

Plan 246 Lic. en Economía

Asignatura 43713 ECONOMIA INDUSTRIAL

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

TEMA 1: INTRODUCCIÓN
 TEMA 2: ESTRUCTURA DE MERCADOS
 TEMA 3: OLIGOPOLIO CON UN PRODUCTO HOMOGÉNEO
 TEMA 4: BARRERAS DE ENTRADA
 TEMA 5: PRODUCTOS DIFERENCIADOS
 TEMA 6: INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO
 TEMA 7: INTEGRACIÓN VERTICAL
 TEMA 8: DIVERSIFICACIÓN
 TEMA 9: POLÍTICA INDUSTRIAL

Objetivos

El objetivo de la asignatura consiste en profundizar en los conocimientos de microeconomía adquiridos por los alumnos en los cursos de primer ciclo sobre la teoría de los mercados. El análisis se centra en aquellas situaciones intermedias entre competencia perfecta y monopolio, en las que existen barreras a la entrada pero en el mercado permanece un cierto grado de competencia entre empresas que se realiza no solo a través de los precios sino también, y en ocasiones de forma más importante, a través de diversas estrategias como la inversión en capacidad, la publicidad, la calidad del producto, las fusiones con otras empresas, etc.
 El estudio teórico unido al análisis realizado en clase de casos prácticos que ilustran los distintos comportamientos estratégicos de las empresas, permitirá a los alumnos adquirir la capacidad para analizar las distintas situaciones económicas reales.

Programa de Teoría

TEMA 1: LA ECONOMIA INDUSTRIAL
 Objeto de estudio. Distintos enfoques de economía industrial.
 TEMA 2: ESTRUCTURAS CLASICAS DE MERCADO
 Competencia perfecta y monopolio. La eficiencia productiva y la innovación según la estructura de mercado.
 TEMA 3: COMPORTAMIENTO OLIGOPOLÍSTICO
 Competencia en cantidades. Competencia en precios. Asimetrías de costes. Colusión. La empresa líder y la franja competitiva.
 TEMA 4: CONCENTRACIÓN Y RENTABILIDAD
 Medidas de concentración de mercado. Relación entre concentración y rentabilidad. Defensa de la competencia.
 TEMA 5: BARRERAS DE ENTRADA
 Barreras tecnológicas y barreras estratégicas. La teoría del precio límite. El exceso de capacidad como estrategia competitiva. Mercados contestables.
 TEMA 6: PRODUCTOS DIFERENCIADOS
 La diferenciación de productos como estrategia competitiva. Diferenciación horizontal y vertical. Modelo de Hotelling. El papel de la publicidad.
 TEMA 7: INTEGRACIÓN VERTICAL
 Tipos de integración vertical. Motivaciones
 TEMA 8: INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO
 El volumen óptimo de gasto en I-D. Incentivos a la innovación tecnológica según la estructura de mercado. Las patentes. Difusión de las innovaciones.
 TEMA 9: DIVERSIFICACIÓN
 Concepto y medidas de diversificación. Determinantes. Consecuencias.
 TEMA 10: POLÍTICA INDUSTRIAL

Programa Práctico

A lo largo del curso se irán planteando diferentes prácticas a medida que se avance en los conocimientos del programa.

Evaluación

Se realizará un examen escrito con dos convocatorias, ordinaria y extraordinaria. Adicionalmente, se valorará la participación del alumno en la discusión en clase de casos prácticos, así como en la resolución de ejercicios propuestos a lo largo del curso.

Bibliografía

Cabral, L. (1997). "Economía industrial". McGraw-Hill. Madrid * Clarke, R (1993). "Economía industrial. Colegio de economistas de Madrid". Celeste Ediciones. * Segura, J (1993). "Teoría de la economía industrial". Editorial Cívitas. Madrid. * Shepherd, W.G. (1990). "The Economics of Industrial Organization". Prentice-Hall International. London. * Tirole, J. (1990). "La teoría de la organización industrial". Ariel. Barcelona.
