

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA**

Código: 35922
Nombre: Economía Industrial Aplicada
Ciclo: Grado
Créditos ECTS: 6
Curso académico: 2026-27

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1314 - Grado en Negocios Internacionales /International Business	Facultat d'Economia	4	Segundo cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1314 - Grado en Negocios Internacionales /International Business	Economía Industrial	OPTATIVA

COORDINACIÓN

LUCENA PIMENTEL ABEL ERNESTO

RESUMEN

El objetivo de esta asignatura es el análisis de la organización interna de la empresa y su comportamiento en mercados de competencia imperfecta. Del mismo modo, se persigue proporcionar a los estudiantes las herramientas necesarias para comprender y analizar los determinantes de la estructura competitiva de las industrias. Usando como marco de referencia métodos de Economía Industrial Aplicada se seguirá un procedimiento en tres etapas: i) identificación del problema relevante, ii) búsqueda del modelo teórico relevante, y, iii) aplicación empírica del modelo teórico.

Esta asignatura es un elemento básico para una mejor comprensión de la actividad de las empresas en la mayor parte de los sectores productivos. Adicionalmente, la fuerte interrelación existente entre los modelos teóricos explicados y la realidad estimulan la reflexión sobre cuales son los determinantes que en la práctica guían el comportamiento de las empresas.

El programa se organiza en seis temas. El primer tema presenta conceptos básicos de Economía Industrial y de Teoría de Juegos que serán usados en temas posteriores. El segundo tema se centra en el análisis de los modelos de oligopolio e interacciones estratégicas entre las empresas haciendo uso de modo intensivo de herramientas de Teoría de Juegos. El tercer tema analiza el *trade-off* entre compromiso estratégico y flexibilidad. El cuarto tema se dedica al estudio de la dinámica de la rivalidad de precios. En este tema se



presta especial atención tanto a la existencia de posibles mecanismos de cooperación, como a la posibilidad de que las empresas compitan en dimensiones distintas al precio tales como la calidad. El tema 5 analiza los efectos de la entrada y salida de empresas de una industria. Finalmente, el tema 6 se dedica a el análisis de las estrategias de innovación de la empresa.

Cada uno de los temas se organiza del siguiente modo. En primer lugar, se discute la relevancia económica del problema objeto de análisis y brevemente se presentan los modelos teóricos más relevante. A continuación se dedica la mayor parte del tiempo asignado al tema al análisis de las aplicaciones empíricas de estos modelos y casos de estudio relacionados.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

Conocimientos básicos de matemáticas y microeconomía. Conocimiento de inglés.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1314 - Grado en Negocios Internacionales /International Business

Comprender los conceptos esenciales del análisis económico aplicables al funcionamiento de empresas e instituciones en el contexto internacional.

Conocimiento de las fórmulas de competencia no basadas en los precios.

Conocimiento de los mercados de competencia imperfecta y de las relaciones estratégicas entre empresas.

Conocimiento del paradigma estructura-conducta-resultados.

Desarrollar la capacidad de evaluación y de análisis crítico de fenómenos y agentes económicos internacionales.

Entender el comportamiento de los agentes económicos y su interacción en los mercados globales.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Conceptos económicos para el análisis de la conducta estratégica. Los límites de la empresa.



Este primer tema presenta algunos conceptos básicos de Economía Industrial y de Teoría de Juegos que serán usados en temas posteriores. El tema se organiza del siguiente modo:

1.1. ¿Qué es una empresa?

1.2. Conceptos previos: los costes de la empresa

1.3. Los límites horizontales de la empresa

1.4. Los límites verticales de la empresa

Bibliografía básica:

- Dranove, D.S. Besanko, D., Shanley, M. & Schaefer, M. (2017): Economics of Strategy, 7th Edition, John Wiley and Sons. Capítulos 2, 3 y 4.

Bibliografía complementaria:

- Baye, M and Prince, J. (2022). Managerial economics and business strategy. McGraw Hill. Capítol 5 and 6

- Cabral, L (2017): Introduction to Industrial Organization, 2nd Edition, M.I.T.Press. Capítulo 3.

- Chruch, J, Ware, R (2000). Industrial Organization. An strategic approaches. McGraw Hill. Capítulo 3.

2. Análisis estratégico de la industria y los mercados. Análisis de los patrones de competencia.

El segundo tema se centra en el análisis de los modelos de oligopolio e interacciones estratégicas entre las empresas haciendo uso de modo intensivo de herramientas de Teoría de Juegos. Se organiza del siguiente modo:

2.1. Competidores y mercado relevante

2.2. Estructura de mercado y competencia

2.3. Análisis estratégico de la industria

Bibliografía básica:



-Besanko, D., Dranove, D., Shanley, M. y Schaefer, S. (2017), Economics of Strategy, Seventh Edition, John Wiley and Sons, Capítulos 5 & 8.

-Baye, M., Prince, J. (2022). Managerial economics and business strategy. 3rd ed. McGraw Hill, Capítulos 1,7, 8 & 9:

Bibliografía complementaria:

- Porter, M. (1980) Competitive Strategy. New York, The Free Press. Capítulo 1.

- Cabral, L (2017): Introduction to Industrial Organization, 2nd Edition, M.I.T.Press.

3. Compromiso estratégico y flexibilidad

El tercer tema analiza el trade-off entre compromiso estratégico y flexibilidad. Se organiza del siguiente modo:

3.1. Introducción

3.2. Compromiso estratégico

3.3. Compromiso estratégico y competencia.

3.4. El valor de la flexibilidad

Bibliografía básica:

-Besanko, D., Dranove, D., Shanley, M. y Schaefer, S. (2017), Economics of Strategy, Seventh Edition, John Wiley and Sons, Capítulo 7.

-Fudenberg, D., & Tirole, J. (1984). The fat-cat effect, the puppy-dog ploy, and the lean and hungry look. The American Economic Review, 74(2), 361-366

Bibliografía complementaria:

-Cabral, L. (2017) Introduction to Industrial Organization, 2nd Edition, MIT Press, Chapter 9

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



4. La dinámica de la rivalidad de precios

El cuarto tema se dedica al estudio de la dinámica de la rivalidad de precios. En este tema se presta especial atención tanto a la existencia de posibles mecanismos de cooperación, como a la posibilidad de que las empresas compitan en dimensiones distintas al precio tales como la calidad. El tema se organiza del siguiente modo:

4.1. La dinámica de la rivalidad de precios

4.2. Obstáculos a la cooperación

4.3. Prácticas que facilitan la cooperación

Bibliografía básica:

- Dranove, D.S. Besanko, D., Shanley, M. & Schaefer, M. (2017): Economics of Strategy, 7th Edition, John Wiley and Sons. Capítulo 7.

Bibliografía complementaria:

- Cabral, L. (2017): Introduction to Industrial Organization, 2nd Edition, MIT Press. Capítulo 9

5. Análisis de las decisiones de entrada y salida

Este tema analiza las decisiones de entrada y salida de empresas de una industria. Se organiza del siguiente modo:

5.1. Algunos hechos y definiciones

5.2. Barreras de entrada y salida: tipos

5.3. Barreras de entrada estructurales

5.4. Barreras de entrada estratégicas

Bibliografía básica:



- Dranove, D.S. Besanko, D., Shanley, M. & Schaefer, M. (2017): Economics of Strategy, 7th Edition, John Wiley and Sons. Capítulo 7.

Bibliografía complementaria:

- Cabral, L. (2017) Introduction to Industrial Organization, 2nd Edition, MIT Press, Capítulo 12

- Geroski, P., Jacquemin, A. (2001). Barriers to entry and strategic competition. Routledge

6. Ventaja competitiva: creación y sostenibilidad

Finalmente, el tema 6 se dedica a analizar cómo las empresas crean valor y el rol de la innovación para crear y mantener una ventaja competitiva. El tema se organiza del siguiente modo:

6.1. Ventaja competitiva y creación de valor

6.2. Posicionamiento estratégico

6.3. ¿Cómo mantener la ventaja competitiva en el tiempo?

6.4. La innovación como fuente de ventaja competitiva

Bibliografía básica:

- Dranove, D.S. Besanko, D., Shanley, M. & Schaefer, M. (2017): Economics of Strategy, 7th Edition, John Wiley and Sons. Capítulo 11.

Bibliografía complementaria:

- Cabral, L. (2017): Introduction to Industrial Organization, 2nd Edition, MIT Press. Capítulo 15.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	30,00



Prácticas en aula	30,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Estudio y trabajo autónomo	60,00
Preparación de actividades de evaluación	15,00
Resolución de casos prácticos	15,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

Lección magistral participativa, para presentar en el Aula los contenidos teóricos esenciales. Clases prácticas, relativas a la resolución de problemas, estudios de casos..., con aplicación de técnicas de presentación orales, debates, individualmente y/o en equipo.

Trabajo autónomo supervisado y basado en la lectura y valoración de casos de estudio, realización de ejercicios y/o proyectos individualmente y/o en equipo.

Estudio independiente del alumno y realización de pruebas escritos y/o orales.

EVALUACIÓN

La materia se evaluará a partir del siguiente procedimiento:

El **examen escrito**, cuyas preguntas tendrán un carácter teórico-práctico, computará un 70% de la nota final. La **evaluación continua** del/la alumno/a, basada en la participación e implicación del mismo en el proceso de enseñanza-aprendizaje, consistirá en la presentación pública y debate de casos de estudio en clase. La evaluación continua se valorará en un 30% de la nota final. Las actividades de evaluación continua se consideran no recuperables dado que bien son actividades realizadas y evaluadas en el aula (presentaciones, participación), o únicamente requieren que los alumnos las suban a aula virtual (respuestas a preguntas seleccionadas relacionadas con los casos de estudio).

PARA APROBAR LA ASIGNATURA SERA NECESARIO OBTENER UNA NOTA MINIMA DE 5 EN EL EXAMEN.

BIBLIOGRAFÍA



- Dranove, D.S. Besanko, D., Shanley, M. & Schaefer, M. (2017): Economics of Strategy, 7th Edition, John Wiley and Sons
- Fudenberg, D., & Tirole, J. (1984). The fat-cat effect, the puppy-dog ploy, and the lean and hungry look. The American Economic Review, 74(2), 361-366
- Church, J., Ware, R. (2000): Industrial Organization. An Strategic Approach, McGraw Hill.
- Porter, M. (1980): Competitive Strategy, Free Press.
- Baye, M., Prince, J. (2022). Managerial economics and business strategy. 3rd ed. McGraw Hill
- Geroski, P., Jacquemin, A. (2001). Barriers to entry and strategic competition. Routledge
- Ghemawat, P. y Del Sol, P. (1999) ¿Compromiso o flexibilidad?, Harvard Deusto Business Review, 94, pp. 14-26
- Cabral, L. (2017): Introduction to Industrial Organization, 2nd Edition, MIT Press