

Organización Industrial

Programa 2019

Docentes: Jorge Ponce y Walter García-Fontes

Créditos: 8

Actividades presenciales: 40 horas

Objetivos: La primera parte del curso está dedicada a la revisión de los modelos básicos. Estos modelos constituyen la base para, en la segunda parte del curso así como en otros cursos de posgrado, profundizar en el estudio sobre la estructura de las industrias, el comportamiento de las empresas, la regulación económica y las políticas de competencia. Los principales objetos de estudio de la primera parte serán las interrelaciones entre el poder de mercado, sus causas, sus consecuencias, las estrategias de los agentes en los mercados y la estructura de los mismos. En la segunda parte se completa el curso sobre organización industrial con una exposición teórica de los principales modelos y la introducción de los temas centrales de la investigación empírica. Se supone un conocimiento de los modelos básicos introducidos en la primera parte del curso, aunque se repasarán los principales conceptos. Se completa el tratamiento teórico sobre la estructura de las industrias y el comportamiento de las empresas. Se discuten diversos casos y evidencia empírica sobre los modelos tratados.

Contenido

Parte I

1. Introducción: mercados, estrategias, organización industrial y bienestar social (Cap. 1 BP)
2. Firms, consumidores y mercados: interacción y poder de mercado (Cap. 2 BP)
3. Monopolio (Cap. 1 Tirole)
4. Competencia imperfecta estática (Cap. 3 BP)
5. Competencia imperfecta dinámica (Cap. 4 BP)
6. Diferenciación de productos (Cap. 5 BP)
7. Estrategias de mercadeo (Cap. 6 BP)
8. Inercia de consumidores (Cap. 7 BP)
9. Precios en grupo y personalizados (Cap.8 BP)

Parte II

1. Menú de precios (Cap. 9 BP)
2. Discriminación intertemporal de precios (Cap. 10 BP)
3. Empaquetado (Cap. 11 BP)
4. Información asimétrica, señales de precio y publicidad (Cap. 12 BP)
5. Herramientas de marketing para bienes de experiencia (Cap. 13 BP)
6. Cárteles y colusión tácita (Cap. 14 BP)
7. Fusiones horizontales (Cap. 15 BP)
8. Empresas instaladas estratégicas y entrada (Cap. 16 BP)
9. Mercados verticalmente relacionados (Cap. 17 BP)
10. Innovación e I+D (Cap. 18 BP)
11. Propiedad intelectual (Cap. 19 BP)



Referencias bibliográficas

Obligatoria:

Belleflamme & Peitz (2010): *Industrial Organization: Markets and Strategies*. Cambridge University Press

El libro cuenta con una página de recursos:

<http://www.cambridge.org/gb/knowledge/isbn/resources/item2714286>

Complementaria:

Tirole (1990): *The Theory of Industrial Organization* y artículos académicos recientes que serán informados durante el curso.

Organización :

- Se utilizará el sistema EVA como medio de interacción “a distancia” para el acceso a transparencias, tutoriales, lista de ejercicios, consultas, etc.
- Se distribuirán listas de preguntas, ejercicios y problemas a lo largo del curso.
- En cuanto a las consultas, las mismas deberían ser formuladas de manera concreta y luego de realizado un esfuerzo, individual y colectivo, para visualizar posibles respuestas. Este esfuerzo es necesario para posibilitar el proceso de aprendizaje. Realizarlas en forma concreta mejora la eficiencia de este proceso.
- Horario de oficina: consultas presenciales podrán ser realizadas con previa coordinación.

Evaluación: Examen final escrito y sin materiales a la vista. La activa participación del estudiante en clase podrá ser considerada ante la eventualidad de puntajes “en el límite”.