



VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

**DEPARTAMENTO DE
ESTRUCTURA ECONÓMICA**

(ECONOMIA APLICADA II)

EDIFICIO DEPARTAMENTAL ORIENTAL

DESPACHO 4P15

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
ESTRUCTURA ECONÓMICA
(Código: 15451)**

**LICENCIATURA DE INVESTIGACIÓN Y
TÉCNICAS DE MERCADO
(código: 212)**

**Curso Académico 2007-2008
Profesor: Francisco Requena Silvente**

I. PLAN DIDÁCTICO

1. CONTENIDO E INTERES DE LA ASIGNATURA.

El objetivo de esta asignatura consiste en el estudio de la organización interna de las empresas y de su comportamiento en mercados de competencia imperfecta. Con este curso se pretende facilitar a los estudiantes la comprensión de los factores determinantes de la estructura competitiva de una industria desde la perspectiva de la empresa.

El curso se enmarca dentro de la tradición de la Organización Industrial Aplicada y hace uso de su método de análisis en tres etapas: identificación del problema relevante, búsqueda de un modelo teórico de referencia y, aplicación empírica del modelo teórico. Aunque en cada uno de los temas del programa se incide en la relevancia económica de las cuestiones propuestas y se lleva a cabo a una breve exposición de los modelos teóricos más relevantes, la mayor parte del tiempo se dedica al análisis de las aplicaciones empíricas de estos modelos y al estudio de casos relacionados.

El programa comienza con una serie de conceptos básicos de economía industrial y teoría de juegos necesarios para la comprensión de temas posteriores. A continuación se analizan los modelos de oligopolio y la interacción estratégica entre las empresas. Para ello, se introducen y aplican las técnicas desarrolladas en el contexto de la teoría de juegos. Asimismo, el programa analiza la dinámica de la rivalidad de precios entre las empresas, prestando especial atención a la existencia de posibles mecanismos de cooperación y a la competencia en dimensiones distintas al precio tales como la calidad. Se estudia además los efectos de la entrada y salida de empresas en una industria, partiendo de modelos tradicionales basados en factores tecnológicos se introducen teorías más sofisticadas que recogen el comportamiento estratégico de las empresas. Por último, se realiza una reflexión sobre la política de la innovación en el marco de la empresa.

Esta asignatura constituye un elemento básico para la mejor comprensión de la actividad empresarial en la mayoría de los sectores productivos de la economía. Además, la fuerte conexión de los modelos teóricos empleados con la realidad analizada permite una reflexión seria sobre los aspectos prácticos que rigen el comportamiento de cualquier empresa.

2. ORGANIZACION Y DESARROLLO DEL CURSO.

El Programa de la asignatura se desarrollará a lo largo de catorce clases de dos horas de duración. El profesor responsable de la asignatura es Francisco Requena Silvente, a quien se podrán dirigir los estudiantes respectivos para realizar

consultas o plantear cualquier problema relacionado con la asignatura, en los días y horas de tutoría que aparezcan en la puerta de su despacho, o en cualquier otra ocasión previo acuerdo con el profesor.

II. BIBLIOGRAFÍA

La bibliografía, básica y complementaria, se especifica por temas, con el fin de que el alumno/a pueda leer los temas antes de la clase. La bibliografía básica comprende textos donde el estudiante puede encontrar los contenidos que aparecen en el programa. La bibliografía complementaria está pensada para permitir al alumno/a profundizar en la materia si así lo desea. Toda la bibliografía está disponible en la biblioteca de la Universidad. Como se comprueba con la lectura del programa, la mayor parte de los temas se corresponden con capítulos de tres libros dentro de la bibliografía básica, que pueden considerarse, por tanto, manuales para preparar la asignatura:

- Besanko, D.; Dranove, D. y Shanley, M. (2000). Economics of Strategy. New York: John Wiley & Sons. Segunda edición.
- Grant, R.H. (1995): Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones. Madrid: Civitas.
- Cabral, L. (1998), Economía Industrial , McGraw-Hill.

En determinados casos la bibliografía fundamental para el desarrollo de la asignatura solamente se encuentra disponible en inglés, en estos casos los alumnos podrán encontrar en la pagina web de la asignatura (**<http://www.uv.es/~frequena>**, apuntes complementarios). Estos apuntes estarán orientados generalmente a facilitar la lectura de la bibliografía, únicamente en aquellos casos en que se indique se podrán considerar como sustitutivos.

III. EXAMEN

El examen final consistirá de tres preguntas a elegir entre cinco, siendo la puntuación máxima de 10 puntos. Cada una de las preguntas constará de varios apartados (tres o cuatro). La respuesta de al menos todos los apartados menos uno de cada una de las preguntas podrá elaborarse a partir de la bibliografía básica, pero la respuesta del apartado restante puede estar entera o parcialmente basado en la bibliografía complementaria. Para responder al examen se dispondrá de dos horas de tiempo. Para aprobar esta asignatura se deberá obtener una calificación igual o superior a cinco puntos. Para poder presentarse al examen, los estudiantes deberán identificarse personalmente, mediante el carnet de la Facultad, el D.N.I. o cualquier otro documento equivalente.

Una vez expuesta la lista provisional de calificaciones, aquellos estudiantes que consideren que se ha podido cometer algún error en la corrección o calificación de su examen, podrán revisarlo en el lugar, fecha y hora que se haga constar en dicha lista. En este caso, el Departamento pondrá sus exámenes a su disposición y los estudiantes, delante del profesor y por escrito, podrán manifestar de forma detallada y razonada los posibles errores advertidos. Posteriormente los exámenes serán revisados por el profesor y la calificación definitiva aparecerá en la correspondiente Acta de Calificaciones. Los estudiantes que deseen obtener mayor información sobre sus exámenes, podrán dirigirse al Profesor en las horas de consulta, teniendo presente que la calificación aparecida en el Acta es definitiva. Dado el carácter definitivo y el valor oficial de las calificaciones que figuran en el Acta, es conveniente que los estudiantes las comprueben para evitar posibles errores de transcripción.

IV.- PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

A. PROGRAMA SINTÉTICO

PARTE I. CONCEPTOS BÁSICOS DE ESTRUCTURA ECONÓMICA.

1. Economía y estructura económica.

PARTE II: ANÁLISIS DE LA DINÁMICA COMPETITIVA DE LA INDUSTRIA COMO DETERMINANTES DE LA ESTRUCTURA DE MERCADO

2. Análisis de la industria, estructura de mercado y competencia
3. Compromiso estratégico y costes irreversibles
4. La dinámica de la rivalidad de precios
5. Decisiones de entrada y salida
6. Estrategias de innovación y competencia

B. PROGRAMA ANALÍTICO

PARTE I. CONCEPTOS BÁSICOS DE ESTRUCTURA ECONÓMICA.

TEMA 1. ECONOMÍA Y ESTRUCTURA ECONÓMICA

- 1.1 Marco de análisis de la estrategia y de las decisiones estratégicas
- 1.2 Economía y estrategia.
- 1.3 Economía y teoría de juegos

Bibliografía Básica

- Besanko, D.; Dranove, D. y Shanley, M. (2000): Economics of Strategy. Introducción y "Primer" (pp. 1-40)
- Cabral, L. (1997): Economía Industrial, Capítulo 3.1.
- Grant, R.H. (1995): Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones. Capítulo 2.

Bibliografía Complementaria

- Nalebuff, B. y Brandenburger, A. (1997): Coopetición. Madrid: Díaz de Santos. Capítulo 3.

PARTE II. ANÁLISIS DE LA DINÁMICA COMPETITIVA DE LA INDUSTRIA

TEMA 2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, ESTRUCTURA DE MERCADO Y COMPETENCIA

2.1 Definición mercado relevante.

Definición del mercado relevante para Coca-Cola

2.2. Estructura del mercado y naturaleza de la competencia

El cartel de la OPEP

Fijación de precios en la aviación comercial

2.3 Análisis económico de la industria: el modelo de las cinco fuerzas competitivas

2.4. Evidencia empírica

La Industria del tabaco

El sector de la distribución alimentaria en España

Bibliografía Básica

Besanko, D.; Dranove, D. y Shanley, M. (2000). Economics of Strategy. Capítulos 7 y 11

Cabral, L. (1997): Economía Industrial, Capítulo 2 y 3..

Grant, R.H. (1995): Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones. Capítulo 3.

Bibliografía Complementaria

Porter, M. (1982) Estrategia Competitiva. Mexico D.F.: CECSA. Capítulo 1.

Oster, S. (1994) Modern Competitive Analysis. Oxford University Press. Capítulos 3 y 13.

TEMA 3. COMPROMISO ESTRATÉGICO Y FLEXIBILIDAD

- 3.1. Compromisos estratégicos: credibilidad e irreversibilidad
- 3.2. Compromiso estratégico y competencia.
 - Nucor y NSX: introducción de nuevas tecnologías para la producción de acero
- 3.3. El valor de la Flexibilidad
- 3.4. Flexibilidad: ¿Es siempre una ventaja?
- 3.5. ¿Compromiso o Flexibilidad? Análisis de la especificidad de recursos.
 - El mercado de CDs

Bibliografía Básica

Besanko, D.; Dranove, D. y Shanley, M.(2000): Economics of Strategy. Capítulo 8.

Bibliografía Complementaria

Dixit, A. y Nalebuff (1991) Pensar Estratégicamente. Barcelona: Bosch. Capítulos 5 y 6.

Ghemawat, P. y Del Sol, P. (1999) “¿Compromiso o flexibilidad?” Harvard Deusto Business Review, 94, pp. 14-26.

TEMA 4. LA DINÁMICA DE LA RIVALIDAD DE PRECIOS

- 4.1. Competencia dinámica de precios
Guerras de precios: Phillips Morris BAT (Costa Rica), Tesco-Sainsbury (Reino Unido)
- 4.2. Estructura del mercado y sostenimiento del precio cooperativo
Asimetrías entre empresas y la guerra de precios en la aviación comercial americana en 1992
Disciplina en la fijación de precios en la industria de cigarrillos de EE.UU.
- 4.3. Prácticas que facilitan el sostenimiento del precio cooperativo
Las garantías del mejor precio como mecanismo de coordinación tácita: el caso de Big Star Supermarket (USA).
- 4.4. Competencia en calidad.
Supermercados El Corte Inglés vs. Carrefour: competencia en calidad del servicio frente a competencia en precios.

Bibliografía Básica

- Besanko, D.; Dranove, D. y Shanley, M. (2000) Economics of Strategy. Capítulo 9
- Cabral, L. (1997): Economía Industrial, Capítulo 7.
- Ventura Victoria, J. (1994) Análisis competitivo de la empresa: un enfoque estratégico. Madrid: Civitas. Capítulo 3.

Bibliografía Complementaria

- Ghemawat, P. (1999) Strategy and the Business Landscape. Addison-Wesley. Capítulo 4.
- Oster, S. (1994) Modern Competitive Analysis. Oxford University Press. Capítulo 15.

TEMA 5. DECISIONES DE ENTRADA Y SALIDA

- 5.1. Conceptos básicos: barreras a la entrada y barreras a la salida
 - Barreras de entrada en la aviación comercial
 - La industria: de la cerveza: Japón y el Reino Unido
- 5.2. Estrategias de disuasión a la entrada: precios límite; precios predatorios; exceso de capacidad, proliferación de marcas.
 - Precios predatorios: las guerras del café
 - Exceso de capacidad: Dupont en el mercado de las pinturas plásticas
 - Proliferación de productos: El mercado de cereales para el desayuno (USA) y los derivados lácteos (España)
 - Precios límites: Xerox
- 5.3. Estrategias que promueven la salida: guerras de desgaste Standard Oil

Bibliografía Básica

- Besanko, D.; Dranove, D. y Shanley, M. (2000): Economics of Strategy. Capítulo 10
- Cabral, L. (1997): Economía Industrial, Capítulo 5.
- Ventura Victoria, J. (1994) Análisis competitivo de la empresa: un enfoque estratégico. Madrid: Civitas. Capítulo 2.

Bibliografía Complementaria

- Oster, S. (1994) Modern Competitive Analysis. Oxford University Press. Capítulo 4.
- Tirole, J. (1990) Teoría de la Organización Industrial . Barcelona: Ariel. Capítulo 8.

TEMA 6. INNOVACIÓN Y EVOLUCIÓN

6.1 Schumpeter y el proceso de destrucción creativa

6.2 El incentivo a innovar

El efecto de los costes irre recuperables en el proceso de adopción de innovaciones en la industria del acero.

6.3 Competencia en innovación

Carreras de patentes: la industria farmacéutica

6.4 Economía evolutiva y capacidades dinámicas

6.5 Ventaja competitiva y evolución del sector

6.6 La innovación estratégica

Bibliografía Básica

Besanko, D., Dranove, D., Shanley, M. (2000): Economics of Strategy.

Capítulo 14

Cabral, L. (1997): Economía Industrial, Capitulo 9.

Grant, R.H. (1995): Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones. Capítulo 9.

Bibliografía Complementaria

Markides, C. (199) "La innovación estratégica" Harvard Deusto Business Review 81 pp 28-40