

PROGRAMA DE ASIGNATURA

Asignatura	Organización Industrial	
Carrera	Ingeniería Comercial	
Código	351423	
Créditos	6 SCT	Tbjo. Directo: 6 hrs. pedag. – Tbjo. Autónomo: 4,3 hrs. cronolog.
Nivel	4	
Requisitos	Principios de Microeconomía (351411) y Principios de Macroeconomía (351416)	
Categoría	Obligatorio	
Área de conocimiento OCDE	Ciencias Sociales: economía y Negocios	
Descripción	<p>Contribución al Perfil de Egreso Desarrolla la capacidad de análisis respecto al funcionamiento de los mercados de competencia imperfecta, permitiendo una mejor comprensión de las decisiones estratégicas de las empresas en este tipo de mercados y su efecto sobre la eficiencia, la competencia y el bienestar de los consumidores; diagnostica situaciones en el ámbito de la administración de empresa; manejo de tecnologías; responsabilidad profesional y comportamiento ético.</p>	
	<p>Resultado de aprendizaje general</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar y evaluar modelos de mercados competitivos, monopolísticos y oligopólicos. • Analizar y evaluar como la estructura de mercados y la conducta de las empresas afecta el bienestar económico y como estos resultados retroalimentan estructura y conducta. • Aplicar herramientas de teoría de juegos al análisis del comportamiento estratégico de las empresas en mercados de competencia imperfecta. 	
	<p>Resultados de aprendizaje</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer el ámbito de estudio de la organización industrial y su desarrollo histórico. 2. Identificar y analizar objetivos y grado de integración vertical de las empresas. 3. Analizar modelos básicos de oligopolios. 4. Analizar la racionalidad y el efecto de las decisiones estratégicas de las empresas en mercados de competencia imperfecta. 5. Identificar y sintetizar áreas de desarrollo reciente de la organización industrial. 	<p>Unidades temáticas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Herramientas básicas de Organización industrial: Enfoque E-C-D; teoría de la empresa; barreras a la entrada y concentración de mercado; Monopolio. 2.Teoría de la firma: objetivos, ámbito de la empresa, Integración vertical y sus alternativas. 3.Oligopolio: Teoría de Juegos. Oligopolio con productos homogéneos. Oligopolio con productos diferenciados. Colusión. 4.Conducta: Discriminación de precios. Relaciones verticales. Fusiones y adquisiciones. Comportamiento estratégico: diferentes aplicaciones. 5.Desarrollos recientes.

		<p>Metodologías de enseñanza y de aprendizaje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clases expositivas con interacción permanente con los alumnos. • Análisis de casos con aplicaciones de los contenidos teóricos del curso. • Sesiones de ejercicios y aplicaciones. • Lecturas de la bibliografía asociada, como trabajo autónomo del estudiante. • Trabajo grupal consistente en un informe de una industria específica de la economía chilena o mundial.
		<p>Procedimientos de evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dos evaluaciones escritas de carácter sumativo e individual. • Cuatro evaluaciones de lectura de la bibliografía y de los contenidos de las clases expositivas de carácter sumativo e individual. • Una evaluación grupal con espacio de formación tipo taller de carácter formativo.
		<p>Bibliografía básica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besanko, David, D. Dranove, S. Schaefer y M. Shanley (2012). Economics of Strategy. Wiley, sexta edición. • Tarziján, Jorge y Ricardo Paredes (2012). Organización Industrial para la Estrategia Empresarial. Pearson Educación de Chile Ltda., tercera edición. • Pepall, Lynne, Richards, Daniel y George Norman (2005). Organización Industrial: Teoría y Práctica Contemporánea. Thomson: tercera edición.