los problemas más sencillos de decisión y análisis de las funciones de demanda, hasta la aplicación a áreas más específicas, como pueden ser el mercado de trabajo, el comercio internacional o el ahorro e inversión. La metodología utilizada ayuda al estudiante a identificar y comprender en primer lugar los conceptos fundamentales de cada tema para aplicarlos en la resolución de problemas más básicos y, también, los más complejos. Este no es solo un libro de problemas clásicos de microeconomía. Los problemas que aquí se plantean permiten al alumno aplicar sus conocimientos económicos a problemas reales de decisión de consumo. Así, pretendemos que los estudiantes sean capaces de aplicar sus conocimientos teóricos para analizar las decisiones de consumo que se toman en la vida real. En este sentido, los alumnos (futuros directivos de empresas) pueden comprender la aplicación de la teoría económica en la toma de decisiones dentro de la empresa, especialmente en el área de Marketing.

Contenido

Capítulo 1: La elección óptima
Capítulo 2: El problema dual
Capítulo 3: El efecto sobre la demanda de cambios en la renta y los precios
Capítulo 4: El bienestar de los consumidores
Capítulo 5: La compra y la venta
Capítulo 6: La elección intertemporal
Capítulo 7: La oferta de trabajo