

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	36514
Nom	Decisió estratègica en mercats
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2022 - 2023

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1332 - Grau en Intel·ligència i Analítica de Negocis/BIA	Facultat d'Economia	3	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1332 - Grau en Intel·ligència i Analítica de Negocis/BIA	13 - Decisió estratègica en mercats	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
OLCINA VAUTEREN, GONZALO	10 - Anàlisi Econòmica

RESUM

L'assignatura Decisió Estratègica en Mercats és una assignatura obligatòria que s'impartix en el primer semestre de tercer curs en llengua anglesa. En l'assignatura Decisió Estratègica en els mercats s'analitza el funcionament dels mercats i les organitzacions econòmiques quan hi ha informació privada d'alguna de les parts pel que fa a variables rellevants per al resultat final. Per exemple, la qualitat del producte, la productivitat d'un factor productiu, els costos de producció, les accions adoptades per un agent com, per exemple, l'esforç, etc ... Aquest tipus de situacions amb informació asimètrica és la situació més comuna en els mercats més importants de les economies modernes com els mercats de treball, els mercats de crèdit o financers, els mercats d'assegurances i els mercats de mànagers o executius.



CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

VS'espera d'estudiant una actitud responsable i activa respecte a l'estudi d'aquesta matèria. Això significa un esforç en raonar i comprendre els conceptes bàsics més que en memoritzar, intentar resoldre per si mateix exercicis i casos addicionals i una participació activa en les classes. Estime un mínim de dues hores setmanals d'estudi personal.

COMPETÈNCIES

1332 - Grau en Intel·ligència i Analítica de Negocis/BIA

- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Que els estudiants hagen desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Coneixement de matèries bàsiques que capacite per a l'aprenentatge de nous mètodes i tecnologies, i que li dote de versatilitat per a adaptar-se a noves situacions en els àmbits acadèmic i professional.
- Capacitat per a resoldre problemes, i per a comunicar i transmetre coneixements, habilitats i destreses, comprenent la responsabilitat ètica, igualitària i professional de l'activitat de la Intel·ligència i Analítica de Negocis.
- Capacitat per a aplicar mètodes analítics i matemàtics per a l'anàlisi dels problemes econòmics i empresarials.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'aprenentatge autònom.
- Capacitat per a definir, resoldre i exposar de forma sistèmica problemes complexos.
- Capacitat per a treballar en equip, amb el compromís per la qualitat, l'ètica, la igualtat entre persones i la responsabilitat social.
- Realitzar diagnòstics estratègics en entorns complexos i incerts, utilitzant les metodologies adequades.
- Conèixer els principis de l'anàlisi econòmica i la seva aplicació al diagnòstic i resolució de problemes basats en l'anàlisi de dades.
- Comprendre les claus de funcionament del mercat i els efectes de les seves diferents estructures mitjançant estudis basats en la recollida i anàlisi de dades.



RESULTATS DE L'APRENTATGE

L'objectiu fonamental d'aquest curs és facilitar a l'estudiant en primer lloc la comprensió dels problemes per a l'eficiència i l'equitat que genera l'existència d'informació asimètrica en els mercats i en general en qualsevol relació econòmica. En segon lloc, conèixer les seves solucions i les institucions necessàries per a això, tant per part dels agents privats com les possibles intervencions públiques que puguin millorar l'eficiència. En particular, es posarà especial èmfasi en la concreció d'aquests problemes en els mercats de treball, de crèdit, d'assegurances i de productes. Però també s'analitzarà el disseny d'incentius mitjançant contractes en relacions bilaterals. Pel que s'ha dit anteriorment, aquesta assignatura constitueix un element bàsic per a la millor comprensió: • de l'activitat empresarial en la majoria dels sectors productius de l'economia, • de l'funcionament dels mercats, fonamentalment quan, com sol ser molt habitual, hi ha informació asimètrica, per exemple, la qualitat del producte és informació privada d'ofertant.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Tema 1. Introducció

- 1.1 Mercats complets i competitiu: eficiència.
- 1.2 Els efectes de la informació asimètrica en els mercats: costos d'agència i contractes incomplets.
- 1.3 Acció oculta (problema de risc moral) i informació oculta (problema de selecció adversa).
- 1.4 La relació Principal i Agent: contractes i el repartiment òptim de riscos.

2. Tema 2. Incentius i risc moral

- 2.1 Acció oculta o no contractable: conflicte entre incentius i repartiment de risc.
- 2.2 Els efectes de la responsabilitat limitada, les sancions i la supervisió.
- 2.3 Resultat no contractable i contractes renovables: rendes econòmiques i salaris d'eficiència.
- 2.4 Extensions: múltiples tasques, diversos principals, competència entre agents.
- 2.5 Efectes de el risc moral en els mercats competitiu de crèdit i treball: atur i racionament de demanda. Com reduir el risc moral.

3. Tema 3. Informació privada i selecció adversa

- 3.1 El problema de la selecció adversa en els mercats competitiu.
- 3.2 Senyals en els mercats. Aplicacions a l'mercado de treball i els mercats financers.
- 3.3 La relació Principal i Agent sota informació asimètrica: contractes i cribratge ("screening").
- 3.4 Els efectes sobre l'eficiència i l'equitat de la informació privada en els mercats competitiu. Polítiques i regulació.

**4. Tema 4. Normes socials i incentius materials**

- 4.1 Motivació intrínseca i extrínseca: l'efecte expulsíó.
- 4.2 La interacció entre normes socials i incentius en els mercats.
- 4.3 Equips i preferències socials en mercats competitius.

5. Tema 5. Subhastes

- 5.1. Subhastes de sobre tancat (de primer i de segon preu).
- 5.2 Subhastes ascendents i descendents. Teorema d'equivalència en ingressos.
- 5.3 Subhastes de valor comú i la "maledicció de l'guanyador".

6. Tema 6. Contractes incomplets i inversió específica

- 6.1 El problema de l'oportunisme postcontractual ("hold up").
- 6.2 Contractes incomplets i distribució de drets de propietat.
- 6.3 La reputació i el "hold up": com distribuir l'autoritat en una relació econòmica.

7. Tema 7. Economia digital i mercats de plataformes

- 7.1 Plataformes de dos costats: diferències amb el mercat clàssic.
- 7.2 Innovació, informació, externalitats de xarxa i rendiments d'escala: "winner takes all" (monopoli natural). Regulació i competència.
- 7.3 Dades i ocupació en l'economia de les plataformes.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	30,00	100
Pràctiques en aula informàtica	30,00	100
Elaboració de treballs en grup	20,00	0
Estudi i treball autònom	50,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	20,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

L'èmfasi es posarà en conceptes, resultats i relacions entre aquests. La teoria es presentarà a través de casos i aplicacions econòmiques rellevants i no de forma abstracta. S'espera d'estudiant una actitud responsable i activa respecte a l'estudi d'aquesta matèria. Això significa un esforç en raonar i comprendre els conceptes bàsics més que en memoritzar, intentar resoldre per si mateix exercicis i casos addicionals i una participació activa en les classes. Estime un mínim de dues hores setmanals d'estudi personal.



AVALUACIÓ

L'assignatura Decisió Estratègica en els mercats s'avaluarà a partir de la consideració dels següents aspectes: Un examen escrit que correspon a el 50% de la nota final. Un 30% de la nota correspondrà a la realització de tres proves a partir de tres col·leccions de problemes, casos i exercicis (Pràctiques I, II i III). El 20% restant s'assignarà atenent a l'assistència a les classes, a la participació activa a l'aula i altres activitats i a un treball de comentari de lectura per grups. Per superar l'assignatura la qualificació mínima en el còmput global ha de ser de 5 punts sobre 10. La qualificació obtinguda en els aspectes segon i tercer prèviament citats, només es computarà si l'estudiant obté un mínim de 2 punts sobre els 5 punts de l'examen escrit. En cas de no realitzar les tasques d'avaluació contínua, l'estudiant només podrà obtenir els punts de la prova final (5 com a màxim), i necessitaria obtenir un 3,5 sobre 5 en aquest examen per aprovar l'assignatura.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- Bibliographic Material
The basic material will be provided by means of Notes and Hand-outs on the different topics through Aula Virtual throughout the semester.
Additional bibliography:
Macho, I. and Pérez Castrillo, D., *Introducción a la Economía de la Información*, Ariel, 2005. There is also an English version.

Mas-Colell, A., Whinston, M.D. and Green, J.R., *Microeconomic Theory*, Oxford: O.U.P., 1995. Chapters 13 and 14.
Bowles, S., *Microeconomics. Behavior, Institutions and Evolution*, Princeton University Press, 2004. Chapters 7, 8 and 9.
Kreps, D., *Microeconomics for Managers*, Princeton, 2019. Chapters 20 and 21.

Specific references for each topic will be provided throughout the course.