

PROGRAMA DE UNIDAD CURRICULAR

I.- DATOS GENERALES

Nombre de la Carrera o Programa: Postgrados de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (PACE)

Nombre de la Asignatura: Economía Digital y de las Plataformas

Régimen: semestral

Número de Unidades Crédito: 3 UC

Tipo de asignatura:	Obligatoria	Electiva	X	Nº horas semanales: 3	Teóricas: 3 horas	Prácticas/Seminarios
---------------------	-------------	----------	---	-----------------------	-------------------	----------------------

II.- JUSTIFICACION

Este curso busca acercar a los asistentes a la Economía Digital y al desafío asociado al diseño estratégico que enfrenta una Plataforma Digital. Por ello toma una perspectiva de fundamentos microeconómicos aplicado. Por lo tanto, se presupone un manejo fluido de conocimientos microeconómicos. El contenido del curso se divide en tres grandes temáticas: Fundamentos económicos aplicados a la industria electrónica y digital; fundamentos de economía de las Plataformas Digitales; estrategias de captura de valor a través del *pricing* de las plataformas y los nuevos negocios digitales.

Al finalizar el curso se espera que los asistentes comprendan los elementos esenciales de la Economía Digital y del funcionamiento de los modelos de negocio tipo Plataformas Digitales.

III.- CONTRIBUCION DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS

Competencias profesionales

Competencia Profesional: **Asesora**

Asesora en procesos de consultoría y capacitación, proporcionando consejo experto y asistencia en los problemas particulares que se presentan en la implantación y ejecución de los Programas.

Unidades de competencia

Criterios de desempeño que se van a desarrollar en la asignatura:

CG1-UC1: Identifica problemas en su campo de experticia y contribuye a su delimitación.	1. Acompaña en la identificación de las necesidades de otros. 2. Delimita y evalúa el alcance de la asesoría.
CG1-UC2: Diseña y formula propuestas de solución a través de la identificación del alcance, los recursos y acciones a seguir. Propone alternativas más convenientes.	1. Define acciones y recursos para solucionar problemas de consultoría. 2. Elabora propuestas definiendo alcance, cronograma y presupuesto y selecciona la solución más conveniente. 3. Asiste en la aplicación de la propuesta.
Competencia Profesional: Gestionar Planifica, organiza, dirige y controla programas, proyectos u organizaciones para garantizar el logro de los objetivos y metas, bajo criterios de eficacia, eficiencia y pertinencia.	
CG2-UC1: Planifica y fija objetivos y metas a alcanzar por programas, proyectos, organizaciones o grupos de trabajo, en el corto, mediano y largo plazo, así como las estrategias para lograrlas. Se apoya en técnicas de análisis de tendencias económicas, políticas, laborales, demográficas y sociales.	1. Estima posibles escenarios mediante el uso de técnicas de tendencias económicas apropiadas 2. Formula objetivos y metas a alcanzar en el corto, mediano y largo plazo. 3. Identifica las estrategias a aplicar para lograr los objetivos y metas.
CG2-UC2: Organiza y estructura los recursos disponibles para la ejecución de los procesos, programas, proyectos, actividades y tareas.	1. Procura los recursos necesarios para los procesos, programas, proyectos, actividades y tareas que contribuyan a la organización del trabajo y faciliten un desempeño armónico. 2. Diseña la estructura más adecuada para la ejecución de los procesos, programas, proyectos, actividades y tareas.

IV.- UNIDADES TEMÁTICAS (las unidades temáticas compilan los temas de la asignatura)	
I. Fundamentos de la Economía Digital	1. Economía de los Sistemas Electrónicos. El Problema de los Productos Complementarios. 2. Taxonomía de las Plataformas Digitales. Distintos Efectos de Red. <i>One-Sided Market</i> versus <i>Multi-Sided Markets</i> (Sector <i>Brick and Mortar</i> versus Plataformas Digitales) 3. La Plataforma Digital como generadora de Bienestar Social y/o Riqueza. Algunos Diseños y Mecanismos generadores de los Efectos de Red (Sistemas de Ranking y de Recomendaciones en <i>Market Places</i>). 4.
II. Estrategias y tácticas Tradicionales de Pricing empleadas tanto por las	1. Teoría Económica sobre el <i>Bundling</i> y/o Empaquetamiento. 2. <i>Bundling</i> en Bienes de Información.

empresas TIC como por Plataformas Digitales.	3. <i>Bundling</i> como Estrategia de <i>Entry Deterrence</i> o bloqueo de entrada. Crítica de la Escuela de Chicago. Crítica a la Crítica de la Escuela de Chicago (Modelo de Whinston).
III. Teoría Económica de las Plataformas Digitales	1. Determinación de la Curva de Demanda de Bienes con Fuertes Efectos de Red. ¿Cómo y por qué la curva de demanda puede mostrar segmentos con pendiente positiva? 2. Equilibrio entre la Oferta y la Demanda. El Problema del multi-equilibrio y los equilibrios inestables. Problema de la Masa Crítica, problema tipo <i>Chicken-Egg</i> y el Equilibrio Estable (Problema de Acción Colectiva). 3. Estrategia de <i>Divide-and-Conquer</i> basada en <i>Pricing</i> y basada en calidad (sistema propietario cerrado) 4. Estrategias y microfundamentos del Crecimiento de las Plataformas. Estrategia basada en Profundidad <i>-Depth-</i> y estrategia basada en Amplitud <i>-Scope-</i>. 5. Fijación de Precios. Modelos de Monetización. Estructura Desbalanceada de Precios. <i>Subsidy Side</i> y <i>Money Side</i>.
IV. Innovación y Desarrollo	1. Innovación y Desarrollo.

V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y DE APRENDIZAJE

El profesor realiza al inicio de cada semestre la descripción de las competencias a desarrollar y el esquema de los contenidos a trabajar, e indica el material bibliográfico correspondiente a cada tema para que el alumno lo prepare previamente. Igualmente, reitera lo anterior en cada clase, puntualizando en el contenido correspondiente a cada sesión.

Hace uso de estructuras textuales, es decir, la organización discursiva para agrupar las ideas que cada profesor desarrolla para ofrecer su clase, lo que garantiza que en cada sesión se realice la presentación de contenidos de forma clara y sistemática. Y, de esta manera, combina clases magistrales en los casos requeridos, con presentaciones de los alumnos e intervenciones solicitadas o espontáneas de los mismos en cada clase, ya que la incorporación de preguntas intercaladas o insertadas, mantienen la atención, favorecen la retención y la vinculación con la práctica en el ejercicio profesional. Se generan discusiones guiadas sobre las preguntas y aspectos más importantes de la materia y sobre los textos estudiados. Asimismo, se asignan trabajos prácticos para su realización dentro o fuera del aula, investigaciones para promover el desarrollo de nuevo conocimiento.

Es importante destacar que todas las estrategias mencionadas, así como las de evaluación, pueden también desarrollarse apoyadas en el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC): Interacción a través de la plataforma institucional Módulo 7, grupo de whatsapp, Zoom. Investigaciones en las bases de datos de la Universidad, elaboración de Blogs para compartir asignaciones.

VI.- ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN

Las estrategias de evaluación que se pueden utilizar durante el desarrollo de la asignatura son: exámenes y pruebas cortas (De ensayo (desarrollo) u Objetivas) de acuerdo con el tema o contenido a evaluar, búsqueda y análisis de soporte bibliográfico para temas señalados, resúmenes, ensayos, trabajos prácticos o de investigación (individuales o en equipo, fuera o dentro del aula) basados en el análisis de los temas vistos a lo largo de la materia. El profesor puede solicitar presentaciones de un tema particular evaluados de acuerdo con la estructura de una clase, revisión y discusión de material bibliográfico, intervenciones en clase; entre otras.

En este sentido, cualquiera de estas actividades de evaluación puede realizarse durante el curso, como actividades formativas o sumativas. Para ello, se precisa que la Evaluación Formativa, es aquella que se realiza durante todo el proceso de enseñanza y aprendizaje, la cual permite evidenciar el progreso del alumno y señalar los errores que deben ser subsanados. Por su parte, la Evaluación Sumativa, permite verificar el alcance de las competencias por parte del alumno, al aportar una calificación, de acuerdo con los criterios de desempeño establecidos. Examen de desarrollo escrito basado en casos y aplicaciones que ameritan la comprensión y asimilación de los temas para poder aplicarlos en la práctica.

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BELLEFLAMME, P., & PEITZ, M. (2015). *Industrial organization: markets and strategies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- BELLEFLAMME, P., & PEITZ, M. (2021). *The Economics of Platforms: Concepts and Strategies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- CABRAL, L. (2002). *Introduction to Industrial Organization*. The MIT Press. 2002.
- HAGIU, ANDREI (2007). "Microsoft Xbox: Changing the Game?" *Harvard Business School*, Case 707-501, february.
- HAGIU, ANDREI (2007). "Multi-Sided Platforms: From Microfoundations to Design and Expansion Strategies". *Harvard Business School Working Paper*, No. 07-094, May.
- LYNNE PEPALL, L., RICHARDS, D. y NORMAN, G. (2014). *Industrial Organization. Contemporary Theory and Empirical Applications*. Fifth Edition. New Jersey: Wiley.
- MARTIN PEITZ, M. Y ILLING, G. (2006). *Industrial Organization and Digital Economy*. Boston: MIT Press.
- MOTTA, M. (2018). *Política de Competencia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- PEITZ, M. y WALDFOGEL, J. (2013). *Oxford Handbook of the Digital Economy*. Oxford University Press.
- VARIAN, H. (2016). *Microeconomía Intermedia*. Barcelona: Antoni Bosch Editor.
- YOFFIE, DAVID B., DARMESH M MEHTA, AND RUDINA I SESERI (2006). "Microsoft in 2005." *Harvard Business School*, Case 705-505, January.