



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 36514
Nombre: Decisión Estratégica en Mercados
Ciclo: Grado
Créditos ECTS: 6
Curso académico: 2025-26

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA	Facultat d'Economia	3	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA	Decisión Estratégica en Mercados	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

CALABUIG ALCANTARA VICENTE

RESUMEN

La asignatura Decisión Estratégica en Mercados es una asignatura obligatoria que se imparte en el primer semestre de tercer curso. En la asignatura *Decisión Estratégica en los mercados* se analiza el funcionamiento de los mercados y las organizaciones económicas cuando existe información privada de alguna de las partes con respecto a variables relevantes para el resultado final. Por ejemplo, la calidad del producto, la productividad de un factor productivo, los costes de producción, las acciones adoptadas por un agente como, por ejemplo, el esfuerzo, etc... Este tipo de situaciones con información asimétrica es la situación más común en los mercados más importantes de las economías modernas como los mercados de trabajo, los mercados de crédito o financieros, los mercados de seguros y los mercados de managers o ejecutivos.

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



Se espera del estudiante una actitud responsable y activa respecto al estudio de esta materia. Esto significa un esfuerzo en razonar y comprender los conceptos básicos más que en memorizar, intentar resolver por sí mismo ejercicios y casos adicionales y una participación activa en las clases.

Estimo un mínimo de dos horas semanales de estudio personal.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

Capacidad de análisis y síntesis

Capacidad de aprendizaje autónomo.

Capacidad para aplicar métodos analíticos y matemáticos para el análisis de los problemas económicos y empresariales.

Capacidad para definir, resolver y exponer de forma sistémica problemas complejos.

Capacidad para resolver problemas, y para comunicar y transmitir conocimientos, habilidades y destrezas, comprendiendo la responsabilidad ética, igualitaria y profesional de la actividad de la Inteligencia y Analítica de Negocios.

Capacidad para trabajar en equipo, con el compromiso por la calidad, la ética, la igualdad entre personas y la responsabilidad social.

Comprender las claves de funcionamiento del mercado y los efectos de sus diferentes estructuras mediante estudios basados en la recogida y análisis de datos.

Conocer los principios del análisis económico y su aplicación al diagnóstico y resolución de problemas basados en el análisis de datos.

Conocimiento de materias básicas que capacite para el aprendizaje de nuevos métodos y tecnologías, y que le dote de versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones en los ámbitos académico y profesional.

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Realizar diagnósticos estratégicos en entornos complejos e inciertos, utilizando las metodologías adecuadas.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Tema 1. Introducción



- 1.1 Mercados completos y competitivos: eficiencia.
- 1.2 Los efectos de la información asimétrica en los mercados: costes de agencia y contratos incompletos.
- 1.3 Acción oculta (problema de riesgo moral) e información oculta (problema de selección adversa).
- 1.4 La relación Principal y Agente: contratos y el reparto óptimo de riesgos.

Tema 2. Incentivos y riesgo moral

- 2.1 Acción oculta o no contractable: conflicto entre incentivos y reparto de riesgo.
- 2.2 Los efectos de la responsabilidad limitada, las sanciones y la supervisión.
- 2.3 Resultado no contractable y contratos renovables: rentas económicas y salarios de eficiencia.
- 2.4 Extensiones: múltiples tareas, varios principales, competencia entre agentes.
- 2.5 Efectos del riesgo moral en los mercados competitivos de crédito y trabajo: desempleo y racionamiento de demanda. Cómo reducir el riesgo moral.

Tema 3. Información privada y selección adversa

- 3.1 El problema de la selección adversa en los mercados competitivos.
- 3.2 Señales en los mercados. Aplicaciones al mercado de trabajo y los mercados financieros.
- 3.3 La relación Principal y Agente bajo información asimétrica: contratos y cribado ("screening").
- 3.4 Los efectos sobre la eficiencia y la equidad de la información privada en los mercados competitivos. Políticas y regulación.

Tema 4. Normas sociales e incentivos materiales

- 4.1 Motivación intrínseca y extrínseca: el efecto expulsión.
- 4.2 La interacción entre normas sociales e incentivos en los mercados.
- 4.3 Equipos y preferencias sociales en mercados competitivos.

**Tema 5. Contratos incompletos e inversión específica**

- 5.1 El problema del oportunismo postcontractual ("hold up").
- 5.2 Contratos incompletos y distribución de derechos de propiedad.
- 5.3 La reputación y el "hold up": cómo distribuir la autoridad en una relación económica.

Tema 6. Subastas

- 6.1. Subastas de sobre cerrado (de primer y de segundo precio).
- 6.2 Subastas ascendentes y descendentes. Teorema de equivalencia en ingresos.
- 6.3 Subastas de valor común y la "maldición del ganador".

Tema 7. Economía digital y mercados de plataformas

- 7.1 Plataformas de dos lados: diferencias con el mercado clásico.
- 7.2 Innovación, información, externalidades de red y rendimientos de escala: "winner takes all" (monopolio natural). Regulación y competencia.
- 7.3 Datos y empleo en la economía de las plataformas.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)**ACTIVIDADES PRESENCIALES**

Actividad	Horas
Teoría	30,00
Aula informática	30,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	20,00
Estudio y trabajo autónomo	50,00
Preparación de clases	0,00
Preparación de actividades de evaluación	20,00



Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

El énfasis se pondrá en conceptos, resultados y relaciones entre estos. La teoría se presentará a través de casos y aplicaciones económicas relevantes y no de forma abstracta.

Se espera del estudiante una actitud responsable y activa respecto al estudio de esta materia. Esto significa un esfuerzo en razonar y comprender los conceptos básicos más que en memorizar, intentar resolver por sí mismo ejercicios y casos adicionales y una participación activa en las clases.

Estimo un mínimo de dos horas semanales de estudio personal.

estudio personal.

EVALUACIÓN

La asignatura *Decisión Estratégica en los mercados* se evaluará a partir de la consideración de los siguientes aspectos:

Un examen escrito que corresponde al 60 % de la nota final.

Un 30% de la nota corresponderá a la realización de tres pruebas a partir de tres colecciones de problemas, casos y ejercicios (Prácticas I, II y III).

El 10% restante se asignará atendiendo a la asistencia a las clases, a la participación activa en el aula y otras actividades y a un trabajo de comentario de lectura por grupos.

Para superar la asignatura la calificación mínima en el cómputo global ha de ser de 5 puntos sobre 10. La calificación obtenida en los aspectos segundo y tercero previamente citados, sólo se computará si el estudiante obtiene un mínimo de 2 puntos sobre los 5 puntos del examen escrito.

En caso de no realizar las tareas de evaluación continua, el estudiante sólo podrá obtener los puntos de la prueba final (5 como máximo), y necesitaría obtener un 3,5 sobre 5 en dicho examen para aprobar la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA

Material bibliográfico: El material básico se brindará a través de Apuntes y diapositivas sobre los diferentes temas a través del Aula Virtual durante todo el semestre.

Bibliografía adicional: Macho, I. y Pérez Castrillo, D., *Introducción a la Economía de la Información*, Ariel, 2005. También hay una versión en inglés.

Mas-Colell, A., Whinston, M.D. y Green, J.R., *Microeconomic Theory*, Oxford: O.U.P., 1995. Capítulos 13 y 14.

Bowles, S., *Microeconomics. Behavior, Institutions and Evolution*, Princeton University Press, 2004. Capítulos 7, 8 y 9.

Kreps, D., *Microeconomics for Managers*, Princeton, 2019. Capítulos 20 y 21.



A lo largo del curso se proporcionarán referencias específicas para cada tema.