

PROGRAMA DE ASIGNATURA

Unidad Académica: Facultad de Ciencias Económicas	
ASIGNATURA: 11-00277-ECONOMIA DE EMPRESAS	REQUISITOS DE CORRELATIVIDAD: Estadística II y Microeconomía I
CÁTEDRA: TODAS	REQUIERE CURSADA: SI
TIPO: Electiva	UBICACIÓN EN LA CARRERA: Décimo
DICTADO: Normal	MODALIDAD: Presencial
CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN (Plan 2009) -	*RTF: - / CRÉDITOS: 2.80
SEMESTRE DE CURSADO: SEGUNDO	CARGA HORARIA: 56 Horas
CARGA HORARIA TEÓRICA: 36 Horas	CARGA HORARIA PRÁCTICA: 20 Horas

*1 RTF= 30 hs. de dedicación total del estudiante. Res 449/17 HCS; 1 Crédito= 15 hs. teóricas, 1 Crédito=30 hs. prácticas. Res. 412/00 HCS.

FUNDAMENTACIÓN Y OBJETIVOS

1. Comprender de los fundamentos microeconómicos de los problemas de gestión.
2. Estudiar criterios para la toma de decisiones que posibiliten a la empresa el logro de sus metas.
3. Aplicar los instrumentos básicos para el análisis microeconómico del entorno en el que se desenvuelve la empresa.
4. Incorporar la visión moderna de los procesos de fijación en precios ajenos al mecanismo del mercado.
5. Conocer las estrategias de crecimiento de la empresa posmoderna.
6. Brindar los principales métodos de valuación de empresas y marcas.

PROGRAMA ANALÍTICO

UNIDAD 1: La empresa. Funcionamiento de la empresa

Objetivos Específicos:

1. Brindar una caracterización global de la materia.
2. Analizar la empresa como una organización compleja y estudiar los nuevos enfoques de las teorías contractual, evolucionista e institucional.
3. Analizar las teorías del desarrollo emprendedor, la conformación de ecosistemas emprendedores y el rol de las instituciones de apoyo en su desarrollo y sostenibilidad.

Contenido:

1. La empresa y la Economía de Empresas
2. La empresa como organización
3. El Espíritu Empresarial y los Nuevos Enfoques de la Empresa
4. Desarrollo emprendedor. Teorías. Ecosistemas Emprendedor. Incubadoras.

Bibliografía:

Bibliografía:

(B) Sonnet F., Asís, I.d. V., Valquez, C. Tomo I (2010) Cap. 1, 2, 3

- (B) Isenberg D. (2011)
- (B) Parker S. (2018) Cap. 1 y 2.
- (C) Besanko D. y otros. (2010)
- (C) Sheshabalaya A. (2006).
- (C) Azqueta Orzum D. Cap. 1 y 10
- (C) Requeijo J. (2006). Cap. 12 pp.337-359.
- (C) Bueno Campos y otros. Cap. 1 a 8 inclusive.
- (C) Milgrom, P y Roberts, J.; Cap. 2 y 3
- (C) Mintzberg, H. (1996)

UNIDAD 2: Estrategias y tomas de decisiones

Objetivos Específicos:

1. Analizar el proceso de toma de decisión empresarial aplicando distintos criterios.
2. Estudiar las decisiones estratégicas, competitivas y corporativas de las empresas.
3. Estudiar los nuevos enfoques para abordar los temas de las decisiones de localización, gastos en publicidad, integración vertical y horizontal de empresas.

Contenido:

1. Las Decisiones de la Empresa bajo los Criterios de Certeza, Riesgo e Incertidumbre
2. Neuroeconomía: Sesgos en las decisiones económicas.
3. Decisiones estratégicas: Localización, Innovación y Publicidad
4. Integración Vertical
5. Fusiones y Absorciones

Bibliografía:

Bibliografía:

- (B) Sonnet F., Asís, I.d. V., Valquez, C. Tomo I. (2010) Cap. 8, 9, 10 y 11.
- (B) Bonatti P. (2011) Cap. 10
- (B) Cabral L. (2022) Cap. 11, 13, 14 y 15
- (C) Besanko D. y otros (2010)
- (C) Bueno Campos y otros. Cap. 1 a 8 inclusive.
- (C) Oster S. (1999). Cap 11.

UNIDAD 3: La empresa y la demanda

Objetivos Específicos:

1. Estudiar los nuevos enfoques de la demanda: esfuerzo de marketing, marketing, enfoque total y sus aplicaciones.
2. Desarrollar los distintos métodos para realizar las proyecciones empíricas de la demanda de bienes y sus aplicaciones con enfoques econométricos y no econométricos.

Contenido:

1. Investigación de Mercado
2. Fundamentos del Estudio de la Demanda.
3. La Función Demanda: Evolución del Concepto, Extensiones y Aplicaciones.
4. Proyecciones de Demanda: Procedimientos y Métodos no econométricos.
5. El Método Econométrico y la Estimación de Funciones de Demanda.

Bibliografía:

Bibliografía:

- (B) Sonnet F., Asís, I.d. V., Valquez, C. Tomo II. (2010) Cap. 12, 13 y 14.
- (B) Aragon y otros (2013) Cap. 3
- (C) Cabrer Borrás B., Sancho Pérez, A., Serrano Domingo, G. Microeconometría y Decisión. Cap 1.
- (C) Mora J. J. (2005). Cap.6 pp. 1-54.
- (C) Flores P., Nebot C. (Coords). Temas actuales de Economía y Empresa. Cap. 6 pp.153-177.
- (C) Salvatore D. (op. cit.). Cap. 6.

(R) Miller R.L. : Cap. 4 y 5.

UNIDAD 4: La empresa y la asignación de recursos

Objetivos Específicos:

1. Estudiar los nuevos enfoques en la Teoría de la Producción y los Costos.
2. Abordar las aplicaciones de los distintos enfoques en el tratamiento de los costos de las empresas: Econométrico-convencional, Costo de Oportunidad, Contable-Económico, Económico-Ingenieril y el Enfoque ABC.

Contenido:

1. Tecnología.
2. Fundamentos de la producción.
3. Los Costos como instrumentos para las decisiones.
4. Métodos de estimación de los costos: método de costeo tradicional, el método económico ingenieril, el método estadístico y el método Activity Based Costing.

Bibliografía:

Bibliografía:

(B) Sonnet F., Asís, I.d. V., Valquez, C. Tomo II. (2010) Cap.15, 16 y 17.

(C) Horngren C. (2012) Cap. 5

(C) Bueno Campos y otros: Cap. 24 y 27

(C) Oster S. (1999). Cap 11.

(R) Miller R.L. : Cap. 8 y 9.

UNIDAD 5: Decisiones de precios

Objetivos Específicos:

1. Estudiar la aplicación empírica de la teoría de la fijación de precios y los conceptos modernos del precio.
2. Diferenciar el enfoque neoclásico del enfoque de las teorías alternativas al funcionamiento del mercado (Pareto), estudiar el modelo del precio óptimo y los modelos de precios de transferencia.
3. Estudiar el modelo de umbral de rentabilidad y sus extensiones.
4. Analizar los casos especiales de fijación de precios.
5. Estudiar las diferentes metodologías de valuación de empresas y de marcas

Contenido:

1. Umbral de rentabilidad
2. La Fijación de precios.
3. Decisiones de precios basados en la competencia, en el valor, en la rentabilidad y en los costos.
5. Casos especiales: La fijación de precios en las plataformas Digitales
6. Alternativas al funcionamiento del mercado: Modelos de Precios de transferencia.
7. Valuaciones de empresas y marcas

Bibliografía:

Bibliografía:

(B) Sonnet F., Asís, I.d. V., Valquez, C. Tomo II. (2010) Cap. 18, 19 y 22.

(B) Parker G. (2016) Cap. 6

(B) Valls Martínez (2001)

(C) Bueno Campos y otros: Cap. 25.

(C) Monroe K. Cap. 8.

(C) de Velasco, E.: Cap. 3 (de 3.1 a 3.7)

(C) Milgrom, P y Roberts, J.; Cap.6

UNIDAD 6: Tópicos avanzados del estudio de la empresa

Objetivos Específicos:

1. Estudiar los procesos de globalización, los nuevos enfoques del concepto de competitividad y rentabilidad.

2. Brindar conocimientos sobre el fenómeno del medio ambiente y la empresa.

Contenido:

1. La globalización y el proceso de internalización de las empresas.

2. El medio ambiente y la empresa.

Bibliografía:

Bibliografía:

(B) Sonnet F., Asís, I.d. V., Valquez, C. Tomo I (2010) Cap. 4, y 7.

(C) Canals J. (1997). Determinantes de la Competitividad Internacional

(C) Fukuyama F. (1992). El fin de la historia y el último hombre.

(C) Fukuyama F. (2008) El fin de la hegemonía americana.

(L) Ley General del Ambiente. Ley Nacional 25.675

Cada referencia bibliográfica se encuentra precedida por una letra cuyo significado es:

(B) Básica, correspondiente a la bibliografía general. El desarrollo de los temas se basa como mínimos en esos textos.

Se anexa la referencia para que el alumno disponga de ella en la biblioteca Manuel Belgrano.

(C) Complementaria. Corresponde a lecturas sobre temas específicos, que no figuran o que amplían la bibliografía básica.

Será entregada a los alumnos que la requieran por el personal de la cátedra.

(R) Recomendada. Se trata de referencias adicionales a (B), indicadas para leer por el alumno que tenga dificultades y necesite recordar los conceptos básicos de la teoría microeconómica. Se anexa la referencia para que el alumno disponga de ella en la biblioteca 'Manuel Belgrano'.

(L) Leyes que deben considerarse bibliografía complementaria.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El desarrollo del curso se basará en una modalidad mixta que combina clases teóricas y prácticas, con un fuerte énfasis en la participación activa y el compromiso autónomo de los estudiantes.

Para un adecuado aprovechamiento de las clases teóricas, se espera que los alumnos concurren habiendo leído y analizado previamente la bibliografía correspondiente a cada tema. Esta preparación previa es fundamental para fomentar la discusión, el pensamiento crítico y el intercambio de ideas en el aula.

En las clases prácticas, se trabajará sobre ejercicios y casos de aplicación. Es requisito que los estudiantes hayan intentado resolver con anterioridad la ejercitación básica propuesta, de modo de optimizar el trabajo conjunto y facilitar la comprensión de los conceptos.

El curso contará con un espacio de consultas presenciales, que se realizará semanalmente en los días y horarios informados por la Secretaría del Departamento de Economía y Finanzas a partir de la segunda semana lectiva.

Adicionalmente, se utilizará el Aula Virtual de la Facultad como espacio complementario para la comunicación entre docentes y alumnos. A través de esta plataforma se publicarán materiales de estudio, novedades del curso, actividades, y se podrán realizar consultas académicas. El Aula Virtual servirá también como repositorio de material adicional que la cátedra considere útil para fortalecer el proceso de enseñanza-aprendizaje.

TIPO DE FORMACIÓN PRÁCTICA

Las clases prácticas se resolverán ejercicios y se realizarán reuniones de discusión sobre los temas teóricos desarrollados con el objetivo de dotar a los alumnos en las habilidades de las distintas técnicas y modelos de la asignatura.

EVALUACIÓN

Evaluaciones Parciales: 3

Trabajos Prácticos: 1
Recuperatorios: 0
Otros: 0

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

No se exigirá asistencia ni a clases teóricas ni a prácticas.
Las instancias de evaluación abordarán los contenidos de la bibliografía obligatoria. La estructura de los exámenes incluirá preguntas de elección de alternativas múltiples, ejercicios y/o preguntas a desarrollar estilo ensayos o V-F.

CONDICIONES DE REGULARIDAD Y/O PROMOCIÓN

Se otorgará un sistema de Promoción Directa para aquellos alumnos que aprueben los tres parciales con nota no inferior a siete (7). En este caso, también deberán realizar y aprobar un trabajo práctico propuesto en empresas de medio.

Regularidad: Se obtiene aprobando dos parciales, de los tres que serán evaluados y realizar y aprobar el trabajo práctico.

MODALIDAD DE EXAMEN FINAL

- * Alumnos Promocionados: No rinden examen final
- * Alumnos Regulares: Escrito ? Teórico
- * Alumnos Libres: Escrito ? Teórico práctico

CRONOLOGÍA DE ACTIVIDADES DE LA ASIGNATURA

1º semana: Unidad 1
2º, 3º semanas: Unidad 2
3º, 4º, 5º semanas: Unidad 3
6a semana: de Revisión y Evaluación
7º, 8º semana: Unidad 4
9º, 10º, 11º semanas: Unidad 5
12º semana: de Revisión y Evaluación
13a semana: Unidad 6
14a semana: de Revisión y Evaluación

PLAN DE INTEGRACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

Esta asignatura se relaciona con las siguientes materias: Obligatorias: Costos y Gestión I (5º Semestre), Matemática Financiera (5º Semestre), Comercialización I (8º Semestre), Política Económica Argentina (10º Semestre) y Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

LECTURAS EXIGIDAS

1. Aragon M. et al (2013). Innovación en la investigación de mercados. Alfaomega. Cap. 3
2. Bonatti P. et al (2011) Teoría de la Decisión. Ed. Pearson. Cap. 10
3. Cabral, L. (2022). Introducción a la organización industrial (R. Gil, Trad.). Antoni Bosch Editor.
4. Isenberg D. (2011) Isenberg, D. (2011). The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Institute of International and European Affairs, Dublin, Ireland, 12 May 2011, 1-13.
5. Parker, S. C. (2018). The economics of entrepreneurship (2nd ed.). Cambridge University

Press.

6. Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you. WW Norton & Company. Cap. 6
7. Sonnet F., Asís, I.d. V., Valquez, C. (2010) Economía de Empresas Editorial Asociación Cooperadora Fac. Cs. Ec. Tomo I y Tomo II. Córdoba.
8. Valls Martínez, M. C. (2001). Métodos clásicos de valoración de empresas. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 7(3), 49-66.

LECTURAS RECOMENDADAS

COMPLEMENTARIA (C)

1. Asís, I.dV., García Valiñas, M.dA., Fachin, Mariano (2010). Políticas Hídricas. Análisis Comparativo entre España y Argentina. Anales de la XLV Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Política. AAEP. <http://www.aaep.org.ar/anales/works/works2010/>
2. Azqueta Orzum D. (2007). Economía Ambiental. 2ª Edición. McGraw Hill. Madrid.
3. Besanko D., D. Dranove, M. Shanley, S. Schafer (2010) Economics of Strategy. 5ª Edición. Hoboken, NJ John Wiley & Sons. New York.
658.4012 ? E - 51015
4. Bueno Campos, E.; Cruz Roche, I.; Durán Herrera, J. (1992). Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales. Ed. Pirámide. Madrid. 15a. edición.
658.1 ? B - 42860
5. Cabrer Borrás B., Sancho Pérez, A., Serrano Domingo, G. (2001). Microeconometría y Decisión. Ed. Pirámide. Madrid.
6. CAF (2006). Argentina: Análisis del Sector Eléctrico. Inform,es Sectoriales de Infraestructura. Año 4 Nº 1. <http://publicaciones.caf.com>
7. Canals J. (1997). Determinantes de la Competitividad Internacional en El Reto del Entorno Competitivo Internacional (J Canals, J.L. Alvarez, D. Mele editores) Biblioteca IESE de Gestión de Empresas. Universidad de Navarra.
8. de Velasco, E. (1994): El precio. Variable estratégica de marketing. Ed. Mc. Graw Hill, Management. Madrid.
9. Flores P., Nebot C. (Coords). (2006). Temas actuales de Economía y Empresa. Parte III: Empresa y Marketing. Diferencia entre impulsividad y adicción a la compra. Ed. Biblioteca de Gestión. Dirclée de Brower. Bilbao (pp153-177).
10. Fukuyama F. (1992). El fin de la historia y el último hombre. <http://es.wikipedia.org/wiki>.
11. Fukuyama F. (2008) El fin de la hegemonía americana. El país (31-07-2008). <http://www.elpais.com/articulo/opinion>
12. Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2012). Contabilidad de costos: un enfoque gerencial (14ª ed., J. Gómez Mont Araiza, Trad.). Pearson Educación.
13. Milgrom, Paul y Roberts, John. (1996). Economía, Organización y Gestión de la Empresa. Ed. Ariel S.A., Barcelona.
14. Mora J. J. (2005). Introducción a la Teoría del consumidor.
med.net:www.enmed.net/libros/2005/jjm/index.htm.
15. Oster S. (1999). Competing for Advantage en Modern Competitive Análisis. Oxford University Press (traducción al español).
16. Requeijo J. (2006) Economía Mundial. 'La Globalización'. Ed. Mac Graw-Hill. Madrid. Tercera Edición.
17. Salvatore D. (1994). Economía y Empresa. Editorial McGraw Hill. 330.015 ? S - 41359
18. Sheshabalaya A. (2006). Los tres 'rounds' de la globalización en The globalist. Octubre 19, 2006. Global Policy.
Forum:www.globalpolicy.org/globaliz/cultural/2006/1019/threerounds.htm.

RECOMENDADA (R)

- Miller R.L., Meiners, R.E. (1990): Microeconomía. Edit. Mc. Graw Hill.
T ? 338.5 M - 40012

LEYES (L)

2. Ley Nacional de Defensa de la Competencia. Nº 25.156.
3. Ley General del Ambiente. Ley Nacional 25.675