



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA

SÍLABO DEL CURSO DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

I. DATOS GENERALES

1.1.	Asignatura:	ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL		
1.2.	Código:	312		
1.3.	Requisito:	202, 206		
1.4.	Créditos:	03		
1.5.	Ciclo:	Sexto		
1.6.	Tipo de asignatura:	Obligatorio		
1.7.	Duración:	16 semanas		
1.8.	N° de horas de clase:	HT: 02	HP: 02	TH: 04
1.9.	Semestre Académico:	2022 B		
1.10.	Profesor(a):	Mg. Econ. Rodriguez Cabrera Josué Daniel (Coordinador)		

II. SUMILLA

La asignatura corresponde al área de Teoría Microeconómica y es de carácter teórico-práctico. Se propone capacitar al discente en técnicas e instrumentos de análisis de mercado y su relación con las empresas que compiten en el mismo en el marco del enfoque constructivista-conectivista, en transición a la formación profesional por competencias, desarrollando actividades de investigación y con responsabilidad social. Los contenidos se desarrollarán en dos unidades temáticas: UNIDAD I.- Teoría de la Empresa. UNIDAD II.- Ejercicio de poder monopólico. UNIDAD III.- Interacción estratégica.

III. COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

a) Competencia General:

La acción a ejecutar en el curso es comprender el estudio de mercados y la forma en que las empresas interactúan en dichos mercados bajo el comportamiento maximizador de beneficios.

Se busca generar conocimiento en cuanto a estudio de mercados y la mejor respuesta que tienen las empresas involucradas frente a las diferentes clases de mercados en base a la competencia del mismo.

El contexto del curso repercute en la recepción de la teoría y la posterior aplicación en la práctica y en el conllevar del día a día.

b) Competencias de la Asignatura:

1. Comprende la importancia de las empresas y su comportamiento maximizador de beneficios analizando sus características internas en función a la eficiencia referente a sus costos de producción.
2. Analiza los mercados y sus principales características, identificando las características necesarias para hacer uso del poder monopolístico. Dentro del análisis se pone énfasis en los mercados monopolísticos.
3. Analiza la interacción estratégica de los mercados oligopólicos haciendo uso de sus conocimientos microeconómicos de los mismos y sus conocimientos en teoría de juegos.
4. Utiliza las técnicas investigativas en el desarrollo del temario propuesto.

COMPETENCIAS, CAPACIDADES Y ACTITUDES

COMPETENCIAS	CAPACIDADES	ACTITUDES
Comprende la importancia de las empresas y su comportamiento maximizador de beneficios analizando sus características internas en función a la eficiencia referente a sus costos de producción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica las eficiencias tecnológicas de las empresas en función a sus costos. 2. Aplica conocimientos sobre eficiencia en cuanto a costos, manifestados mediante economías de escala, alcance y costos de transacción. 	Utiliza lo aprendido respecto a la teoría de la empresa para identificar los procesos productivos más eficientes.
Analiza los mercados y sus principales características, identificando las características necesarias para hacer uso del poder monopolístico. Dentro del análisis se pone énfasis en los mercados monopolísticos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza los mercados monopolísticos y el uso del poder monopolístico en la búsqueda de la maximización del beneficio. 2. Utiliza los conocimientos microeconómicos para el análisis de los mercados monopolísticos y sus diferentes técnicas para controlar el precio de mercado. 	Determina el poder monopolístico de las empresas monopolísticas y su impacto en los consumidores. Asimismo determina los diferentes tipos de discriminación de precios de los monopolistas.

<p>Analiza la interacción estratégica de los mercados oligopólicos haciendo uso de sus conocimientos microeconómicos de los mismos y sus conocimientos en teoría de juegos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza los mercados oligopólicos y la distribución del poder monopolístico entre las empresas interrelacionadas en dichos mercados. 2. Analiza la concentración de la industria y su importancia en la competencia oligopólica. 3. Hace uso de la teoría de juegos y su relación con la interdependencia estratégica. 	<p>Determina el grado de poder de mercado de las empresas oligopólicas y las relaciona con la evidencia empírica, analizando la interacción estratégica y maximizando los beneficios de dichas empresas.</p>
--	---	--

IV. PROGRAMACIÓN POR UNIDADES DE APRENDIZAJE

<p>Unidad N° 1: Organización Industrial y la Teoría de la Empresa</p>				
<p>Duración: 4 semanas</p>				
<p>Fecha de inicio: 22/08/22</p>			<p>Fecha de término: 16/09/22</p>	
<p>Capacidad de la unidad: (Aquí transfiere del cuadro anterior. Escribirla aquí)</p>	<p>Capacidad de enseñanza – aprendizaje (C-E)</p>		<p>1. Identifica las eficiencias tecnológicas de las empresas en función a sus costos.</p>	
	<p>Capacidad de investigación informativa (C-I - F)</p>		<p>2. Aplica conocimientos sobre eficiencia en cuanto a costos, manifestados mediante economías de escala, alcance y costos de transacción.</p>	
<p align="center">PROGRAMACION DE CONTENIDOS</p>				
<p>SEMA NA</p>	<p>CONTENIDO CONCEPTUAL</p>	<p>CONTENIDO PROCEDIMENTAL</p>	<p>CONTENIDO ACTITUDINAL</p>	<p>INDICADORES</p>

1	<p>Tema: Introducción a la Organización Industrial</p> <p>1.1 Definición y campo de estudio de la organización industrial.</p> <p>1.2 Importancia de la organización industrial</p>	A partir del material proporcionado analiza el campo de estudios de la organización industrial	Valora la utilidad del concepto y campo de la organización industrial.	Reconoce el concepto de la organización industrial.
2	<p>Tema: Teoría de la Empresa</p> <p>1.1 Concepto de empresa.</p> <p>1.2 Economías de escala y alcance</p>	A partir del material proporcionado conoce el concepto de empresa, economías de escala y alcance	Valora la utilidad de la empresa y los tipos de economías de escala y alcance	Identifica las economías de escala y alcance
3	<p>Tema: Costos de transacción</p>	A partir del material proporcionado conoce y analiza los costos de transacción ex ante y ex post.	Utiliza los costos ex ante y ex post para explicar las negociaciones entre empresas.	Identifica los costos ex ante y ex post.
	<p>1.1 Costos de transacción ex ante.</p> <p>1.2 Costos de transacción ex post.</p>			
4	<p>Tema: Modelo Principal-Agente</p> <p>1.3 Análisis del modelo de agencia.</p> <p>1.4 Desarrollo del modelo de agencia</p>	A partir del material proporcionado analiza el modelo de agencia y desarrolla dicho modelo aplicándolo a la realidad	Utiliza el modelo de agencia para explicar los contratos realizados en las empresas.	Utiliza el modelo de agencia para realizar contratos

Unidad N° 2: Ejercicio del poder de monopolio

Duración: 3 semanas

Fecha de inicio: 19/07/22

Fecha de término: 07/10/22

Capacidad de la unidad: (Aquí transfiere del cuadro anterior. Escribirla aquí)	Capacidad enseñanza – aprendizaje (C-E)	de	1. Analiza los mercados monopólicos y el uso del poder monopolístico en la búsqueda de la maximización del beneficio	
	Capacidad investigación informativa (C-I - F)	de	2. Utiliza los conocimientos microeconómicos para el análisis de los mercados monopólicos y sus diferentes técnicas para controlar el precio de mercado.	
PROGRAMACION DE CONTENIDOS				
SEMANA	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL	CONTENIDO ACTITUDINAL	INDICADORES
5	Tema: Monopolio 1.1 Introducción. 1.2 Comportamiento maximizador de beneficios.	A partir del material proporcionado conoce el monopolio y los tipos del mismo y su condición de maximización de beneficios.	Valora la utilidad de los monopolistas.	Reconoce el concepto y la importancia de los monopolios.
6	Tema: Selección de productos, calidad y publicidad	A partir del material proporcionado conoce la selección de productos y establece la el valor de	Utiliza la selección de productos, la calidad, información y la publicidad para	Reconoce la importancia de la selección de productos, calidad,
	1.1 Selección de productos. 1.2 Calidad e información. 1.3 Publicidad	la calidad, información y la publicidad.	la interacción en los mercados.	información y publicidad.
7	Tema: Discriminación de precios 1.1 Discriminación de primer grado. 1.2 Discriminación de segundo grado. 1.3 Discriminación de tercer grado.	A partir del material proporcionado analiza los tipos de discriminación de precios del monopolista.	Utiliza la teoría para identificar los tipos de discriminación entre los monopolistas.	Analiza los tipos de discriminación y los identifica sin problemas.

8	EXAMEN PARCIAL			
---	-----------------------	--	--	--

Unidad N° 3: Interacción Estratégica con productos homogéneos				
Duración: 4 semanas				
Fecha de inicio: 17/10/22			Fecha de término: 11/11/22	
Capacidad de la unidad: (Aquí transfiere del cuadro anterior. Escribirla aquí)		Capacidad de enseñanza – aprendizaje (C-E)	1. Analiza los mercados oligopólicos y la distribución del poder monopolístico entre las empresas interrelacionadas en dichos mercados.	
		Capacidad de investigación informativa (C-I - F)	2. Analiza la concentración de la industria y su importancia en la competencia oligopólica.	
			3. Hace uso de la teoría de juegos y su relación con la interdependencia estratégica.	
PROGRAMACION DE CONTENIDOS				
SEMANA	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL	CONTENIDO ACTITUDINAL	INDICADORES

9	Tema: Introducción a los mercados oligopólicos: 1.1 Modelos con productos homogéneos. 1.2 Modelos con productos diferenciados.	A partir del material proporcionado analiza los modelos básicos de bienes homogéneos y los modelos de bienes diferenciados	Utiliza la teoría para analizar los modelos oligopólicos.	Analiza e identifica los modelos oligopólicos de bienes homogéneos y diferenciados.
---	---	--	---	---

10	<p>Tema: Competencia en precios a corto plazo</p> <p>1.1 La paradoja de Bertrand. 1.2 Rendimientos decrecientes de escala. 1.3 Modelo de Cournot</p>	A partir del material proporcionado analiza la paradoja de Bertrand y el modelo de Cournot.	Utiliza la teoría para analizar los modelos oligopólicos.	Analiza e identifica las competencias de precios a corto plazo.
11	<p>Tema: Competencia dinámica de precios y colusión tácita</p> <p>1.1 Enfoque convencional 1.2 Competencia dinámica de precios. 1.3 Superjuegos.</p>	A partir del material proporcionado analiza el enfoque convencional, la competencia dinámica de precios y los superjuegos.	Utiliza la teoría para analizar el enfoque convencional, la competencia dinámica y los superjuegos.	Analiza e identifica la competencia dinámica de precios y colusión tácita.
12	<p>Tema: Diferenciación de productos</p> <p>1.1 Competencia espacial. 1.2 Competencia monopolística. 1.3 Publicidad y diferenciación de productos.</p>	A partir del material proporcionado analiza el modelo de Harold Hotelling, la competencia monopolística, la publicidad y la diferenciación de productos.	Utiliza la teoría para analizar la diferenciación de productos.	Explica la importancia de la diferenciación de productos y los relaciona con la evidencia empírica.

Unidad N° 4: Interacción Estratégica con productos diferenciados

Duración: 4 semanas

Fecha de inicio: 14/11/22

Fecha de término: 09/12/22

Capacidad de la unidad: (Aquí transfiere del cuadro anterior. Escribirla aquí)	Capacidad de enseñanza – aprendizaje (C-E)	1. Analiza los mercados oligopólicos y la distribución del poder monopolístico entre las empresas interrelacionadas en dichos mercados bajo productos diferenciados. 2. Analiza la concentración de la industria y su importancia en la competencia oligopólica con productos diferenciados.
	Capacidad de investigación informativa (C-I - F)	3. Hace uso de los modelos bajo productos diferenciados y su relación con la interdependencia estratégica.

PROGRAMACION DE CONTENIDOS

SEMANA	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL	CONTENIDO ACTITUDINAL	INDICADORES
13	Tema: Introducción al análisis de competencia oligopólica bajo productos diferenciados. 1.1 Modelos bajo productos homogéneos. 1.2 Modelos bajo productos diferenciados.	A partir del material proporcionado analiza la diferencia entre los modelos de oligopolio con productos homogéneos y los modelos con productos diferenciados.	Utiliza la teoría para analizar los productos diferenciados bajo los modelos de oligopolio.	Analiza la importancia de la competencia oligopólica bajo productos diferenciados.
14	Tema: Modelo de ciudad lineal. 1.1 Modelo básico de Hotelling. 1.2 Modelo modificado de Hotelling.	A partir del material proporcionado analiza la el modelo de ciudad lineal y lo relaciona con la competencia empresarial en el mundo real.	Utiliza la teoría para analizar los productos diferenciados bajo el modelo de ciudad lineal.	Analiza la importancia del modelo de ciudad lineal.

15	Tema: Modelo de ciudad circular. Modelo básico de Salop.	A partir del material proporcionado analiza la el modelo de ciudad circular y lo relaciona con la competencia empresarial en el mundo real.	Utiliza la teoría para analizar los productos diferenciados bajo el modelo de ciudad circular.	Analiza la importancia del modelo de ciudad circular.
16	EXAMEN FINAL			

V. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- Exposición y diálogo compartido.
- Lectura y análisis de textos literarios y no literarios.
- Trabajos individuales y grupales en talleres de interaprendizaje.
- Asesoría personal y grupal en función de los trabajos requeridos.
- Producción y comprensión de textos comunicativos reales de temas relacionados con su carrera.

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

Los materiales y recursos didácticos que se utilizan en el desarrollo de la asignatura son:

MEDIOS INFORMÁTICOS	MATERIALES EDUCATIVOS	MATERIALES DIGITALES
a. Computadora b. Retroproyector c. Multimedia d. Internet e. Correo electrónico	a. Libros de consulta b. Separatas c. Documentos de trabajo. d. Artículos científicos	a. Texto digital b. Imágenes c. Tutoriales d. Página web e. Diapositivas

VII. EVALUACIÓN

ASPECTOS	CRITERIOS	INSTRUMENTOS
CONCEPTUAL	Asimila y apropia definiciones, conceptos, símbolos, etc. para analizar los mercados y la interacción de las empresas en dichos mercados.	1. Prácticas calificadas 2. Dictados 3. Rúbrica

PROCEDIMENTALES	Sabe cómo identificar los mercados y cómo maximizar beneficios de las empresas en cada mercado.	1. Práctica calificada 2. Lista de cotejo
ACTITUDINALES	Valora la información respectiva de cada mercado para utilizar la teoría y la evidencia empírica en la utilización de la organización industrial.	1. Lista de cotejo 2. Guía de observación

Promedio de Nota Final

EVALUACIONES		PESOS Y COEFICIENTES
EXAMEN PARCIAL	EP	25%
EXAMEN FINAL	EF	25%
PRÁCTICAS	T1	20%
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	L1	20%
EVALUACIÓN ACTITUDINAL	EA	10%

VIII. BIBLIOGRAFÍA (según Normas APA)

- “Organización Industrial” – Fernández Baca, Jorge
- “La Teoría de la Organización Industrial” – Jean Tirole
- “Organización Industrial – teoría y aplicaciones al caso mexicano” - Flor Brown Grossman y Lilia Domínguez Villalobos
- “Apuntes de organización industrial) – German Coloma
- “Organización industrial para la estrategia empresarial” – Jorge Tarzijan M. y Ricardo Paredes M.
- “Microeconomic Theory” – Andreu Mas-Colell, Michael D. Whinston y Jerry R. Green.

Fichas bibliográficas en Word								X						
Indicaciones para estructura del trabajo								X						
Revisión de fichas									X	X				
Corrección en la redacción de fichas y avance de trabajo											X	X		
Presentación final del portafolio y trabajo encargado														X

Bellavista, 21 de agosto de 2022