

	Orientado por Objetivos de Aprendizaje
--	--

PROGRAMA

ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL Y ESTRATEGIA COMPETITIVA

Misión Facultad de Economía y Negocios

“Contribuir al desarrollo económico y social a través de la generación y difusión de conocimiento avanzado y la formación de profesionales de excelencia en el campo de la administración y la economía, que se distingan por su capacidad emprendedora, mentalidad global, actitud innovadora y que sean capaces de transformarse en protagonistas en la generación de valor e impacto en las organizaciones.”

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS					
2. Carrera	INGENIERÍA COMERCIAL					
3. Código del ramo	ECE 313					
4. Ubicación en la malla	III Año, I Semestre					
5. Créditos	10					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas	0	Ayudantía	1
9. Horas académicas	Clases	68		Ayudantía	34	
10. Pre-requisito	Microeconomía / Macroeconomía					

Perfil de Egreso del Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo

“El Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo es un profesional formado en el campo de la administración, capaz de comprender la evolución de la economía nacional y mundial, y capaz de realizar en forma exitosa funciones de gestión y creación de negocios. Se caracteriza por su capacidad emprendedora, liderazgo y trabajo en equipo, comprometido con el desarrollo del país, actuando con rectitud en su quehacer académico y profesional, y preparado para enfrentar el mundo del trabajo”

B. Aporte al Perfil de Egreso

El perfil de egreso de la carrera señala que el egresado debe ser un profesional formado en el campo de la administración y con la comprensión de la economía a nivel nacional y mundial.

Tomando en cuenta ese aspecto del perfil de egreso, la asignatura está estructurada mediante unidades que contemplan los elementos teóricos centrales para la toma de decisiones estratégicas de las empresas, las que se encuentran contextualizadas con situaciones prácticas.

La asignatura busca integrar los conocimientos aprendidos en los cursos previos y aplicarlos a los distintos contextos económicos y empresariales.

Pertenece al ciclo de Licenciatura y al área de formación de “Economía”. El aporte al perfil de egreso se traduce también en que esta asignatura promueve el desarrollo de las Competencias Genéricas de “Ética”, “Eficiencia” y “Visión Global”.

C. Objetivo de Aprendizaje General de la asignatura

Comprender y aplicar los conceptos básicos e importantes relacionados con la organización industrial, para ser aplicados directamente a la empresa mediante el diseño de estrategias competitivas.

D. Unidades de Contenido y Objetivos de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Objetivos de Aprendizaje
<p>Unidad 1: Teoría de la Firma e integración Vertical.</p> <p>1.1.- Integración vertical 1.1.1.- La integración vertical y los costos triviales y no triviales. 1.1.2.- Costos de transacción y costos de coordinación: el tamaño de la empresa 1.2.- Teoría de agencia: agente, principal y contrato.</p>	<p>Comprender el concepto de integración vertical.</p> <p>Identificar y aplicar los costos de transacción y de coordinación que influyen en la determinación del tamaño de la organización.</p> <p>Entender el planteamiento de la Teoría de Agencia.</p> <p>Comprender la función del contrato como mecanismo regulador entre el Principal y el Agente.</p>

<p>Unidad 2: Estructuras de mercado</p> <p>2.1. Competencia perfecta</p> <p>2.2. Monopolio</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.1. Discriminación de precios 1°, 2° y 3° grado.</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.2. Concentración de mercado: razón de la concentración de k empresas (C_k); el índice de Herfindhal (H).</p> <p>2.3. Competencia monopolística.</p> <p>2.4. Oligopolio.</p> <p style="padding-left: 20px;">2.4.1. Modelo de Cournot.</p> <p style="padding-left: 20px;">2.4.2. Modelo de Stackelberg.</p> <p style="padding-left: 20px;">2.4.3. Modelo de Bertrand.</p> <p>2.5. Barreras de entrada y estrategia competitiva.</p> <p style="padding-left: 20px;">2.5.1. Precios como barrera.</p> <p style="padding-left: 20px;">2.5.2. Estrategia de Judo.</p>	<p>Identificar la conducta maximizadora de beneficios de las empresas en diferentes estructuras de mercado, y las estrategias que adoptan con este propósito.</p> <p>Identificar y cuantificar la concentración de mercado mediante los índices C_k y H.</p> <p>Analizar y aplicar los modelos asociados a la interdependencia de las empresas en estructuras oligopólicas.</p>
<p>Unidad 3: Comportamiento estratégico de la empresa y Teoría de los Juegos.</p> <p>3.1. Nociones básicas de Teoría de los Juegos para la estrategia.</p> <p>3.2. Colusión y guerra de precios.</p> <p>3.3. Compromiso estratégico y credibilidad.</p> <p>3.4. Señalización y estrategia.</p>	<p>Comprender y aplicar los principales arquetipos que describen la Teoría de los Juegos en el comportamiento estratégico de los mercados oligopólicos.</p>
<p>Unidad 4: Mercado con información asimétrica.</p> <p>4.1. Políticas de empresas en contextos de incertidumbre.</p> <p style="padding-left: 20px;">4.1.1. Selección adversa.</p> <p style="padding-left: 20px;">4.1.2. Riesgo moral.</p>	<p>Comprender la importancia del rol que desempeña la información asimétrica en el mercado, en especial entender y aplicar el concepto de selección adversa y riesgo moral.</p>
<p>Unidad 5: Regulación y Organización Industrial.</p> <p>5.1. El rol de la Fiscalía Nacional Económica, el Tribunal de la Libre Competencia, la Ley de defensa de la libre competencia, en la regulación de actividades monopólicas, conductas de colusión y de fusiones.</p>	<p>Comprender y analizar el rol de las instituciones y leyes que regulan las conductas y estructuras de las empresas y del sector industrial.</p>

E. Estrategias de Enseñanza

El curso puede estructurarse en base a las siguientes metodologías:

- Clases expositivas con desarrollo teórico y casuístico, que promueva el debate entre los alumnos.
- Charlas de especialistas en el área.
- Lectura obligatoria respecto de la actualidad económica que será parte complementaria y fundamental en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

F. Estrategias de Evaluación

La calificación de la asignatura se fundamentará en diversas actividades de evaluación continua y en un examen final que evaluarán el grado de consecución de las distintas competencias trabajadas durante el semestre académico.

La metodología de enseñanza incluirá también la evaluación de algunos tópicos mediante controles de lectura, trabajos que implique desarrollo de casos.

Los estudiantes conocerán con anticipación éstos procedimientos y criterios de evaluación por parte del docente responsable de la asignatura.

Evaluaciones
Certamen 1
Certamen 2
Controles y Trabajos
Preguntas de Actualidad
Examen

G. Recursos de Aprendizaje

BIBLIOGRAFÍA

Obligatoria

- Pepall, Lynne; Richard Daniel; y Norman, George. “Organización Industrial: teoría y prácticas contemporáneas”. Thomson, tercera edición.
- Carlton, Dennis; Perloff, Jeffrey. “Modern Industrial Organization”. Addison-Wesley, Third edition.

Complementaria

- Tarzijan, Jorge y Paredes, Ricardo. “Organización Industrial para la estrategia empresarial”. Pearson Prentice Hall, segunda edición.
- Singer, Marcos. “Una práctica Teoría de Juegos: estrategias para cooperar y competir”. Ediciones Universidad Católica de Chile, segunda edición.