

1. IDENTIFICACIÓN

Denominación de la Asignatura: **Organización Industrial**

Carrera(s) a la que pertenece: Licenciatura en Economía Empresarial

Plan de estudios al que pertenece: 50°

2. Equipo Docente

Dr. Daniel Hoyos Maldonado, Profesor Titular, daniel.hoyos@econ.unicen.edu.ar

Bautista García Maceri, Auxiliar, bautista.garcia@soy.econ.unicen.edu.ar

Coordinación: Dr. Daniel Hoyos Maldonado

3. Carga horaria

La asignatura está organizada sobre la base de una carga horaria cuatrimestral de 80 horas, cuya distribución se ajusta a las previsiones del calendario académico de la Facultad.

Se programan dos bloques de clases presenciales con periodicidad semanal. Cada clase presencial tendrá una duración total de 2 (dos) horas.

Se prevé el desarrollo de contenidos adicionales con una carga horaria semanal equivalente a 2 (dos) horas.

4. Marco Referencial: Descripción y Ámbito

Conforme con la Resolución de Consejo Académico N° 72/2015 y sus modificatorias, el curso se inserta dentro del Ciclo Profesional de la Licenciatura en Economía Empresarial dictada en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNICEN. Dicha norma prevé, como requisito formal para tomar el curso, que el alumno haya aprobado la materia Análisis Microeconómico. Adicionalmente, el curso recibe aportes de Matemáticas, Estadística, y Técnicas Cuantitativas.

Programa aprobado por Resolución de Decanato N° 041/2025, de fecha 06 de marzo de 2025, ratificada por Resolución de Consejo Académico N° 014/2025, de fecha 01 de abril de 2025. Vigente hasta el 06 de marzo de 2028, o hasta que se apruebe una nueva versión del mismo.-

Se asume que el alumno ha incorporado a su esquema de razonamiento la lógica costo-beneficio y que maneja adecuadamente los instrumentos del análisis matemático. Al mismo tiempo, resulta apropiado que el estudiante conozca los principales indicadores de posición y dispersión, tenga capacidad de elaborar un índice de una variable o de un conjunto de ellas y se encuentre en condiciones de calcular las correspondientes tasas de variación. Complementariamente, es necesario que el alumno comprenda la noción económica del valor presente, elección intertemporal, riesgo e incertidumbre y conceptos básicos de teoría de los juegos.

Dada la estrategia metodológica adoptada en los cursos de la asignatura, sería deseable que el estudiante maneje solventemente software que le permita (i) estructurar búsquedas, en navegadores para acceder a datos residentes en Internet; (ii) organizar, resumir, calcular y exponer datos cuantitativos, para lo cual se requiere un manejo adecuado de las funciones de planillas de cálculo; (iii) elaborar y presentar informes que exhiban su pensamiento respecto a cuestiones económicas.

En síntesis, el curso introduce a los estudiantes en la terminología, conceptos y método de análisis de los mercados y del comportamiento estratégico de las firmas.

De acuerdo con el plan de estudios vigente, los contenidos mínimos previstos para este curso son:

Naturaleza de la empresa. Economías de escala y alcance. Curva de aprendizaje. Integración y diversificación. Investigación y desarrollo. Publicidad. Economía de redes. Empresa, costos de transacción y perspectiva institucional. Estructura de mercado, concentración de la industria. Limitación a la entrada al mercado, mercados desafiables, precios predatorios y discriminación de precios. Subastas.

5. Objetivos

Programa aprobado por Resolución de Decanato N° 041/2025, de fecha 06 de marzo de 2025, ratificada por Resolución de Consejo Académico N° 014/2025, de fecha 01 de abril de 2025. Vigente hasta el 06 de marzo de 2028, o hasta que se apruebe una nueva versión del mismo.-

- a) **General:** Fortalecer la lógica de análisis de los participantes del curso en materia económica mediante conceptos y modelos que le permitan al alumno comprender aspectos relevantes que rigen el funcionamiento de los mercados y el comportamiento estratégico de las empresas.
- b) **Específicos:** Se espera que, al final del curso, los estudiantes sean capaces de:
- i. Identificar e interpretar los datos económicos relevantes de los distintos mercados.
 - ii. Comprender la metodología usualmente empleada (y sus limitaciones) para analizar el funcionamiento de los mercados.
 - iii. Utilizar ciertos modelos básicos para explicar el comportamiento estratégico de las empresas.

6. Contenido Programático

UNIDAD I – Aspectos introductorios y fundamentos de la Organización Industrial.

1. Organización Industrial. Concepto. Ámbito. Metodología: Enfoques alternativos.
2. Aspectos microeconómicos relevantes. Producción y costos en el corto y largo plazo. Demanda, ingreso, elasticidad y maximización del beneficio. Competencia perfecta. Monopolio. Competencia monopolística.
3. Teoría de la Firma. Teorías alternativas. Teoría de la firma de Coase y costos de transacción

UNIDAD II – Análisis estructural de los mercados.

1. Competencia simultánea por precios. Modelo de Bertrand, productos homogéneos y heterogéneos. Costos simétricos, asimétricos e inciertos. Limitación de capacidad y competencia de precios.
2. Competencia simultánea por cantidad. Modelo de Cournot, costos simétricos, asimétricos. Información incompleta. Competencia entre empresas privadas y públicas.

3. *Competencia secuencial. Modelo de Stackelberg, productos homogéneos y heterogéneos. Costos simétricos y asimétricos. Información incompleta. Competencia entre empresas privadas y públicas.*
4. *Fusión y colusión. Fusión sustentable e insustentable. Fusión en el contexto del modelo de Stackelberg. Colusión en el contexto del Modelo de Bertrand y del Modelo de Cournot.*

UNIDAD III – Análisis del comportamiento estratégico de las empresas.

1. *Estrategias de precios y segmentación de mercado.*
2. *Calidad de producto e información.*
3. *Publicidad y estrategias de marketing relacionadas.*
4. *Investigación y desarrollo.*

UNIDAD IV – Redes, plataformas y otros tópicos.

1. *Mercados de productos y tecnologías que muestran efectos de red.*
2. *Política de la competencia. Limitación a la entrada.*
3. *Subastas.*

7. Metodología

- a) **Clases:** *El enfoque de cada clase será teórico práctico y se centrará en responder una de las preguntas clave de la unidad abordada, a partir de un disparador de corte empírico. A tal efecto, el docente examinará la cuestión desde tres perspectivas: intuitiva, gráfica y analítica. En las clases, el docente, con fines didácticos, podrá emplear soporte audiovisual (por ejemplo, filminas o archivos PPT) para guiar las actividades. No obstante, tal material no debe interpretarse como sustitutivo de la bibliografía indicada en el Programa.*
- b) **Entorno virtual:** *La carga horaria semanal se complementará con contenidos incorporados en la plataforma “Campus Virtual”. Dichos contenidos tendrán una equivalencia de dos horas semanales.*

- c) **Análisis y Resolución de casos prácticos:** El alumno deberá resolver, en forma individual o grupal, trabajos encargados por el docente cuyo objetivo será estimular la comprensión de los temas desarrollados en las clases presenciales. Así mismo, se plantea la búsqueda de información a través de distintas fuentes (internet, periódicos, publicaciones especializadas, etc.), la consulta bibliográfica específica, y el contraste de diferentes textos,
- d) **Elaboración de Informes:** Como trabajo final integrador, el alumno deberá elaborar y exponer un informe sobre un tema asignado que integre distintos contenidos de la asignatura. Para ello deberá definir e identificar las variables y parámetros relevantes, buscar información a través de distintas fuentes, sistematizar e integrar la misma, y elaborar las conclusiones del caso. Asimismo, el estudiante deberá diseñar infografías o videos que soportarán el informe referido.

8. Condiciones de Aprobación

Las condiciones para la aprobación de la asignatura son las previstas en el Título IV del Régimen de Enseñanza y Promoción de la Facultad, RCA N° 80/2017 (u ordenamiento que lo sustituya en el futuro) para cada una de las modalidades de cursada prevista.

Con fines aclaratorios, a continuación, se describen las condiciones de aprobación de la Asignatura según la modalidad de cursada:

- a) **Promoción:** En la fecha programada, el alumno deberá aprobar la Instancia Integradora individual con una nota mínima de 6 (seis) puntos.

Para acceder a la Instancia Integradora se requiere que el estudiante acredite el cumplimiento simultáneo de las siguientes condiciones:

- i. Asistencia mínima al 60% (setenta por ciento) de las clases programadas para el cuatrimestre.*
- ii. La aprobación, en tiempo y forma, de todos los trabajos prácticos dispuestos por los docentes.*
- iii. La aprobación de las dos evaluaciones parciales programadas con una nota promedio igual o superior a 6 (seis) puntos.*

b) Promoción directa: *No se requerirá la aprobación de la Instancia Integradora individual a aquel estudiante que cumpla con los siguientes requisitos:*

- i. Asistencia mínima al 60% (setenta por ciento) de las clases efectivas para el cuatrimestre.*
- ii. La aprobación, en tiempo y forma, de todos los trabajos prácticos dispuestos por los docentes.*
- iii. La aprobación de las dos evaluaciones parciales programadas con una nota igual o superior a 8 (ocho) puntos en cada una de ellas.*

c) No cumplimiento de los requisitos de Promoción: *El alumno que sólo haya cumplimentado los puntos (i) y (ii) del inciso previo y hubiere obtenido en las instancias parciales una nota promedio mínima de 4 (cuatro) puntos quedará habilitado para rendir el examen final de la materia en carácter de regular. Idéntico criterio se aplicará a aquellos alumnos que en la instancia integradora hubieran obtenido una nota inferior a 6 (seis) puntos o se hubieran ausentado a dicha evaluación.*

Si un alumno hubiera obtenido en las instancias parciales –habiéndolo cumplimentado los puntos (i) y (ii) del inciso previo- una nota promedio por debajo de los 4 (cuatro) puntos, deberá rendir un recuperatorio global en la fecha establecida por el Calendario Académico. Si en esta instancia recuperatoria el alumno obtuviera una nota igual o superior a 4 (cuatro) puntos quedará habilitado para rendir el examen

final de la materia en carácter regular. No cumplido tal requisito, el alumno deberá recurrir la Asignatura.

9. Contenidos a revalidar

Los contenidos a revalidar son aquellos que forman parte de los contenidos mínimos de la Asignatura y detallados en el acápite Contenidos Programáticos.

10. Bibliografía

1. Lipczynski, Wilson & Goddard (2005) Industrial Organization. Competition, Strategy, Policy. Prentice Hall.
2. Belleflame & Peitz (2010) Industrial Organization. Markets and Strategies. Cambridge University Press.
3. Church & Ware (2000) Industrial Organization. A strategic approach. Mc Graw Hill.

Bibliografía de apoyo

1. Pepall, Richards & Norman (2014) Industrial Organization. Contemporary Theory and Empirical Applications. Wiley.
2. Tarziján & Paredes (2006) Organización Industrial para la estrategia empresarial. Pearson Educación.

11. Cronograma (*).

CLASE	UNIDAD	TEMA A DESARROLLAR	TRABAJO PRÁCTICO	SEMANA
1	I / II	Presentación de la materia. Competencia simultánea por precios. Modelo de Bertrand, productos homogéneos y heterogéneos. Costos simétricos, asimétricos e inciertos. Limitación de capacidad y competencia de precios.		1
2	I	Aspectos microeconómicos relevantes. Producción y costos en el corto y largo plazo. Demanda, ingreso, elasticidad y maximización del beneficio.	TP 1 - Repaso de conceptos microeconómicos.	1
3	I	Competencia perfecta. Monopolio. Competencia monopolística.	TP 2 - Competencia perfecta Monopolio Competencia monopolística.	2

CLASE	UNIDAD	TEMA A DESARROLLAR	TRABAJO PRÁCTICO	SEMANA
4	II	Competencia simultánea por precios. Modelo de Bertrand. Limitación de capacidad y competencia de precios. Competencia simultánea por cantidad. Modelo de Cournot, costos simétricos, asimétricos.		3
5	II	Competencia simultánea por cantidad. Modelo de Cournot. Información incompleta. Competencia entre empresas privadas y públicas.		4
6	II	Competencia simultánea por precios. Modelo de Bertrand.	TP 3 - Oligopolios: Modelo de Bertrand.	4
7	II	Competencia secuencial. Modelo de Stackelberg, productos homogéneos y heterogéneos. Costos simétricos y asimétricos. Información incompleta. Competencia entre empresas privadas y públicas		5

CLASE	UNIDAD	TEMA A DESARROLLAR	TRABAJO PRÁCTICO	SEMANA
8	II	Competencia simultánea por cantidad. Modelo de Cournot.	TP 4 - Oligopolios: Modelo de Cournot.	5
9	II	Fusión y colusión. Fusión sustentable e insustentable. Fusión en el contexto del modelo de Stackelberg. Colusión en el contexto del Modelo de Bertrand y del Modelo de Cournot.		6
10	II	Competencia secuencial. Modelo de Stackelberg. Fusión y colusión.	TP 5 - Oligopolios: Modelo de Stackelberg. Fusión y colusión.	6
11	III	Estrategias de precios y segmentación de mercado.		8
12	III	Estrategias de precios y segmentación de mercado.	TP 6 - Estrategias de precios y segmentación de mercados.	8

CLASE	UNIDAD	TEMA A DESARROLLAR	TRABAJO PRÁCTICO	SEMANA
13	III	Calidad de producto e información. Publicidad y estrategias de marketing relacionadas.		9
14	III	Calidad de producto e información. Publicidad y estrategias de marketing relacionadas.	TP 7 - Calidad de producto e información Publicidad y estrategias de marketing relacionadas.	9
15	III	Investigación y desarrollo.		10
16	III	Investigación y desarrollo.	TP 8 - Investigación y desarrollo.	10
17	IV	Políticas de la competencia		12

CLASE	UNIDAD	TEMA A DESARROLLAR	TRABAJO PRÁCTICO	SEMANA
18	IV	Índices de concentración de mercado.	TP 9 - Índices de concentración de mercado.	12
19	IV	Subastas		13

(*) El cronograma se presenta tomando como base el ciclo 2025. Se exhibe el desarrollo de los temas del programa y solo se incluyen los días asignados a clases una vez deducidos los feriados, las suspensiones de clases y fechas asignadas a exámenes y sus revisiones.