

HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO



AUTORES: Pablo Coto Millán, catedrático de Fundamentos del Análisis Económico
UNICAN

ISBN: 978-84-9961-458-8

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00190001

EDICIÓN: 1.ª, Junio 2024 **ENCUADERNACIÓN:** Rústica 17x24

PÁGINAS: 160

PVP: 16,00 €

IBIC: KCA-4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: PROGRAMA SENIOR (TÍTULO PROPIO)

ÁREA DE CONOCIMIENTO: FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO

ÍNDICE: Agradecimientos. -Prólogo. -Capítulo 1. Introducción. **-Primera Parte. Orígenes de la economía.** -Capítulo 2. La evolución de la historia del pensamiento económico. -Capítulo 3. El pensamiento económico en las antiguas sociedades griegas, romanas y cristianas -Capítulo 4. La caída del Imperio Romano, los Bárbaros y el Islam. -Capítulo 5. La escolástica Medieval Cristiana. -Capítulo 6. La escuela de Salamanca. -Capítulo 7. El mercantilismo. -Capítulo 8. Los fisiócratas. **-Segunda Parte. La economía científica.** -Capítulo 9. Los clásicos. -Capítulo 10. Las heterodoxias clásicas más populares. -Capítulo 11. Los neoclásicos. -Capítulo 12. Las dos escuelas de economía del bienestar. -Capítulo 13. Innovación, empresarialidad y crecimiento económico en la escuela austriaca. -Capítulo 14. La nueva Macroeconomía. **-Tercera Parte. Pensamiento económico reciente.** -Capítulo 15. Síntesis Neoclásica-Keynesiana, monetaristas y la escuela de expectativas racionales. -Capítulo 16. Epílogo. -Bibliografía.

SINOPSIS: La Economía es algo que nos afecta a todos y de la que todo el mundo habla pero en realidad es una materia poco conocida a nivel popular. Desde que existe literatura escrita, la gente ha ido dejando sus opiniones, intuiciones y propuestas para la solución de muchos problemas económicos, en documentos de diversa índole. La historia de las ideas económicas nos muestran todo esto.

El autor de este libro ha sabido captar muy bien estas ideas y ha sido capaz de contar el largo proceso de gestación de las mismas, consiguiendo explicar la historia de las ideas económicas de manera concisa y lectura fácil para un público cuyo interés no es buscar ningún título académico si no un entendimiento más profundo de la realidad económica.

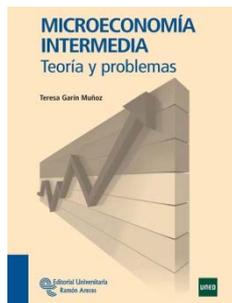
CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- UNIVERSIDAD:** UNICAN **FACULTAD:** PROGRAMA SENIOR (TÍTULO PROPIO) **CURSO:** 2º1C
ASIGNATURA: HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO

MICROECONOMÍA INTERMEDIA

TEORÍA Y PROBLEMAS



AUTORES: Teresa Garín Muñoz, Profesora titular de Fundamentos del Análisis Económico UNED

ISBN: 978-84-9961-025-2

NUESTRA REFERENCIA: FEEO00147001

EDICIÓN: 1.ª, Julio 2011

ENCUADERNACIÓN: Rústica 19x24,5

PÁGINAS: 528

PVP: 37,00 €

IBIC: KCC;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

ÁREA DE CONOCIMIENTO: FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO

ÍNDICE: Prólogo. -**Primera Parte. Teoría de la conducta del consumidor.** -Capítulo 1. La restricción presupuestaria. -Capítulo 2. Preferencias y utilidad. -Capítulo 3. La elección del consumidor. -Capítulo 4. La demanda individual y la demanda del mercado. -**Segunda Parte. Teoría de la producción y la oferta de la empresa.** -Capítulo 5. La tecnología. -Capítulo 6. Costes de producción. --Capítulo 7. Oferta y maximización del beneficio. -**Tercera Parte. La teoría del precio y la organización del mercado.** -Capítulo 8. La determinación del precio en un mercado de competencia perfecta. -Capítulo 9. El poder de mercado: el monopolio y el monopsonio. -Capítulo 10. La fijación de precios con poder de mercado. -Capítulo 11. La competencia monopolística. -Capítulo 12. La teoría del oligopolio. -**Cuarta Parte. El equilibrio general y el bienestar.** -Capítulo 13. El equilibrio general competitivo y la eficiencia económica. -Capítulo 14. Fallos del mercado: externalidades y bienes públicos. -Comentarios finales y bibliografía.

SINOPSIS: Manual de Microeconomía para el grado en Administración y Dirección de Empresas adaptado al EEES y dirigido fundamentalmente a alumnos a distancia.

Cada capítulo va acompañado de sus correspondientes cuestiones teóricas -147- y problemas -75- minuciosamente resueltos.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS **CURSO:** 2º 1C **ASIGNATURA:** MICROECONOMÍA
- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** MICROGRADO en MARKETING Y ESTRATEGIAS COMERCIALES **CURSO:** 1C **ASIGNATURA:** MICROECONOMÍA