

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA



VICERRECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE ECONOMIA

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ECONOMIA

SÍLABO 2022 - A

ASIGNATURA: ORGANIZACION INDUSTRIAL

1. INFORMACIÓN ACADÉMICA

Periodo académico:	2022 - A	
Escuela Profesional:	ECONOMÍA	
Código de la asignatura:	1703132	
Nombre de la asignatura:	ORGANIZACION INDUSTRIAL	
Semestre:	V (quinto)	
Duración:	17 semanas	
Número de horas (Semestral)	Teóricas:	3.0
	Prácticas:	2.0
	Seminarios:	0.0
	Laboratorio:	0.0
	Teórico-prácticas:	0.0
Número de créditos:	4	
Prerrequisitos:	MICROECONOMIA 2 (1702231)	

2. INFORMACIÓN DEL DOCENTE, INSTRUCTOR, COORDINADOR

DOCENTE	GRADO ACADÉMICO	DPTO. ACADÉMICO	HORAS	HORARIO
SUAREZ CAHUANA, HEBERT	Maestro(c)	ECONOMIA	5	Mar: 10:40-13:10 Jue: 08:50-10:30
SUAREZ CAHUANA, HEBERT	Maestro(c)	ECONOMIA	5	Mié: 09:40-12:20 Jue: 07:00-08:40
PERALTA CALCINA, JONNE	Maestro	ECONOMIA	5	Mar: 16:40-19:20 Jue: 14:00-15:40
PERALTA CALCINA, JONNE	Maestro	ECONOMIA	5	Mar: 19:20-21:00 Jue: 15:50-18:30
HUANCA ZUÑIGA, MARIELA	Maestro	ECONOMIA	5	Mié: 15:50-17:30 Vie: 16:40-19:20

3. INFORMACIÓN ESPECIFICA DEL CURSO (FUNDAMENTACIÓN, JUSTIFICACIÓN)

Entender como compiten las empresas en el mercado proporciona una comprensión del desempeño de la industrias y proporciona al estudiante de economía una comprensión del desempeño de las industrias y proponer políticas que mejoren el desempeño de los mercados.

La Organización Industrial es el estudio de la competencia imperfecta, la asignatura hace uso intensivo de la teoría microeconómica.

La sumilla de la asignatura es la siguiente: Tecnología y costo, discriminación de precios lineales y no lineales, variedad y calidad de productos en el monopolio, paquetes de mercancías y ventas atadas, juegos estáticos y competencia de Cournot, competencia en precios, juegos dinámicos, fijación de precios y disuasión a la entrada, colusión en la práctica, fusiones horizontales, verticales y conglomerados, relaciones verticales, publicidad, poder de mercado e información, investigación y desarrollo, patentes y política de patentes, redes y subastas.

4. COMPETENCIAS/OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Competencia general de la carrera de Economía a la que contribuye la asignatura de Organización Industrial.

1) Formula adecuadamente los problemas económicos encontrados y establece soluciones óptimas en la asignación de los recursos en el marco de libertad y de la ética.

Competencias específicas y de especialidad de la carrera de Economía a las que contribuye la asignatura de Organización Industrial.

1) Aplica en profundidad los conceptos, categorías y métodos fundamentales de la Teoría Económica y sus herramientas, con sentido de transparencia.

2) Establece conclusiones de carácter positivo y normativo, relevantes para la política económica, a partir de los conocimientos adquiridos en beneficio a la pluralidad de conocimiento.

3) Elabora modelos económicos que permitan juicios valorativos rigurosos sobre la realidad del entorno económico regional, nacional e internacional, con base en la responsabilidad profesional.

4) Aplica las técnicas econométricas a los procesos específicos de la economía, la empresa, la economía financiera, la gestión de micro, pequeñas y medianas empresas bajo la normatividad vigente.

Las competencias genéricas y específicas y de especialidad de la carrera de Economía se encuentran en <https://fec.unsa.edu.pe/competencias-para-la-carrera-de-economia/#:~:text=COMPETENCIAS%20GENERALES,econ%C3%B3mica%20con%20profundo%20sentido%20social>.

Competencias de la asignatura de Organización Industrial

1) Diseña estrategias empresariales correspondientes a una empresa monopólica a fin de maximizar sus beneficios dentro de un marco de economía de mercado.

2) Desarrolla modelos de interacción estratégica como los de Cournot, Stackelberg, Bertrand y la teoría de juegos para el análisis de las decisiones empresariales con criterio de eficiencia social.

3) Aplica el análisis de la teoría de juegos y la interacción estratégica para el análisis de las políticas antimonopolio o antitrust en el marco de la maximización del bienestar social.

4) Elabora análisis sobre las relaciones contractuales que se dan en las empresas como las fusiones horizontales, verticales o conglomerados para la comprensión de las políticas antimonopolio y/o antitrust con criterios de eficiencia social.

5) Evalúa la competencia entre empresas a través de la publicidad y la innovación para entender el comportamiento competitivo de las empresass con sentido ético.

PRIMERA UNIDAD

Capítulo I: Tecnología y costo.

Tema 01: Clase inaugural, lineamientos del curso.

Tema 02: La tecnología de producción y las funciones de costes en la empresa de un solo producto.

Tema 03: Los costos y las empresas de productos múltiples.

Tema 04: Determinantes de la estructura industrial diferentes a los costos.

SEGUNDA UNIDAD

Capítulo II: La discriminación de precios y el monopolio: precios lineales.

Tema 05: Factibilidad de la discriminación de precios.

Tema 06: Discriminación de precios de 3° grado o precios de grupo.

Tema 07: Variedad de productos y discriminación de precios de 3° grado.

Tema 08: Discriminación de 3° grado y el bienestar social.

Capítulo III: La discriminación de precios y el monopolio: Precios no lineales.

Tema 09: Discriminación de precios de 1° grado o asignación de precios personalizados.

Tema 10: Discriminación de precios de 2° grado o asignación de precios de menú.

Tema 11: Bienestar social con discriminación de precios 1° y 2° grado.

Capítulo IV: Paquetes mercancías y ventas atadas.

Tema 12: Paquetes de mercancías y discriminación de precios.

Tema 13: Exigencia de ventas atadas.

Tema 14: Bienes complementarios, externalidades de redes y precios de monopolio.

Tema 15: Antimonopolios, agrupamientos y ventas atadas.

Tema 16: Política antimonopolio y la venta atada de productos.

TERCERA UNIDAD

Capítulo V: Teoría de Juegos (revisión).

Tema 17: Juegos estáticos y competencia de Cournot.

Tema 18: Equilibrio de Nash.

Tema 19: El modelo de Bertrand y la competencia en precios.

Tema 20: El modelo de Stackelberg.

Tema 21: Credibilidad.

CUARTA UNIDAD

Capítulo VI: Fijación de precios límite y disuasión a la entrada.

Tema 22: El poder del monopolio y la estructura de mercado en el curso del tiempo: Algunos hechos básicos.

Tema 23: Conducta predatoria y la fijación de precios límite.

Tema 24: Anticipación y persistencia del monopolio.

Tema 25: Evidencia de la capacidad depredatoria.

Capítulo VII: Conducta depredatoria, desarrollos recientes.

Tema 26: Fijación de precios depredatorios ¿Mito o realidad?.

Tema 27: Depredación e información imperfecta.

Tema 28: Contratos como una barrera a al entrada.

Tema 29: La conducta depredatoria y la política pública.

Capítulo VIII: Fijación de precios, juegos repetidos y colusión en la práctica.

Tema 30: Retos que enfrentan los cárteles.

Tema 31: Juegos de repetición finita.

Tema 32: Juegos repetidos con un horizonte infinito.

Tema 33: La colusión en la práctica.

QUINTA UNIDAD

Capítulo IX: Fusiones horizontales.

Tema 34: Las fusiones horizontales y la paradoja de la fusión.

Tema 35: Fusiones y sinergias de costos.

Tema 36: Las empresas fusionadas como líderes de Stackelberg: La paradoja perdida.

Tema 37: Fusiones horizontales y diferenciación de producto.

Tema 38: La política pública hacia las fusiones horizontales.

Capítulo X: Fusiones verticales y de conglomerados.

Tema 39: Fusiones verticales procompetitivas: La solución de una complementariedad.

Tema 40: Posibles efectos anticompetitivos de las fusiones.

Tema 41: El modelado de fusiones verticales oligopolistas.

Tema 42: Fusiones de conglomerados.

Capítulo XI: Restricciones verticales al precio.

Tema 43: Mantenimiento de precios de reventa.

Tema 44: Restricciones verticales al precio como respuesta a la doble marginalización.

Tema 45: Los acuerdos RPM y la discriminación de precios al minorista.

Tema 46: Los acuerdos RPM para asegurar el suministro de servicios en la venta al minorista.

Tema 47: El mantenimiento del precio de reventa y la incertidumbre de la demanda.

SEXTA UNIDAD

Capítulo XII: Publicidad, poder de mercado e información.

Tema 48: El alcance de la publicidad.

Tema 49: La publicidad y la diferenciación del producto y el poder del monopolio.

Tema 50: El nivel de publicidad de la empresa monopólica que maximiza beneficios.

Tema 51: Publicidad persuasiva.

Tema 52: La publicidad y las señales.

Tema 53: Los fraudes al consumidor y la verdad en la publicidad.

Capítulo XIII: Investigación y desarrollo.

Tema 54: Una taxonomía de la innovación.

Tema 55: La estructura del mercado y el incentivo para la innovación.

Tema 56: En modelo más completo de competencia vía la innovación.

Tema 57: Evidencia de la hipótesis schumpeteriana.

Tema 58: La cooperación en I&D entre empresas.

Capítulo XIV: Patentes y políticas de patentes.

Tema 59: La duración óptima de patentes.

Tema 60: Cobertura óptima de las patentes.

Tema 61: Las carreras de patentes.

Tema 62: Las carreras de patentes, el poder del monopolio y las "patentes dormidas".

Tema 63: Las licencias de patentes.

SÉPTIMA UNIDAD

Capítulo XV: Temas de redes.

Tema 64: Suministro monopólico de un servicio de red.

Tema 65: Las redes, la competencia y los servicios complementarios.

Tema 66: La competencia de sistemas y la batalla sobre las normas de la industria.

Tema 67: Los bienes de las redes y la política pública.

Capítulo XVI: Las subastas y los mercados de subastas.

Tema 68: Una taxonomía de las subastas.

Tema 69: El teorema de la equivalencia del ingreso.

Tema 70: Subastas de valor común.

Tema 71: Los mercados de subasta y la organización industrial.

Tema 72: EXAMENES, TIF, RSU

6. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

6.1. Métodos

Se emplearán para la discusión sobre las nociones conceptuales contenidas en los contenidos de los temas, asimismo se emplearán clases prácticas para que los estudiantes aprendan a través de casos prácticos la aplicación de la teoría de la Organización Industrial a casos específicos teniendo como eje a la enseñanza por competencias.

6.2. Medios

Pizarra acrílica, plumones, cañón multimedia, vídeos, software, portal Moodle <http://dutic.unsa.edu.pe/>

6.3. Formas de organización

Clases teóricas: 3 horas.

Clases prácticas: 2 horas.

6.4. Programación de actividades de investigación formativa y responsabilidad social

a) Investigación Formativa:

Los estudiantes de manera coordinada y colaborativa desarrollarán un trabajo de investigación formativa, se definirá el tema a investigar a partir de los contenidos de la asignatura. Los docentes guiarán el proceso investigativo incidiendo en la conducta ética en investigación de acuerdo al Reglamento de Investigación Formativa de la Universidad Nacional de San Agustín.

2. Responsabilidad Social:

Las actividades de proyección social y extensión universitaria se realizarán de manera virtual, promoviendo la interacción con diferentes agentes sociales, así los estudiantes pondrán en práctica los conocimientos y habilidades adquiridas en la asignatura de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Nacional de San Agustín.

7. CRONOGRAMA ACADÉMICO

SEMANA	TEMA	DOCENTE	%	ACUM.
1	Clase inaugural, lineamientos del curso.	H. Suarez	2	2.00
1	La tecnología de producción y las funciones de costes en la empresa de un solo producto.	H. Suarez	2	4.00
1	Los costos y las empresas de productos múltiples.	H. Suarez	2	6.00
1	Determinantes de la estructura industrial diferentes a los costos.	H. Suarez	2	8.00
2	Factibilidad de la discriminación de precios.	H. Suarez	2	10.00
2	Discriminación de precios de 3° grado o precios de grupo.	H. Suarez	2	12.00
2	Variedad de productos y discriminación de precios de 3° grado.	H. Suarez	2	14.00
2	Discriminación de 3° grado y el bienestar social.	H. Suarez	2	16.00
3	Discriminación de precios de 1° grado o asignación de precios personalizados.	H. Suarez	2	18.00
3	Discriminación de precios de 2° grado o asignación de precios de menú.	H. Suarez	2	20.00
3	Bienestar social con discriminación de precios 1° y 2° grado.	H. Suarez	2	22.00
4	Paquetes de mercancías y discriminación de precios.	H. Suarez	2	24.00
4	Exigencia de ventas atadas.	H. Suarez	2	26.00
4	Bienes complementarios, externalidades de redes y precios de monopolio.	H. Suarez	2	28.00
4	Antimonopolios, agrupamientos y ventas atadas.	H. Suarez	2	30.00
4	Política antimonopolio y la venta atada de productos.	H. Suarez	2	32.00
5	Juegos estáticos y competencia de Cournot.	H. Suarez	2	34.00
5	Equilibrio de Nash.	H. Suarez	2	36.00
5	El modelo de Bertrand y la competencia en precios.	H. Suarez	2	38.00
5	El modelo de Stackelberg.	H. Suarez	2	40.00
5	Credibilidad.	H. Suarez	2	42.00
6	El poder del monopolio y la estructura de mercado en el curso del tiempo: Algunos hechos básicos.	H. Suarez	1	43.00
6	Conducta predatoria y la fijación de precios límite.	H. Suarez	1	44.00
6	Anticipación y persistencia del monopolio.	H. Suarez	1	45.00
6	Evidencia de la capacidad depredatoria.	H. Suarez	1	46.00
7	Fijación de precios depredatorios ¿Mito o realidad?.	H. Suarez	1	47.00
7	Depredación e información imperfecta.	H. Suarez	1	48.00
7	Contratos como una barrera a al entrada.	H. Suarez	1	49.00
7	La conducta depredatoria y la política pública.	H. Suarez	1	50.00
8	Retos que enfrentan los cárteles.	H. Suarez	1	51.00
8	Juegos de repetición finita.	H. Suarez	1	52.00
8	Juegos repetidos con un horizonte infinito.	H. Suarez	1	53.00
8	La colusión en la práctica.	H. Suarez	1	54.00
9	Las fusiones horizontales y la paradoja de la fusión.	H. Suarez	2	56.00
9	Fusiones y sinergias de costos.	H. Suarez	2	58.00
9	Las empresas fusionadas como líderes de Stackelberg: La paradoja perdida.	H. Suarez	2	60.00

9	Fusiones horizontales y diferenciación de producto.	H. Suarez	2	62.00
9	La política pública hacia las fusiones horizontales.	H. Suarez	2	64.00
10	Fusiones verticales procompetitivas: La solución de una complementariedad.	H. Suarez	1	65.00
10	Posibles efectos anticompetitivos de las fusiones.	H. Suarez	1	66.00
10	El modelado de fusiones verticales oligopolistas.	H. Suarez	1	67.00
10	Fusiones de conglomerados.	H. Suarez	1	68.00
11	Mantenimiento de precios de reventa.	H. Suarez	1	69.00
11	Restricciones verticales al precio como respuesta a la doble marginalización.	H. Suarez	1	70.00
11	Los acuerdos RPM y la discriminación de precios al minorista.	H. Suarez	1	71.00
12	Los acuerdos RPM para asegurar el suministro de servicios en la venta al minorista.	H. Suarez	1	72.00
12	El mantenimiento del precio de reventa y la incertidumbre de la demanda.	H. Suarez	1	73.00
13	El alcance de la publicidad.	H. Suarez	1	74.00
13	La publicidad y la diferenciación del producto y el poder del	H. Suarez	1	75.00
13	El monopolio de publicidad de la empresa monopólica que maximiza beneficios.	H. Suarez	1	76.00
13	Publicidad persuasiva.	H. Suarez	1	77.00
13	La publicidad y las señales.	H. Suarez	1	78.00
13	Los fraudes al consumidor y la verdad en la publicidad.	H. Suarez	1	79.00
14	Una taxonomía de la innovación.	H. Suarez	1	80.00
14	La estructura del mercado y el incentivo para la innovación.	H. Suarez	1	81.00
14	En modelo más completo de competencia vía la innovación.	H. Suarez	1	82.00
14	Evidencia de la hipótesis schumpeteriana.	H. Suarez	1	83.00
14	La cooperación en I&D entre empresas.	H. Suarez	1	84.00
15	La duración óptima de patentes.	H. Suarez	1	85.00
15	Cobertura óptima de las patentes.	H. Suarez	1	86.00
15	Las carreras de patentes.	H. Suarez	1	87.00
15	Las carreras de patentes, el poder del monopolio y las "patentes dormidas".	H. Suarez	1	88.00
15	Las licencias de patentes.	H. Suarez	1	89.00
16	Suministro monopólico de un servicio de red.	H. Suarez	1	90.00
16	Las redes, la competencia y los servicios complementarios.	H. Suarez	1	91.00
16	La competencia de sistemas y la batalla sobre las normas de la industria.	H. Suarez	1	92.00
16	Los bienes de las redes y la política pública.	H. Suarez	1	93.00
17	Una taxonomía de las subastas.	H. Suarez	1	94.00
17	El teorema de la equivalencia del ingreso.	H. Suarez	1	95.00
17	Subastas de valor común.	H. Suarez	1	96.00
17	Los mercados de subasta y la organización industrial.	H. Suarez	1	97.00
17	EXAMENES, TIF, RSU	H. Suarez	3	100.00

8. ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

8.1. Evaluación del aprendizaje

Características de la evaluación

La evaluación se caracteriza por tres evaluaciones continuas que tienen como objetivo incentivar que el estudiante lea con anticipación el material de lectura y tres exámenes parciales escritos.

Concepción de la evaluación

La evaluación es una actividad académica que se fundamenta en el método científico en lo concerniente a una hipótesis expresada en el conjunto de objetivos y competencias supuestas como resultado del proceso de enseñanza-aprendizaje que corresponde a una intervención deliberada.

Los instrumentos a utilizar en la evaluación son:

- Guía de observación.
- Cuestionario estructurado abierto.
- Guía estructurada para calificar las pruebas orales.
- Pruebas objetivas escritas.
- Rúbricas.

8.2. Cronograma de evaluación

EVALUACIÓN	FECHA DE EVALUACIÓN	EXAMEN TEORÍA	Eval. CONTINUA	TOTAL (%)
Primera Evaluación Parcial	20-05-2022	13%	20%	33%
Segunda Evaluación Parcial	08-07-2022	13%	20%	33%
Tercera Evaluación Parcial	19-08-2022	14%	20%	34%
TOTAL				100%

9. REQUISITOS DE APROBACIÓN DE LA ASIGNATURA

a) El alumno tendrá derecho a observar o en su defecto a ratificar las notas consignadas en sus evaluaciones, después de ser entregadas las mismas por parte del profesor, salvo el vencimiento de plazos para culminación del semestre académico, luego del mismo, no se admitirán reclamaciones, alumno que no se haga presente en el día establecido, perderá su derecho a reclamo.

b) Para aprobar el curso el alumno debe obtener una nota igual o superior a 10.5 en el promedio final

c) El redondeo, solo se efectuará en el cálculo del promedio final, quedado expreso, que las notas parciales, no se redondearan individualmente.

d) El alumno que no tenga alguna de sus evaluaciones y no haya solicitado evaluación de rezagados en el plazo oportuno, se le considerará como abandono.

e) El estudiante quedará en situación de abandono si el porcentaje de asistencia es menor al ochenta (80%) por ciento en las actividades que requieran evaluación continua (Prácticas, talleres, seminarios, etc).

10. BIBLIOGRAFÍA: AUTOR, TÍTULO, AÑO, EDITORIAL

10.1. Bibliografía básica obligatoria

a) PEPALL, L. et. al "Organización Industrial" 3° edición, Editorial Thomson, México, 2006.

b) TIROLE, J. "La Teoría de la Organización Industrial." MIT Press. 1988.

10.2. Bibliografía de consulta

a) BROWN, FLOR y DOMÍNGUEZ, LILIA, "Organización industrial: Teoría y aplicaciones al caso mexicano". UNAM, México, 2012.

b) FERNANDEZ BACA, JORGE, "Organización Industrial", Universidad del Pacífico, 2011.

- c) FISCHER, R (2006), "Curso de Organización Industrial", CEA-DII Universidad de Chile. Chile 2006.
- d) NAVAJAS, FERNANDO, "Progresos en organización industrial", compilado por Germán Coloma. Grupo Editorial. Argentina 2006.
- e) PEPALL, L. et. al "Industrial Organization: Contemporary Theory and Empirical Applications", Wiley, Estados Unidos, 2014.
- f) TARZIÁN, M y PAREDES, J "Organización industrial para la estrategia empresarial". Pearson Educación. México. 2006. (2° ed).

Arequipa, 15 de Julio del 2022

SUAREZ CAHUANA, HEBERT

PERALTA CALCINA, JONNE

HUANCA ZU?IGA, MARIELA