

IDENTIFICACIÓN

CURSO	:	MERCADOS DIGITALES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS. ECONOMÍA, DERECHO Y ESTRATEGIA.
TRADUCCIÓN	:	DIGITAL MARKETS AND NEW TECHNOLOGIES. ECONOMICS, LAW AND STRATEGY
SIGLA	:	DMD3167
CRÉDITOS	:	10
MÓDULOS	:	01
REQUISITOS	:	NO TIENE
CONECTOR	:	NO APLICA
RESTRICCIONES	:	MAGÍSTER EN DERECHO LLM (170401 O 170402 O 170403 O 170404 O 170405 O 170406)
CARÁCTER	:	OPTATIVO
TIPO	:	CÁTEDRA
CALIFICACIÓN	:	ESTANDAR
PALABRAS CLAVE	:	ESTRATEGIA, COMPETENCIA, REGULACIÓN, MERCADOS DIGITALES, CASOS.
NIVEL FORMATIVO	:	MAGÍSTER.

INTEGRIDAD ACADÉMICA Y CÓDIGO DE HONOR

La Universidad tiene un compromiso con la construcción de una cultura de respeto e integridad. Quienes participen de este curso se adscriben al Código de Honor UC y adquieren el compromiso de aportar a la construcción de una cultura de Integridad Académica, actuando en consonancia con los valores de veracidad, confianza, respeto, justicia, responsabilidad y honestidad en todo el trabajo académico.

I. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

En este curso los y las estudiantes analizarán las dinámicas competitivas en los mercados digitales, evaluarán el impacto económico de las nuevas tecnologías y aplicarán principios legales fundamentales para la toma de decisiones estratégicas. Por otra parte, abordarán desde una mirada interdisciplinaria, la complejidad de los mercados digitales y las nuevas tecnologías integrando aspectos económicos y jurídicos para el análisis estratégico de los negocios en entorno digitales. También, analizarán cómo las empresas pueden navegar el entorno digital en rápida evolución, aprovechar las tecnologías emergentes y enfrentar los desafíos legales y estratégicos asociados. La metodología consiste en cátedras y estudio de casos y las evaluaciones en la presentación de proyecto y examen final.

II. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Analizar las dimensiones de organización industrial, estructura y dinámicas, en los mercados digitales y de nuevas tecnologías.
2. Evaluar las estrategias competitivas y cooperativas en el contexto digital.
3. Analizar las implicaciones económicas de las innovaciones tecnológicas para la estrategia empresarial.
4. Analizar el entorno legal que afecta a las empresas en los mercados digitales.

III. CONTENIDOS

1) Introducción a los mercados digitales.

- a) Introducción a conceptos clave: ecosistemas digitales, *multisided markets*, efectos de red, y externalidades de plataforma.
- b) La evolución tecnológica y los datos (big data)
- c) Ciencia de datos e inteligencia artificial.

2) Economía de los Mercados Digitales.

- a) Fundamentos de la Economía Digital y Nuevas tecnologías, Big Techs, Fintechs y Activos digitales.
- b) Estrategias de precios y diferenciación en ambientes digitales.
- c) Ecosistema financiero y medios de pago.

3) Derecho de los Mercado Digitales.

- a) Regulación de Mercados Digitales: Análisis de las tendencias regulatorias en el mundo y su impacto en la competencia y la innovación.
- b) Derecho de la Competencia en el Ámbito Digital: Principios del derecho de la competencia aplicados a los mercados digitales, incluyendo casos de coordinación, abuso de posición dominante y operaciones de concentración.
- c) Protección de Datos y Privacidad: GDPR y otras tendencias regulatorias sobre la privacidad de datos, y su impacto en las estrategias empresariales en entornos digitales.

4) Estrategia de negocios en los mercados digitales.

- a) Innovación y Disrupción Tecnológica. Modelos de negocios para la economía digital.
- b) Estrategias de Plataforma y Ecosistemas Digitales: Creación de valor y captura en ecosistemas digitales.
- c) Impacto de los datos en los modelos de negocios, la toma de decisiones estratégicas y la creación de ventajas competitivas.

IV. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- Cátedra
- Estudio de Casos

V. ESTRATEGIAS EVALUATIVAS

1. Presentaciones de Proyecto (60%)
2. Examen Final (40%)

VI. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía mínima.

- Halaburda, H. (2021). *Blockchain Revolution Without the Blockchain?* Consultado en <https://works.bepress.com/halaburda/>.
- Scott Morton, F. et al. (2019). *Competition in the Digital Age: Policy for the New Economy*. Disponible en <https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=L5HHe3MAAAAJ>.
- Evans (2011). Platform economics. Essays on Multisided Businesses. Consultado en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1974020
- Evans, D. S. (2018). *The Economics of Attention Markets*. Disponible en <https://davidsevans.org/featured-articles/>
- European Commission. (2020). *Digital Markets Act: Ensuring Fair and Open Digital Markets*. Consultado en https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_es.
- OCDE (2021). Ex Ante Regulation and Competition in Digital Markets, Background note. Consultado en: <https://web-archiv.oecd.org/2021-12-01/616997-ex-ante-regulation-and-competition-in-digital-markets-2021.pdf>
- Ley 21521 promueve la competencia e inclusión financiera a través de la innovación y tecnología en la prestación de servicios financieros, ley fintec.
- Programa de Libre Competencia UC (2021). Enfoque regulatorios para competencia en mercados digitales. Una perspectiva internacional. Consultado en:

https://librecompetencia.uc.cl/images/AAA/Antitrust_lab/150921_Investigacion_Regulacion_Mercados_Digitales_PLCUC_.pdf

- Teece, D. J. (2008). *Technological know-how, organizational capabilities, and strategic management: business strategy and enterprise development in competitive environments*. World Scientific.
- Parker, G., Van Alstyne, M., & Choudary, S. P. (2016). *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy—and How to Make Them Work for You*. W. W. Norton & Company.

Bibliografía complementaria

- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. WW Norton & Company.
- Goldfarb, A., & Tucker, C. (2019). "Digital Economics". *Journal of Economic Literature*, 57(1), 3-43.
- Cohen, J. E. (2017). "Law for the Platform Economy". *University of California Davis Law Review*, 51(1), 133-204.
- Edelman, B., & Geradin, D. (2016). "Spillovers and Other Efficiencies in Merger Analysis". *Antitrust Law Journal*, 81(1), 339-372.
- Comisión Europea (2019). Competition Policy for the digital era. Consultado en: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/21dc175c-7b76-11e9-9f05-01aa75ed71a1/language-en>
- Teece, D. J. (2018). "Business Models and Dynamic Capabilities". *Long Range Planning*, 51(1), 40-49.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). "How Smart, Connected Products Are Transforming Competition". *Harvard Business Review*, 92(11), 64-88.
- Evans, D. S., Hagiu, A., & Schmalensee, R. (2008). *Invisible engines: How software platforms drive innovation and transform industries* (p. 408). The MIT Press.