

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.
