UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA

VICERRECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE ECONOMIA

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE E C O N O M I A

SÍLABO 2023 - A

ASIGNATURA: ORGANIZACION INDUSTRIAL

1. INFORMACIÓN ACADÉMICA

Periodo académico:	2023 - 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:**	3.00
	Prácticas:	2.00
	Seminarios:	0.00
	Laboratorio:	0.00
	Teórico-prácticas:	0.00
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)	E C O N O M I A	5	Lun: 09:40-12:20 Jue: 07:00-08:40
SUAREZ CAHUANA, HEBERT	Maestro(c)	E C O N O M I A	5	Mar: 14:00-15:40 Jue: 15:50-18:30
PERALTA CALCINA, JONNE	Maestro	E C O N O M I A	0	Mar: 15:50-18:30 Jue: 14:00-15:40
HUANCA ZUÑIGA, MARIELA IVETTE	Maestro	E C O N O M I A	0	Mar: 15:50-18:30 Jue: 14:00-15:40

3. INFORMACIÓN ESPECIFICA DEL CURSO (FUNDAMENTACIÓN, JUSTIFICACIÓN)

La asignatura de Organización Industrial es de naturaleza teórica-práctica, tiene como objetivo que el

estudiante de Economía adquiriera competencias relacionadas con el perfil del egresado así como las competencias generales y específicas de la carrera de Economía, en particular permite conocer y valorar los modelos económicos desarrollados para ser aplicados en el análisis de la competencia imperfecta dentro de un mercado. Las clases impartidas tienen como fin que el estudiante se familiarice con las herramientas necesarias para elaborar y estimar modelos de competencia imperfecta necesarios para entender el funcionamiento de los mercados en la práctica y le permita evaluar políticas privadas y/o públicas que incrementen los beneficios de la empresa o el bienestar social desde un punto de vista económico.

Temas principales: Poder de monopolio, modelos básicos de oligopolio, comportamiento anticompetitivo y política antitrust, relaciones contractuales entre empresas, competencia no a través de los precios.

4. COMPETENCIAS/OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Organización Industrial contribuye al perfil del egresado de Economía en el desarrollo de criterios para aplicar las teorías económicas con ética y sentido humanista, compenetrado y comprometido en la solución de los problemas económicos del Perú.

Competencia general de la carrera 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 de la carrera de Economía a la que contribuye la asignatura de Organización Industrial
1. Elabora modelos económicos que permitan juicios valorativos rigurosos sobre la realidad del entorno económico regional, nacional e internacional, con base en la responsabilidad profesional.
2. Emplea aplicaciones informáticas y paquetes estadísticos para el análisis cuantitativo y cualitativo de los procesos económicos con honestidad.
3. 7. 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.

Competencias específicas de la asignatura de Organización Industrial por unidades.

1. Primera unidad: El poder monopólico en al teoría y en la práctica.
Al término de la unidad el estudiante diseña estrategias comerciales para incrementar los beneficios de un monopolio, de acuerdo a los principios de la teoría económica.

2. Segunda unidad: Modelos básicos de oligopolio
Al finalizar la unidad el estudiante aplica los modelos de interacción estratégica para el análisis de la competencia entre empresas, de acuerdo a los principios de la teoría de juegos.

3. Tercera unidad: Conducta anticompetitiva y política antitrust
Al terminar la unidad el estudiante identifica las estrategias anticompetitivas o de colusión entre empresas para proponer medidas de política que incrementen la eficiencia de los mercados de acuerdo a

los principios de la teoría económica.

4. Cuarta unidad: Relaciones contractuales entre empresas.

Al finalizar la unidad el estudiante aplica los modelos relacionados con las relaciones contractuales que surgen entre las empresas (fusiones y restricciones verticales) para explicar las estrategias empresariales según lo establecido en la teoría económica.

5. Quinta unidad: Competencia no a través del precio.

Al terminar la unidad el estudiante evalúa las razones económicas por las cuales las empresas gastan en publicidad para fines de política económica de acuerdo a los principios de la teoría económica.

5. CONTENIDO TEMATICO

PRIMERA UNIDAD

Capítulo I: Presentación del curso ¿Qué estudia la Organización Industrial?

Tema 01: Clase inaugural, lineamientos del curso.

Tema 02: ¿Qué estudia la Organización Industrial?

Tema 03: Condiciones necesarias para la discriminación de precios.

Tema 04: Discriminación de precios de 3° grado o precios lineales.

Tema 05: Variedad de productos y discriminación de precios de 3° grado.

Tema 06: Discriminación de precios de 3° grado y bienestar social

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

Tema 07: La discriminación de precios de 1° grado y el monopolio: precios no lineales

Tema 08: La discriminación de precios de 2° grado o precios de menú.

Tema 09: Bienestar social con discriminación de precios de 1° y 2° grado.

Capítulo III: Paquetes de mercancías y ventas atadas.

Tema 10: Paquetes de mercancías y discriminación de precios.

Tema 11: Exigencia de las ventas atadas.

Tema 12: Bienes complementarios, externalidades de redes y precios de monopolio.

Tema 13: Políticas antimonopolio y la venta atada de productos.

SEGUNDA UNIDAD

Capítulo IV: Juegos estáticos y el modelo de Cournot.

Tema 14: Introducción a la interacción estratégica.

Tema 15: Estrategias dominadas y dominantes.

Tema 16: El modelo de Cournot.

Tema 17: El modelo de Cournot con muchas empresas y con diferentes costos.

Tema 18: Concentración y rentabilidad en el modelo de Cournot.

Capítulo V: Competencia en precios, el modelo de Bertrand.

Tema 19: Primer examen.

Tema 20: El modelo duopólico de Bertrand.

Tema 21: El modelo de Bertrand en un contexto espacial.

Tema 22: Complementarios y sustitutos estratégicos.

Capítulo VI: Juegos dinámicos y el modelo de Stackelberg.

Tema 23: El modelo de Stackelberg en competencia a través de cantidad.

Tema 24: Competencia secuencial en precios.

Tema 25: Credibilidad de las amenazas y equilibrio de Nash para los juegos dinámicos.

Tema 26: La paradoja de las cadena.

TERCERA UNIDAD

Capítulo VII: Disuasión a la entrada y conducta predatoria.

Tema 27: Estructura de mercado a través del tiempo.

Tema 28: Conducta predatoria y precios límite.

Tema 29: Anticipación y empaquetamiento.

Tema 30: Disuasión a la entrada predatoria, casos.

Capítulo VIII: Conducta predatoria: Desarrollos más recientes.

Tema 31: Precios predatorios: ¿Mito o realidad?

Tema 32: Predación e información imperfecta.

Tema 33: Contratos como una barrera a la entrada.

Tema 34: Predación y reputación.

Capítulo IX: Fijación de precios, juegos repetidos y política antitrust.

Tema 35: El dilema del prisionero, juegos repetidos y el teorema del folclor.

Tema 36: Juegos repetidos.

Tema 37: El teorema del folclor y factores que facilitan la colusión.

Tema 38: La colusión: el rol de las autoridades antitrust.

CUARTA UNIDAD

Capítulo X: Fusiones horizontales.

Tema 39: Segundo examen.

Tema 40: Fusiones horizontales y paradoja de la fusión.

Tema 41: Fusiones y sinergia de costos.

Tema 42: La empresa fusionada como un líder de Stackelberg.

Tema 43: Fusiones secuenciales.

Tema 44: Fusiones horizontales y diferenciación.

Capítulo XI: Fusiones verticales y conglomerados.

Tema 45: Fusiones verticales pro-competitivas.

Tema 46: Posibles efectos anticompetitivos de las fusiones verticales.

Tema 47: Modelos de oligopolio de la integración vertical.

Tema 48: Fusiones de conglomerados.

Capítulo XII: Restricciones verticales al precio

Tema 49: Política antitrust hacia las restricciones verticales.

Tema 50: Restricciones verticales al precio como respuesta a la doble marginalización.

Tema 51: Acuerdos de restricción vertical al precio y discriminación de precios minoristas.

Tema 52: Acuerdos de restricción vertical al precio para asegurar la provisión de servicios del detallistas.

Tema 53: Acuerdo de restricción vertical y colusión.

Capítulo XIII: Restricción verticales no relacionadas con el precio.

Tema 54: Competencia entre mayoristas y trato exclusivo.

Tema 55: Ventas exclusivas y acuerdos territoriales.

Tema 56: Restricciones verticales y exclusión del mercado.

Tema 57: Restricciones verticales y productos accesorios.

Tema 58: Política pública hacia las restricciones verticales.

QUINTA UNIDAD

Capítulo XIV: Publicidad, poder de mercado e información

Tema 59: Publicidad: teoría y práctica.

Tema 60: Publicidad y poder de mercado.

Tema 61: Tercer examen.

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.

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: Consistente en un trabajo de investigación en que los estudiantes intentan delimitar una situación problemática aplicando la teoría para proponer una solución.
b) Responsabilidad Social: Se desarrollaran trabajos de campo que vinculen los conocimientos y habilidades adquiridas en la asignatura de Organización Industrial con las necesidades de la sociedad y la comunidad. En el semestre académico los estudiantes realizarán una visita a cualquier distrito de la provincia de Arequipa y/o organizar una actividad académica.

7. CRONOGRAMA ACADÉMICO

SEMANA	TEMA	DOCENTE	%	ACUM.
1	Clase inaugural, lineamientos del curso.	H. Suarez	3.00	3.00
1	¿Qué estudia la Organización Industrial?	H. Suarez	3.00	6.00
2	Condiciones necesarias para la discriminación de precios.	H. Suarez	1.50	7.50
2	Discriminación de precios de 3° grado o precios lineales.	H. Suarez	1.50	9.00
2	Variedad de productos y discriminación de precios de 3° grado.	H. Suarez	1.50	10.50
2	Discriminación de precios de 3° grado y bienestar social	H. Suarez	1.50	12.00
3	La discriminación de precios de 1° grado y el monopolio: precios no lineales	H. Suarez	2.00	14.00
3	La discriminación de precios de 2° grado o precios de menú.	H. Suarez	2.00	16.00

3	Bienestar social con discriminación de precios de 1° y 2° grado.	H. Suarez	2.00	18.00
4	Paquetes de mercancías y discriminación de precios.	H. Suarez	1.50	19.50
4	Exigencia de las ventas atadas.	H. Suarez	1.50	21.00
4	Bienes complementarios, externalidades de redes y precios de monopolio.	H. Suarez	1.50	22.50
4	Políticas antimonopolio y la venta atada de productos.	H. Suarez	1.50	24.00
5	Introducción a la interacción estratégica.	H. Suarez	1.20	25.20
5	Estrategias dominadas y dominantes.	H. Suarez	1.20	26.40
5	El modelo de Cournot.	H. Suarez	1.20	27.60
5	El modelo de Cournot con muchas empresas y con diferentes costos.	H. Suarez	1.20	28.80
5	Concentración y rentabilidad en el modelo de Cournot.	H. Suarez	1.20	30.00
6	Primer examen.	H. Suarez	2.40	32.40
6	El modelo duopólico de Bertrand.	H. Suarez	3.60	36.00
7	El modelo de Bertrand en un contexto espacial.	H. Suarez	3.00	39.00
7	Complementarios y sustitutos estratégicos.	H. Suarez	3.00	42.00
8	El modelo de Stackelberg en competencia a través de cantidad.	H. Suarez	1.50	43.50
8	Competencia secuencial en precios.	H. Suarez	1.50	45.00
8	Credibilidad de las amenazas y equilibrio de Nash para los juegos dinámicos.	H. Suarez	1.50	46.50
8	La paradoja de las cadena.	H. Suarez	1.50	48.00
9	Estructura de mercado a través del tiempo.	H. Suarez	1.50	49.50
9	Conducta predatoria y precios límite.	H. Suarez	1.50	51.00
9	Anticipación y empaquetamiento.	H. Suarez	1.50	52.50
9	Disuasión a la entrada predatoria, casos.	H. Suarez	1.50	54.00
10	Precios predatorios: ¿Mito o realidad?	H. Suarez	1.50	55.50
10	Predación e información imperfecta.	H. Suarez	1.50	57.00
10	Contratos como una barrera a la entrada.	H. Suarez	1.50	58.50
10	Predación y reputación.	H. Suarez	1.50	60.00
11	El dilema del prisionero, juegos repetidos y el teorema del folclor.	H. Suarez	1.50	61.50
11	Juegos repetidos.	H. Suarez	1.50	63.00
11	El teorema del folclor y factores que facilitan la colusión.	H. Suarez	1.50	64.50
11	La colusión: el rol de las autoridades antitrust.	H. Suarez	1.50	66.00
12	Segundo examen.	H. Suarez	2.40	68.40
12	Fusiones horizontales y paradoja de la fusión.	H. Suarez	3.60	72.00
13	Fusiones y sinergia de costos.	H. Suarez	1.50	73.50
13	La empresa fusionada como un líder de Stackelberg.	H. Suarez	1.50	75.00
13	Fusiones secuenciales.	H. Suarez	1.50	76.50
13	Fusiones horizontales y diferenciación.	H. Suarez	1.50	78.00
14	Fusiones verticales pro-competitivas.	H. Suarez	1.50	79.50
14	Posibles efectos anticompetitivos de las fusiones verticales.	H. Suarez	1.50	81.00
14	Modelos de oligopolio de la integración vertical.	H. Suarez	1.50	82.50
14	Fusiones de conglomerados.	H. Suarez	1.50	84.00
15	Política antitrust hacia las restricciones verticales.	H. Suarez	1.20	85.20

15	Restricciones verticales al precio como respuesta a la doble marginalización.	H. Suarez	1.20	86.40
15	Acuerdos de restricción vertical al precio y discriminación de precios minoristas.	H. Suarez	1.20	87.60
15	Acuerdos de restricción vertical al precio para asegurar la provisión de servicios del detallistas.	H. Suarez	1.20	88.80
15	Acuerdo de restricción vertical y colusión.	H. Suarez	1.20	90.00
16	Competencia entre mayoristas y trato exclusivo.	H. Suarez	1.20	91.20
16	Ventas exclusivas y acuerdos territoriales.	H. Suarez	1.20	92.40
16	Restricciones verticales y exclusión del mercado.	H. Suarez	1.20	93.60
16	Restricciones verticales y productos accesorios.	H. Suarez	1.20	94.80
16	Política pública hacia las restricciones verticales.	H. Suarez	1.20	96.00
17	Publicidad: teoría y práctica.	H. Suarez	1.00	97.00
17	Publicidad y poder de mercado.	H. Suarez	1.50	98.50
17	Tercer examen.	H. Suarez	1.50	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, teniendo como eje la evaluación por competencias.

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:

a) Guía de observación.

b) Cuestionario estructurado abierto.

c) Guía estructurada para calificar las pruebas orales.

d) Pruebas objetivas escritas

e) Rúbricas

8.2. Cronograma de evaluación

EVALUACIÓN	FECHA DE EVALUACIÓN	EXAMEN TEORÍA	EVAL. CONTINUA	TOTAL (%)
Primera Evaluación Parcial	22-05-2023	13%	20%	**33%**
Segunda Evaluación Parcial	03-07-2023	13%	20%	**33%**
Tercera Evaluación Parcial	07-08-2023	14%	20%	**34%**
			TOTAL	**100%**

9. REQUISITOS DE APROBACIÓN DE LA ASIGNATURA

a) El estudiante 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, el

estudiante 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 (Practicas, talleres, seminarios, etc).

10. BIBLIOGRAFÍA: AUTOR, TÍTULO, AÑO, EDITORIAL

10.1. Bibliografía básica obligatoria

Pepall L. et. al "Organización Industrial" 2006, Editorial Thomson.

Pepall L. et. al "Industrial Organization", 2014, Editorial John Wiley & Sons.

Cabral Luis "Introducción a la Organización Industrial", 2022, Editorial Antoni Bosch.

Carlton Dennis W, Perlofff Jeffrey M, "Modern Industrial Organization", 2015, Editorial Pearson Education.

Waldman Don E, Jensen Elizabeth J " Industrial Organization" 2007, Editorial Person.

Fernandez Baca Jorge, "Organización Industrial", 2011, Universidad del Pacífico.

10.2. Bibliografía de consulta

Aplicaciones empíricas por tema:

Introducción a la Organización Industrial: Nicholson, M. W. 2008. "An Antitrust Law Index for Empirical Analysis of International Competition
Policy."Journal of Competition Law and Economics, 4 (December): 1009-1029.

Precios lineales: Scott Morton, F., F. Zettelmeyer, and J. Silva-Risso. 2003. "Consumer Information and Discrimination: Does the Internet Affect the Pricing of New Cars to Women and Minorities? "Quantitative Marketing and Economics 1 (March): 65-92.

Precios no-lineales: Stavins, J. 2001. "Price Discrimination in the Airline Market: The Effect of Market Concentration,"Review of Economics and Statistics 83 (February): 200-02.

Variedad y calidad bajo monopolio: Berry, S., and J. Waldfogel. 2010. "Product Quality and Market Size,"Journal of Industrial Economics 58 (March): 1-31.

Paquetes y ventas atadas: Crawford, Gregory. 2008. "The Discriminatory Incentives to Bundle in the Cable Television Industry,"Quantitative Marketing and Economics 6 (March): 41-78.

Juegos estáticos y competencia a lo Cournot: Brander, J., and A. Zhang. 1990. "Market Conduct in the Airline Industry: An Empirical
Investigation,"Rand Journal of Economics 4 (Winter): 567-83.

Competencia en precios: Hastings, J. 2004. "Vertical Relationships and Competition in Retail Gasoline Markets: Empirical Evidence from Contract Changes in Southern California,"American Economic Review 94

(March): 317-28.

Juegos dinámicos: Huck, S., W. Müller, and H. T. Normann 2001. "Stackelberg Beats Cournot: On Collusion and Efficiency in Experimental Markets,"The Economic Journal 111 (October): 749-65.

Disuasión a la entrada y predación: Conlin, M., and V. Kadiyali. 2006. "Entry Deterring Capacity in the Texas Lodging Industry,"
Journal of Economics and Management Strategy 15 (Spring): 167-85.

Conducta predatoria, desarrollos recientes: Ellison, G., and S. Ellison. 2011. "Strategic Entry Deterrence and the Behavior of Pharmaceutical Incumbents Prior to Patent Expiration,"American Economic Journal 3 (January): 1-36.

Fijación de precios, juegos repetidos y política antitrust: Kwoka, J. 1997. "The Price Effect of Bidding Conspiracies: Evidence from Real Estate
Knockouts, "Antitrust Bulletin 42 (Summer): 503-16.

Fusiones horizontales: Epstein, R., and D. Rubinfeld, 2002. "Merger Simulation: A Simplified Approach with New Applications,"Antitrust Law Journal 69: 883-920.

Fusiones verticales y conglomerados: Hortac¸su, A. and C. Syverson. 2007. "Cementing Relationships: Vertical Integration, Foreclosure,
Productivity, and Prices,"Journal of Political Economy 115 (April): 250-301.

Restricciones verticales al precio: Smith, D., and A. MacKay, 2013. "The Empirical Effects of Minimum Resale Price Maintenance
on Prices, Output, and Consumer Welfare,"Working Paper, Department of Economics, University of Chicago, (May).

Restricciones no relacionadas con el precio: Sass, T., 2005. "The Competitive Effects of Exclusive Dealing: Evidence from the US Beer
Industry," International Journal of Industrial Organization 23 (April): 203-25.

Publicidad, poder de mercado e información: Ackerberg, D. 2001. "Empirically Distinguishing Informative and Prestige Effects of Advertising," Rand Journal of Economics 32 (Summer): 316-33.

Arequipa, 02 de Mayo del 2023

SUAREZ CAHUANA, HEBERT **PERALTA CALCINA, JONNE**

HUANCA ZU?IGA, MARIELA IVETTE