



UNIVERSIDAD ALBERTO HURTADO

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL (CONTINUIDADA DE ESTUDIOS)

Nombre de la actividad curricular:	Organización Industrial		
Código:	5682		
Créditos:	10		
Carácter:	Obligatoria		
Prerrequisitos:	Microeconomía II		
Tipo:	Curso		
Horas cronológicas de dedicación	Docencia directa	Trabajo autónomo:	
	Clase: 2 módulo/s	5.5 hrs	
	Ayudantía: 1 módulo/s		

I. DESCRIPCIÓN

La actividad curricular se ubica en el ciclo de profundización y pertenece al área de formación de profundización disciplinar. Durante el curso se estudia el comportamiento de las firmas desde el punto de vista estratégico y de políticas públicas.

El curso contribuye en distintos aspectos de la formación de un Ingeniero Comercial para la mención en Economía o en Administración. El Ingeniero Comercial con mención en Economía aprende sobre diseño de políticas, tanto en el ámbito público como en el privado. El Ingeniero Comercial con mención en Administración aprende cómo definir estrategias y objetivos de la firma teniendo en cuenta el comportamiento estratégico de sus competidores.

Contribución de la Actividad Curricular al Logro del Perfil de Egreso:

- Formación en Administración y Economía: Los egresados serán capaces de entender y aplicar conceptos propios de las áreas de administración y economía.
- Pensamiento reflexivo y crítico: Los egresados serán capaces de buscar información, contrastarla, procesarla y analizarla en función de actualizar permanentemente su compresión de la realidad y comparar argumentos con diferentes conclusiones, evidenciando actitudes y valores éticos.
- Toma de decisiones: Analizar y ponderar información económica y de administración relevante para informar la toma de decisiones organizacionales en la búsqueda de la creación de valor y atendiendo al uso eficiente de los recursos.
- Liderazgo: Los egresados serán capaces de integrar adecuadamente equipos de trabajo y de desplegar estrategias de influencia y coordinación de esfuerzos que apunten al logro de objetivos compartidos.

- Capacidad de Autogestión: Los egresados serán capaces de planificar y dirigir sus esfuerzos de aprendizaje y desempeño de manera autónoma e independiente, poniéndose metas de desarrollo desafiantes y realistas.

III. PROPÓSITOS DE APRENDIZAJE

Al término de esta actividad curricular los estudiantes serán capaces de:

- Analizar, optimizar y evaluar desde una perspectiva ética el comportamiento estratégico de las firmas utilizando técnicas básicas del análisis económico en el campo de la Organización Industrial.

III. CONTENIDOS

1. Introducción y medidas de concentración [1, 3 (PRN); Introducción (T)]
2. Monopolio
 - 2.1. Monopolista clásico [2.1.2, 2.3 (PRN)]
 - 2.2. Monopolista multiproducto
 - 2.3. Monopolista multiplanta
3. Oligopolio
 - 3.1. Teoría de juegos: Equilibrio de Nash [9.1, 9.2, 9.3 (PRN)]
 - 3.2. Bienes homogéneos [9.4, 9.5, 9.6, 10.1, 10.2 (PRN)]
 - 3.3. Bienes diferenciados. [10.3, 10.4 (PRN)]
4. Política de competencia: Carteles y fusiones
 - 4.1. Teoría de juegos: Juegos repetidos [14 (PRN)]
 - 4.2. Colusión [15 (PRN)]
 - 4.3. Fusiones horizontales [16 (PRN)]
5. Compromiso estratégico y Entrada
 - 5.1. Teoría de juegos: Equilibrio Perfecto en el Subjuego [11 (PRN)]
 - 5.2. Entrada [5 (C)]
 - 5.3. Compromiso estratégico [12, 13 (PRN)]
6. Estrategias de precios
 - 6.1. Discriminación de precios [5, 6 (PRN)]
 - 6.2. Empaquetamiento y ventas atadas [8 (PRN)]

IV. METODOLOGÍA

Para el cumplimiento de los propósitos de la actividad curricular se utilizarán las siguientes estrategias de enseñanza:

- Exposiciones del profesor utilizando material de los libros de texto citados en la bibliografía y estudios de casos prácticos elegidos por el profesor.
- Las tareas que los alumnos deben entregar al profesor para ser evaluadas. Las tareas tienen una parte conceptual, cuyo objetivo es afianzar conocimientos teóricos aprendidos, y una parte aplicada, donde se utilizan datos reales para comprender la aplicabilidad práctica de las herramientas estudiadas.
- Una actividad grupal donde los estudiantes participan de un juego de interacción estratégica. En este juego, cada grupo es una firma y debe tomar decisiones estratégicas (diseño del producto, entrada en nuevos mercados, inversión en capacidad productiva y precios) en un ambiente competitivo. Esta actividad será evaluada en función del desempeño económico de la firma y la elaboración de un informe final.

V. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJES

2 exámenes parciales (25% cada uno), examen final (30%), y tareas (20%).

Fechas de exámenes parciales

- *Examen Parcial 1: jueves 23 de octubre de 2025 (Cap 1, 2 y 3)* 25%
- *Examen Parcial 2: jueves 27 de noviembre de 2025 (Cap 4 y 5)* 25%
- *Tareas, Quiz y trabajos:* 20%
 - *5 tareas individuales (se considerará las mejores 4) (10%)*
 - *Nota promedio de los 5 Quiz online (5%)*
 - *Nota por participar en los 5 trabajos grupales en clase (5%)*
- *Examen Final: jueves 11 de diciembre de 2025* 30%
- *Esta actividad curricular SI considera la posibilidad de eximición de examen final: Las condiciones son un promedio mayor a 5.5 y sólo para el 20% superior del curso.*

El uso de celular está prohibido durante el desarrollo de actividades académicas.

VI. RECURSOS PEDAGÓGICOS

- Bibliografía básica
 1. Cabral, Luis. Economía Industrial. McGraw-Hill, 1997. (C)
 2. Pepall, Lynne, Daniel J. Richards, y George Norman. Organización Industrial. 3a. Ed. Thomson, 2007. (PRN)
 3. Tirole, Jean. Teoría de la Organización Industrial. Ariel Economía: Barcelona, 1990. (T)
- Bibliografía Complementaria
 1. Belleflamme, Paul, and Martin Peitz. Industrial Organization: Markets and Strategies. Cambridge University Press, 2010.
 2. Cabral, Luis. Introduction to Industrial Organization, Second Edition, MIT Press, 2017.