

**Guía docente de la asignatura**

Asignatura	Economía Industrial		
Materia	Análisis Económico		
Módulo			
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas		
Plan	466	Código	45436
Periodo de impartición	Séptimo cuatrimestre	Tipo/Carácter	OP
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	4º
Créditos ECTS	6 ECTS		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Carmen García Prieto		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Despacho 310 e-mail: cgp@eco.uva.es , Tfno: 983 186316		
Horario de tutorías	Seis horas de tutoría semanales de manera permanente durante el primer cuatrimestre que se pueden consultar vía <i>web</i> de la uva.		
Departamento	Fundamentos del Análisis Económico e Historia e Instituciones Económicas		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La Economía Industrial es una asignatura optativa de Análisis Económico. Se trata de una disciplina que ha experimentado un desarrollo relativamente reciente, constituyendo un cuerpo de análisis diferenciado de la Microeconomía. Con ella se pretende proporcionar a los futuros Graduados en Administración y Dirección de Empresas un conocimiento específico sobre el comportamiento estratégico que pueden desarrollar las empresas en diferentes contextos de competencia imperfecta, haciendo que se familiaricen con distintas problemáticas de los mercados actuales como el poder de mercado, la diferenciación del producto, las barreras a la entrada, etc.

1.2 Relación con otras materias

La **Economía Industrial** se relaciona directamente con las asignaturas de *Microeconomía I* y *Microeconomía II* que se imparten en segundo curso. Empleando una metodología de análisis similar a la utilizada en la Microeconomía, esta asignatura profundiza en las fuertes relaciones existentes entre el comportamiento de las empresas y la estructura del mercado en el que operan. Por otro lado, los análisis en el ámbito de la Economía Industrial hacen uso de otras disciplinas como la *Estadística* y la *Econometría*, y la *Teoría de Juegos*.

1.3 Prerrequisitos

Se necesitan conocimientos previos de Microeconomía.

2. Competencias

G1, G3, G4

E1, E5, E6, E11, E12

T1, T2, T4

2.1 Generales

G1: Poseer y comprender conocimientos básicos de Economía que, partiendo de la base de la Educación Secundaria General, alcancen el nivel propio de los libros de texto avanzados e incluyan, también, algunos aspectos que se sitúan en la vanguardia de la Ciencia Económica.

G3: Tener la capacidad de reunir e interpretar datos e información relevante desde el punto de vista económico para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas de índole social, científica o ética.

G4: Poder transmitir (oralmente y por escrito) información, ideas, problemas y soluciones de índole económica, a públicos especializados y no especializados de forma ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.

2.2 Específicas

E1: Conocer los principales modelos económicos que explican el comportamiento de los agentes individuales y de las organizaciones (Administraciones Públicas, empresas, instituciones sin ánimo de lucro, etc.), así como las leyes que gobiernan el funcionamiento de los mercados específicos y la determinación de los precios relativos.



E5: Conocer y comprender el marco jurídico, privado y público, regulador de los diferentes agentes económicos, los sectores productivos y el mercado, así como el contexto histórico, social, cultural, empresarial, financiero y comercial en el que se desarrollan los hechos económicos.

E6: Adquirir la formación básica para la actividad investigadora, siendo capaces de formular hipótesis, recoger e interpretar la información para la resolución de problemas de carácter económico siguiendo el método científico.

E11: Buscar, filtrar, procesar e interpretar económicamente diversas fuentes de información (bibliografías, estadísticas, etc.), mediante diferentes herramientas, incluyendo los recursos telemáticos.

E12: Conocer y aplicar en la resolución de problemas económicos las distintas técnicas de análisis cuantitativo y cualitativo.

2.3 Transversales

T1: Capacidad para comunicarse de forma fluida, tanto oral como escrita, en castellano.

T2: Capacidad para leer, comprender y redactar textos en inglés, y en su caso, otros idiomas extranjeros.

T4: Desarrollo de la capacidad de trabajo en equipo y la coordinación de personas

3. Objetivos

- Comprender cómo las empresas compiten en los diferentes mercados empleando distintas variables estratégicas: el precio la capacidad instalada, la diferenciación del producto, la publicidad, la inversión en I+D, etc.
- Comprender y manejar los diferentes modelos de oligopolio.
- Entender la importancia de las barreras de entrada a los mercados y conocer cómo funcionan los diferentes mecanismos de comportamiento estratégico de las empresas en este ámbito.
- Conocer la importancia de la diversificación del producto, y aprender a utilizar modelos que contemplan este hecho.
- Aprender a analizar las características especiales de los mercados integrados verticalmente.
- Conocer las principales medidas de concentración de los mercados y las diferentes actuaciones en defensa de la competencia

4. Contenidos y bloques temáticos

a. Contextualización y justificación

Una vez presentada la disciplina, sus orígenes y su desarrollo reciente, el análisis comienza con la presentación del poder de monopolio en los mercados. Se analizan después los diferentes modelos de oligopolio, que explican cómo pueden competir las empresas entre sí en situaciones de mercado que propician la interdependencia. Del mismo modo, se contempla la posibilidad de establecer acuerdos de cooperación al margen de la competencia.

A continuación, el análisis se ocupa de las barreras a la entrada y el comportamiento estratégico que pueden desarrollar las empresas que operan en un mercado con el objetivo de desincentivar la entrada de potenciales competidores.

Seguidamente se estudia la diferenciación de producto, como práctica habitual desarrollada por las empresas en los mercados.



El análisis continúa con el caso frecuente de las industrias en las que se establecen varios niveles en los que pueden operar distintas empresas desde que el producto se crea, hasta que se comercializa directamente a los consumidores.

Por último, se estudiarán las fusiones horizontales entre empresas y su repercusión sobre los niveles de competencia de los mercados. Se estudiará para ello el problema de la definición del mercado, así como la política de competencia.

b. Objetivos de aprendizaje

- Comprender el contexto en el que se mueve el análisis de la Economía Industrial.
- Entender la relación entre la estructura del mercado, la conducta de las empresas y los resultados obtenidos.
- Conocer las principales medidas de concentración de los mercados.
- Comprender y manejar los diferentes modelos de oligopolio.
- Entender la importancia de las barreras de entrada a los mercados y conocer cómo funcionan los diferentes mecanismos de comportamiento estratégico de las empresas en este ámbito.
- Conocer la importancia de la diversificación del producto, y aprender a utilizar modelos que contemplan este hecho.
- Aprender a analizar las ventajas e inconvenientes de los mercados integrados verticalmente.

c. Contenidos

TEMA 1. COMPETENCIA PERFECTA, MONOPOLIO Y PODER DE MERCADO. La competencia perfecta. El monopolio y la pérdida irrecuperable de eficiencia.

TEMA 2. OLIGOPOLIO CLÁSICO. El modelo de Cournot. El modelo de Stackelberg. El modelo de Bertrand. Oligopolio con producto diferenciado. La colusión.

TEMA 3. OTROS MODELOS DE OLIGOPOLIO. El modelo de empresa dominante. El monopolio de bienes duraderos

TEMA 4. BARRERAS DE ENTRADA Y COMPORTAMIENTO ESTRATÉGICO. Concepto y tipos de barreras. La teoría del precio límite. La inversión en capacidad como una barrera a la entrada. Los mercados contestables

TEMA 5. DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO. La competencia monopolística. Competencia espacial. La publicidad

TEMA 6: MERCADOS INTEGRADOS VERTICALMENTE. El monopolio sucesivo y la eficiencia de la integración vertical. Oligopolio en la distribución. Competencia entre fabricantes.

Tema 7: FUSIONES HORIZONTALES y LA DEFENSA DE LA COMPETENCIA. La definición del mercado. La concentración del mercado. La defensa de la competencia

d. Métodos docentes

Clases teóricas en las que se presentará el desarrollo principal de los contenidos.



Clases prácticas que servirán para profundizar en el conocimiento detallado de los modelos.
Trabajos individuales y colectivos que permitirán abordar aspectos puntuales del temario.

e. Plan de trabajo

El desarrollo temporal de los contenidos se ajustará al siguiente plan de trabajo aproximado:

Semanas 1 a 7: Desarrollo de los Temas 1 y 2.
Semanas 8, 9 y 10. Desarrollo del Tema 3
Semanas 11 a 13. Desarrollo de los Temas 4, 5 y 6.
Semanas 14 y 15. Desarrollo del Tema 7.

A lo largo del periodo lectivo, se atenderán también las tutorías personalizadas en las que los alumnos podrán resolver dudas teóricas o los problemas que les puedan surgir a raíz de los ejercicios propuestos

f. Evaluación

Se sigue un sistema de evaluación continua en el que se tiene en cuenta el trabajo realizado por los estudiantes a lo largo del curso junto con la calificación obtenida en una prueba final. Sin embargo, también existe la posibilidad de renunciar a este sistema y en ese caso se contabiliza únicamente la puntuación obtenida en la prueba final.

g. Bibliografía básica

Church, J. y R. Ware (2000). *Industrial Organization: A Strategic Approach*. McGraw-Hill. Boston
Segura, J. (1993). *Teoría de la economía industrial*. Cívitas. Madrid.

h. Bibliografía complementaria

Belleflame, P. and M. Peitz (2010). *Industrial Organization. Markets and strategies*. Cambridge University Press.
Cabral, L. (1997). *Economía Industrial*. McGraw-Hill.
Callejón, M. (coord) (2001). *Economía Industrial*. Ed. Cívitas. Madrid.
Buesa, M. y J. Molero (1998). *Economía Industrial de España. Organización, Tecnología e Internacionalización*. Cívitas. Madrid.
Cabral, L. M. B. (2000). *Introduction to Industrial Economics*. MIT Press. Cambridge.
Carlton, D. W. y J. M. Perloff (1999) *Modern Industrial Organization*. 3ª ed. Pearson Education.
Clarke, R. (1993) *Economía Industrial*. Celeste ediciones. Madrid
Fernández de Castro, J. y N. Duch (2003). *Economía Industrial. Un enfoque estratégico*. McGraw-Hill. Madrid
Gibbons, R. (1993). *Un primer curso de teoría de juegos*. 5ª ed. Antoni Bosch. Barcelona.
Motta, M. (2004). *Competition Policy. Theory and Practice*. Cambridge University Press.
Shy, O. (1996). *Industrial Organization. Theory and Applications*. MIT Press. Cambridge.
Tirole, J. (1990). *La Teoría de la Organización Industrial*. Ariel Economía. Madrid.
Varian, H. L. (2007). *Microeconomía Intermedia. Un enfoque actual*. 7ª ed. Antoni Bosch. Barcelona.

i. Recursos necesarios

Aulas con la capacidad idónea para trabajar tanto con la totalidad del grupo de alumnos como con grupos más reducidos y dotadas con medios informáticos que permitan la proyección de archivos PowerPoint y PDF.



5. Métodos docentes y principios metodológicos

- Clases teóricas en las que se presentará el desarrollo principal de los contenidos.
- Clases prácticas que servirán para profundizar en el conocimiento detallado de los modelos.
- Trabajos individuales y colectivos que permitirán abordar aspectos puntuales del temario.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	36	Estudio y trabajo autónomo individual	70
Clases prácticas	20	Estudio y trabajo autónomo grupal	20
Laboratorios			
Prácticas externas, clínicas o de campo			
Seminarios			
Otras actividades	4		
Total presencial	60	Total no presencial	90

7. Sistema y características de la evaluación

Se realizarán dos métodos alternativos de evaluación a elección del alumno. Una vez elegida una opción no será posible cambiar a la otra.

Alternativa A: Evaluación continua

A lo largo del periodo lectivo se propondrá a los alumnos la realización de una serie de prácticas y actividades cuya calificación supondrá un 40% de la nota final.

Se realizará también una prueba final cuyo peso sobre la nota definitiva será del 60% restante.

Para superar la asignatura será necesario obtener en la prueba final un 40% de la calificación total de dicha prueba.

En la convocatoria extraordinaria se realizará una prueba única con un valor del 60% y se conservará la calificación de las actividades realizadas durante el periodo lectivo.

Alternativa B: Examen final con una ponderación del 100% sobre la nota.

Para superar la asignatura, será necesario obtener el 50% de la calificación total.

En la convocatoria extraordinaria se realizará una prueba única con un peso del 100% sobre la nota final.

Alternativa A: Evaluación continua

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO Convocatoria ordinaria	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Prácticas en clase y trabajos	40%	
Prueba final	60%	



INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO Convocatoria extraordinaria	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Prueba final	60%	
Se conserva la calificación de prácticas y trabajos	40%	

Alternativa B: Examen final

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO Convocatoria ordinaria	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Prueba final única	100%	

Convocatoria extraordinaria:

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO Convocatoria extraordinaria	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Prueba final única	100%	

8. Consideraciones finales