



Universidad Autónoma del Estado de México

Licenciatura en Negocios Internacionales

Programa de estudio de la Unidad de Aprendizaje:

Economía industrial



I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte Unidad Académica Profesional Cuautitlán Izcalli

Licenciatura Negocios Internacionales

Unidad de aprendizaje Economía Industrial Clave L43502

Carga académica: Horas teóricas 4, Horas prácticas 2, Total de horas 6, Créditos 10

Período escolar en que se ubica: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Seriación: Ninguna UA Antecedente, Ninguna UA Consecuente

Tipo de UA: Curso, Seminario, Laboratorio, Otro tipo (especificar); Curso taller, Taller, Práctica profesional

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido, Escolarizada. Sistema flexible, No escolarizada. Sistema abierto, No escolarizada. Sistema virtual, No escolarizada. Sistema a distancia, Mixta (especificar)

Formación académica común

Actuaría 2004, Derecho Internacional, Logística, Negocios Internacionales

Formación académica equivalente

UA: Actuaría 2004, Derecho Internacional, Logística, Negocios Internacionales

II. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación Básico

Área curricular Economía

Carácter de la UA: Obligatoria, Optativa

Elaboró

M. en A. Jenny Álvarez Botello, M. en A. Gloria Pilloni Flores, M. en C.T.C. Gabriela Gaviño Ortiz, M. en A. Julio Álvarez Botello



III. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Analizar el contexto de los negocios internacionales, los factores determinantes de su práctica y los mercados de oportunidad para invertir.

Fomentar acciones de inversión extranjera directa de negocios nacionales mediante un adecuado estudio de los mercados internacionales.

Promover operaciones de intercambio internacional de bienes y servicios en las organizaciones, procurando la optimización de recursos.

Implementar proyectos de negociaciones internacionales socialmente sostenibles y sustentables en beneficio de las organizaciones.

Guiar los procesos empresariales y diversificar sus opciones de inversión con apoyo de instrumentos financieros.

Orientar estratégicamente negocios internacionales para aprovechar oportunidades que contribuyan al progreso del país y a la organización.

Desarrollar programas de comercialización en ámbitos de los mercados internacionales, incorporando aspectos normativos aduaneros, logísticos, bancarios y financieros.

Facilitar las transacciones internacionales con apoyo de las nuevas tecnologías de comunicación y uso de capacidades lingüísticas e interculturales.

Colaborar en el diseño de estrategias relacionados con la producción, el financiamiento y la comercialización de la empresa con el exterior.

Investigar los principales problemas que enfrenta la gestión internacional de las organizaciones e identificar estrategias apropiadas para la inserción internacional de las mismas.

Objetivos del núcleo de formación:

Promover en el alumno/a el aprendizaje de las bases contextuales, teóricas y filosóficas de sus estudios, la adquisición de una cultura universitaria en las ciencias y las humanidades, y el desarrollo de las capacidades intelectuales indispensables para la preparación y ejercicio profesional, o para diversas situaciones de la vida personal y social.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Comprender, analizar y aplicar conceptos, métodos y variables económicas indispensables en el desenvolvimiento adecuado de los negocios internacionales, así como su importancia en la conducta agregada de la economía, la balanza de pagos, el Estado, la globalización y la integración económica.

Analizar el comportamiento de los consumidores y los productores en las diferentes estructuras de mercado, los procesos de intercambio y la manera en que son afectados por los sucesos económicos mundiales, así como su repercusión en sus utilidades, precio y producción.

Identificar, conocer y analizar las alianzas estratégicas que se suscitan bajo el contexto de la economía industrial, así como los mecanismos operantes de propiedad intelectual e industrial a nivel mundial, los tipos de sociedades, los requisitos legales de apertura y la operación de patentes, marcas y franquicias.

Analizar las implicaciones de la Política Monetaria y Fiscal en las empresas nacionales, además de identificar los recursos económicos, fiscales, geográficos, culturales y sociales que brinden a México ventajas de inversión para empresas de carácter internacional.



IV. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Analizar los modelos de competencia imperfecta y explorar la validez de cada uno de ellos como mecanismo de evaluación del comportamiento de las empresas. Analizar las nuevas formas en que se manifiesta la economía industrial y las estrategias que han adoptado las empresas ante el nuevo contexto de la economía mundial.

V. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.

1. Introducción a la economía industrial

- 1.1 Significado y alcance de la economía industrial
- 1.2 Principales escuelas de pensamiento en economía industrial
- 1.3 Escuelas de Harvard, de Chicago, Austriaca
- 1.4 Modelo de competencia y estructura de los mercados
 - 1.4.1 Concepto de competencia
 - 1.4.2 Análisis económico del empresario
 - 1.4.3 Concepto del mercado

2. Estructura de los mercados

- 2.1 El poder del mercado existe?, consecuencias?
- 2.2 La concentración del mercado
 - 2.2.1 Innovación tecnológica y economías de escala
- 2.3 La economía de escala y el tamaño de las empresas
- 2.4 Barrera de entrada
 - 2.4.1 Barreras de la nueva competencia
 - 2.4.2 Obstáculos estratégicos a la entrada
 - 2.4.3 Medición de salidas y entradas de las empresas

3. Estrategias competitivas

- 3.1 Diferenciación del producto y Publicidad como estrategias
- 3.2 Integración vertical
- 3.3 Diversificación y estrategias cooperativas de mercado
- 3.4 Innovación y progreso técnico
 - 3.4.1 I+D
 - 3.4.2 Progreso técnico y competencia

4. Industria, política económica y comercio

- 4.1. Perspectivas teóricas
- 4.2. Privatización de empresas públicas
- 4.3. Regulación de monopolio natural
- 4.4. Políticas de competencia



VI. Acervo bibliográfico.

1. Clarke, R. (1993), Economía industrial. Colegio de economistas de Madrid. Madrid: Celeste Ediciones.
2. Segarra, A. (2001), Mercados y empresas. Madrid: Civitas.
3. Costa, MT (2001), Teoría de la empresa. Madrid: Civitas.
4. Tarziján J (2001), Organización industrial para la estrategia empresarial. México: Prentice Hall.
5. Cabral, L (1997), Economía Industrial. Madrid: McGraw Hill.
6. Buesa, M (1998), Economía industrial. México: CES.
7. Callejón, M. (2001, Economía Industrial. Caracas: DRES.
8. Shy, O. (1995), Industrial Organization. Theory and application. EU: Cambridge.
9. Ahijado, M. (1998), Lecturas de microeconomía y economía industrial. Madrid: Pirámide.