



MATIÈRE

# Économie III: Consommateurs, Entreprises et Marchés

COMPÉTENCES

1. Identifier les concepts les plus importants de la théorie du consommateur et de l'entreprise, et analyser les problèmes de la prise de décisions des agents économiques.
2. Relier et comparer le comportement des consommateurs et des entreprises sur les différentes structures de marché, et analyser l'équilibre résultant entraînant chacune.
3. Résoudre en équipe différents cas pratiques des modèles microéconomiques.

SOMMAIRE

**CHAPITRE 1. LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR. CHOIX ET DEMANDE.**

0. Introduction.
1. Les préférences des consommateurs.
  - 1.1. Les hypothèses de base sur les préférences.
  - 1.2. Les courbes d'indifférence.
  - 1.3. Le Taux Marginal de Substitution.
  - 1.4. Les fonctions d'utilité.
2. La contrainte budgétaire.
  - 2.1. La droite de budget.
  - 2.2. Les effets des variations de prix et de revenu.
3. Le choix des consommateurs.
  - 3.1. Analyse graphique.
  - 3.2. Analyse mathématique.
4. La courbe de demande individuelle et du marché.
  - 4.1. La demande individuelle.
  - 4.2. La demande de marché.

**CHAPITRE 2. LE COMPORTEMENT DE L'ENTREPRISE. PRODUCTION ET COÛTS.**

0. Introduction.
1. La fonction de production avec un facteur variable.
  - 1.1. Le court et le long terme.
  - 1.2. La productivité moyenne et marginale.
  - 1.3. La loi des rendements marginaux décroissants.
2. La production avec deux facteurs variables.
  - 2.1. Les isoquantes.
  - 2.2. Les rendements d'échelle.
3. Le coût de production.
  - 3.1. La mesure des coûts.
  - 3.2. Le coût de court terme.
  - 3.3. Le coût de long terme.

**CHAPITRE 3. ANALYSE DU COMPORTEMENT DES MARCHÉS.**

1. Les marchés concurrentiels.
  - 1.1. Introduction.
  - 1.2. Le choix du niveau de production et la courbe d'offre d'une entreprise dans le court terme.
  - 1.3. L'équilibre concurrentiel.
  - 1.4. Le choix du niveau de production et la courbe d'offre d'une entreprise à long terme.
  - 1.5. La courbe d'offre de long terme de la branche.
2. Les marchés non concurrentiels.
  - 2.1. Le monopole.
    - 2.1.1. Introduction.
    - 2.1.2. La décision de production du monopole.
    - 2.1.3. Le pouvoir de monopole.
    - 2.1.4. Les coûts sociaux du pouvoir de monopole.
    - 2.1.5. La discrimination par les prix.
  - 2.2. La concurrence monopolistique.
    - 2.2.1. Introduction.
    - 2.2.2. L'équilibre de court terme et de long terme.
  - 2.3. L'oligopole.
    - 2.3.1. Introduction.
    - 2.3.2. L'équilibre sur un marché en concurrence oligopolistique.



## MÉTHODOLOGIE

Pour un bon apprentissage de la matière il est jugé approprié que les 60 heures de présence en classe soient réparties de la manière suivante:

Cours magistraux: 42 heures  
Pratiques en classe: 18 heures

En outre, on considère nécessaires 90 heures d'activité non relatives à la présence de l'étudiant en classe pour pouvoir acquérir les compétences fixées pour cette matière.

## ÉVALUATION

L'évaluation par compétences de la matière consistera à l'explication par équipes en classe des concepts théoriques les plus importants; de plus, on proposera des essais partiels le long du cours (exercices et QCM) concernant les trois chapitres, ainsi qu'un examen final de la matière.

## BIBLIOGRAPHIE

**PINDYCK, R. et RUBINFELD, D. Édition française dirigée par M. SOLLOGOUB: "Microéconomie". Pearson Education France. 8<sup>e</sup> édition. 2012.**

VARIAN, H.R.: *"Introduction à la Microéconomie"*. Éditions De Boeck Université. 5<sup>e</sup> édition. 2003.

Amenabar, B.; Barrenetxea, M. et Mijangos, J.: *"Recueil de Problèmes de Économie III: Consommateurs, Entreprises et Marchés"*. Departamento de Economía Industrial. Facultad de Economía y Empresa. Sección Elcano. Bilbao.

## PROFESSEUR

**Enseignant:** Juanjo Mijangos del Campo

**Horaire de Tutorat:** Mardi et Mercredi de 17:00 à 18:00; Jeudi et Vendredi de 11:00 à 13:00

**Bureau** numéro 2, deuxième étage

**e-mail:** [juanjo.mijangos@ehu.eus](mailto:juanjo.mijangos@ehu.eus)

**Téléphone:** 94 601 4764