

Curso Académico: (2023 / 2024)

Fecha de revisión: 24-05-2023

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía

Coordinador/a: ROMERO MEDINA, ANTONIO

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 6.0

Curso : Cuatrimestre :

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Matemáticas para la economía, teoría de juegos y teoría microeconómica (o Microeconomía).

OBJETIVOS

MICROECONOMIA AVANZADA: DISEÑO DE MERCADOS.

El objetivo de este curso es presentar la teoría del diseño de mercado, sus herramientas más avanzadas y sus aplicaciones actuales. Discutiremos la aplicación de estas herramientas a problemas bien conocidos, así como a nuevas áreas donde ha habido desarrollos recientes. En particular, el curso incluye:

1. Una introducción a la teoría de subastas y la teoría de emparejamiento.
2. El estudio de los mercados reales desde un punto de vista asignativo y estratégico.
3. La aplicación de herramientas de diseño de mercado para el rediseño de mercados específicos.

Capacidades

1. Al final del curso, el estudiante podrá analizar y rediseñar mercados específicos mediante la aplicación de las herramientas presentadas.

Actitudes

1. Análisis riguroso.
2. Pensamiento crítico.
3. Aprendizaje autónomo.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Los estudiantes de economía o ADE aprenden mucho sobre los mercados: de dónde provienen la oferta y la demanda, cómo calcular los precios de equilibrio y qué sucede si algún parámetro cambia. Otros problemas tienen un análisis menos destacado en el plan de estudios. Por ejemplo, el hecho que la manera en que se determina un precio es importante o que hay mercados en los que los precios no tienen un papel que desempeñar.

El diseño del mercado es la disciplina que ha surgido de tomar en serio estos problemas. Si atribuimos a los mercados el papel de decidir quién obtiene que el diseño de mercado es el área de la economía interesada en cómo se decide quién obtiene que.

La forma estándar de determinar quién obtiene que lo que está utilizando los precios, pero, cuando se debe asignar un número pequeño de objeto que pueden no ser homogéneos la herramienta que utilizamos para determinar los precios son las subastas. Las estudiaremos en este curso.

Además, en muchas ocasiones el dinero no juega un papel en quien obtiene que. Piense en la asignación de plazas de escuela pública, la asignación de clases, el acceso a la universidad pública o la donación de órganos. En este caso, el diseño de mercado también tiene un conjunto bien definido de herramientas los Modelos de asignación.

Capítulo 1. Introducción: Mercado y diseño de mercado.

Capítulo 2. Subastas simples.

Capítulo 3. La subasta de Vickrey-Clarke-Groves.

Capítulo 4. Análisis de eBay y keyword auctions.

Capítulo 5. Subastas de espectro.

Capítulo 6. Los modelos básicos de asignación.
 Capítulo 7. Diseño de mercados laborales: Programa nacional de asignación de residentes (NRMP).
 Capítulo 8. El Assignment problems.
 Capítulo 9. Elección de colegio: teoría básica y desarrollos recientes.
 Capítulo 10. Asignación de cursos.
 Capítulo 11. Intercambio renal.
 Capítulo 12. Modelos de asignación con preferencias complejas.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

La metodología primará la presentación intuitiva de los problemas. Se hará énfasis en cómo las técnicas presentadas vienen motivadas por la naturaleza del problema económico. Asimismo, se primará el objetivo final de generar asignaciones que tengan buenas propiedades.

La asignatura se impartirá mediante:

1. Clases magistrales. Para facilitar el seguimiento de las lecciones teóricas los alumnos dispondrán de textos básicos de referencia y bibliografía complementaria.
2. Clases prácticas: Los alumnos deben resolver algunos problemas a lo largo del curso relacionados con los modelos estudiados.
3. Proyecto de investigación original: La tarea principal para este curso es escribir un trabajo final de aproximadamente 15 páginas. El trabajo será individual o de grupos de hasta tres personas. El documento debe estudiar un mercado organizado existente o un entorno con potencial para convertirse en un mercado organizado. Al menos un tercio del documento debe describir las preguntas específicas de diseño de mercado relevantes para el entorno elegido y esbozar un plan sobre cómo responderlas; Los trabajos más destacados también llevarán a cabo un análisis preliminar de estas respuestas (por ejemplo, recolección / análisis de datos preliminares o resolución de un modelo sencillo) Hasta dos tercios del documento pueden ser una revisión de literatura existente relevante para su entorno y preguntas.
4. Presentaciones: Se realizarán en las últimas 3-4 semanas. Dependiendo del número de alumnos, las presentaciones serán individuales o de grupos de hasta tres personas, escogidas por los propios alumnos. Deberán presentar el proyecto de investigación original realizado o un trabajo publicado.
5. Clase inversa.

Se establece un régimen semanal de horas de tutoría semanal con un horario a publicar al comienzo del curso.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

PUNTUACIÓN

50% Trabajo de investigación y presentación.
 25% Examen parcial.
 25% Examen Final.

Cada ausencia en la hoja de asistencia contará un punto menos en la nota final.

Peso porcentual del Examen Final:	25
Peso porcentual del resto de la evaluación:	75

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Guillaume Haeringer Market Design: Auctions and Matching, MIT press, 2017.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Klemperer, Paul Auctions: Theory and Practice, Princeton University Press, 2004
 - Roth, Alvin and Marilda Sotomayor Two-Sided Matching: a Study in Game-Theoretic Modeling and Analysis, Cambridge University Press , 1990
 - Sönmez, Tayfun, and M. Utku Ünver. Matching, Allocation, and Exchange of Discrete Resources. Handbook of Social Economics, Volume 1A. , Elsevier, 2011