

Plan 291 Ing. de Organización Ind.

Asignatura 44182 EMPRESA Y POLITICA MICROECONOMICA**

Grupo 1

Presentación

La empresa y la estrategia para generar valor sostenido. El entorno de la empresa: macroeconomía. El entorno inmediato, el sector. Fallos del mercado y política industrial. Bases teóricas para el análisis de la política de la empresa.

Programa Básico

EMPRESA Y POLÍTICA MICROECONOMICA.
INGENIERO EN ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL. 5º optativa. Curso 2006/07
HERNÁNDEZ IGLESIAS, CESÁREO

Objetivos.

¿Por qué una empresa tiene éxito en un sector poco atractivo y otra fracasa o malvive en un sector con mucho atractivo? ¿Cómo compiten las empresas y qué modelos tenemos para entender esa competencia? ¿Cuál es el papel de la administración en relación con el funcionamiento de los mercados? ¿Cómo aplico estos conocimientos para diseñar la estrategia competitiva de la empresa?

Economía y estrategias para competir. Modelos y formas de competir. Microeconomía y Política Industrial. Dirección estratégica.

Programa de teoría:

I. INTRODUCCION.

1. Economía y estrategias para generar valor:
Economía Industrial y Estrategia Empresarial.

II. ESTRUCTURA DEL MERCADO.

2. Poética de precios en e mercado de productos.
3. Política de precios en el mercado de factores.
4. Precio de transferencia y franquicia.

III. ESTRATEGIAS DE COMPETENCIA Y OLIGOPOLIOS.

5. Modelos básicos de oligopolio.
6. Carteles y liderazgo.
7. Competencia monopolística
8. Teoría de juegos y estrategias para competir.

IV. POLÍTICA INDUSTRIAL.

9. El mercado y su eficiencia.
10. Fallos del mercado.
11. Innovación tecnológica.
12. Política industrial y pública.

V. ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.

13. Actividad económica y empresa.
14. Dirección estratégica de la empresa.
15. Estudio de Casos.

Programa de prácticas:

Las prácticas consisten en ejercicios y casos históricos y de la prensa económica diaria simultáneos con las clases. Se hará algún ejercicio de economía experimental. También se incluye un ejercicio práctico tipo trabajo de Política Industrial (Análisis de una industria)

Metodología (actividades):

Además de las clases teóricas y prácticas se discuten y redactan por parte del alumno en grupos, casos y/o lecciones.

Bibliografía.

Pindyck, R y Rubinfeld, D. (2003). Microeconomía. 5ª edición. Prentice Hall.

Cabral, L. (2000). Introduction to Industrial Organization. MIT Press. Existe traducción de una versión anterior en castellano (Economía Industrial McGrawHill 1997).

Se distribuirá bibliografía complementaria en cada lección.

Objetivos

El objetivo de la asignatura es permitir que el alumno que lo desee, no acabe la titulación sin conocimientos de economía industrial y dirección estratégica. En este sentido complementa otras materias, como la de Análisis Económico de 4º curso y Política Industrial. Al no existir una asignatura de Dirección Estratégica, esta tiene por objetivo que el alumno pueda realizar un análisis del sector y la posición de la empresa, así como de la oportunidad/necesidad de regulación pública del sector.

Programa de Teoría

I. INTRODUCCION.

1. Economía y estrategias para generar valor:
Economía Industrial y Estrategia Empresarial.

II. ESTRUCTURA DEL MERCADO.EL PUNTO DE VISTA DE LA ADMINISTRACION.

2.Eficiencia del mercado.

3.El papel de la Administración en la política microeconomica.

4.Mercados con información asimétrica

5.Externalidades

6.Bienes Públicos.

III. ESTRUCTURA DEL MERCADO.EL PUNTO DE VISTA DE LA EMPRESA.

7. Creación de valor en la empresa

8. Precio de transferencia y decisiones organizativas.

9. Estrategia corporativa.

10. Análisis del sector y enfoques.

11. Implantación y seguimiento de la estrategia.SISTRAT

12.El plan de marketing estratégico: CADMARK.

13.Casos prácticos.

Programa Práctico

No hay prácticas obligatorias específicas. Se facilitará software para el análisis estratégico.

Todos deben presentar un trabajo de análisis de algún sector.

Evaluación

Convocatorias oficiales. Trabajos prácticos a lo largo del curso sobre análisis sectorial y participación activa en clase.

Apuntes de las clases y documentación distribuida.

Harrison, J, y John C. (2002). Fundamentos de la dirección estratégica. 2ª ed. Thompson .

PINDYCK, R. y D.L. RUBINFELD (2000). Microeconomía. Madrid: Prentice Hall.

Presentación

La empresa y la estrategia para generar valor sostenido. El entorno de la empresa: macroeconomía. El entorno inmediato, el sector. Fallos del mercado y política industrial. Bases teóricas para el análisis de la política de la empresa.

Programa Básico

EMPRESA Y POLÍTICA MICROECONÓMICA.
INGENIERO EN ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL. 5º optativa. Curso 2006/07
HERNÁNDEZ IGLESIAS, CESÁREO

Objetivos.

¿Por qué una empresa tiene éxito en un sector poco atractivo y otra fracasa o malvive en un sector con mucho atractivo? ¿Cómo compiten las empresas y qué modelos tenemos para entender esa competencia? ¿Cuál es el papel de la administración en relación con el funcionamiento de los mercados? ¿Cómo aplico estos conocimientos para diseñar la estrategia competitiva de la empresa?

Economía y estrategias para competir. Modelos y formas de competir. Microeconomía y Política Industrial. Dirección estratégica.

Programa de teoría:

I. INTRODUCCION.

1. Economía y estrategias para generar valor:
Economía Industrial y Estrategia Empresarial.

II. ESTRUCTURA DEL MERCADO.

2. Poética de precios en e mercado de productos.
3. Política de precios en el mercado de factores.
4. Precio de transferencia y franquicia.

III. ESTRATEGIAS DE COMPETENCIA Y OLIGOPOLIOS.

5. Modelos básicos de oligopolio.
6. Carteles y liderazgo.
7. Competencia monopolística
8. Teoría de juegos y estrategias para competir.

IV. POLÍTICA INDUSTRIAL.

9. El mercado y su eficiencia.
10. Fallos del mercado.
11. Innovación tecnológica.
12. Política industrial y pública.

V. ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.

13. Actividad económica y empresa.
14. Dirección estratégica de la empresa.
15. Estudio de Casos.

Programa de prácticas:

Las prácticas consisten en ejercicios y casos históricos y de la prensa económica diaria simultáneos con las clases. Se hará algún ejercicio de economía experimental . También se incluye un ejercicio práctico tipo trabajo de Política Industrial (Análisis de una industria)

Metodología (actividades):

Además de las clases teóricas y prácticas se discuten y redactan por parte del alumno en grupos, casos y/o lecciones.

Bibliografía.

Pindyck, R y Rubinfeld, D. (2003). Microeconomía. 5ª edición. Prentice Hall.

Cabral, L. (2000). Introduction to Industrial Organization. MIT Press. Existe traducción de una versión anterior en castellano (Economía Industrial McGrawHill 1997).

Se distribuirá bibliografía complementaria en cada lección.

Objetivos

El objetivo de la asignatura es permitir que el alumno que lo desee, no acabe la titulación sin conocimientos de economía industrial y dirección estratégica. En este sentido complementa otras materias, como la de Análisis Económico de 4º curso y Política Industrial. Al no existir una asignatura de Dirección Estratégica, esta tiene por objetivo que el alumno pueda realizar un análisis del sector y la posición de la empresa, así como de la oportunidad/necesidad de regulación pública del sector.

Programa de Teoría

I. INTRODUCCION.

1. Economía y estrategias para generar valor:
Economía Industrial y Estrategia Empresarial.

II. ESTRUCTURA DEL MERCADO.EL PUNTO DE VISTA DE LA ADMINISTRACION.

- 2.Eficiencia del mercado.
- 3.El papel de la Administración en la política microeconomica.
- 4.Mercados con información asimétrica
- 5.Externalidades
- 6.Bienes Públicos.

III. ESTRUCTURA DEL MERCADO.EL PUNTO DE VISTA DE LA EMPRESA.

- 7. Creación de valor en la empresa
- 8. Precio de transferencia y decisiones organizativas.
- 9. Estrategia corporativa.
- 10. Análisis del sector y enfoques.
- 11. Implantación y seguimiento de la estrategia.SISTRAT
- 12.El plan de marketing estratégico: CADMARK.
- 13.Casos prácticos.

Programa Práctico

No hay prácticas obligatorias específicas. Se facilitará software para el análisis estratégico. Todos deben presentar un trabajo de análisis de algún sector.

Evaluación

Convocatorias oficiales. Trabajos prácticos a lo largo del curso sobre análisis sectorial y participación activa en clase.

Bibliografía

Apuntes de las clases y documentación distribuida.

Harrison, J, y John C. (2002).Fundamentos de la dirección estratégica. 2ª ed. Thompson .

PINDYCK, R. y D.L. RUBINFELD (2000). Microeconomía. Madrid:Prentice Hall.
