



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Economia Industriale

2122-3-E4101B023

---

#### Obiettivi formativi

Il corso ha l'obiettivo di studiare i principali aspetti della struttura, organizzazione e performance delle imprese e dei mercati. In particolare il programma prevede l'analisi di un'ampia varietà di fenomeni, quali le guerre di prezzo, la creazione di accordi collusivi, la differenziazione dei prodotti, l'investimento in pubblicità, le strategie di deterrenza all'entrata e le scelte di fusione ed acquisizione tra imprese. Lo studio permetterà di comprendere quali siano le caratteristiche della struttura industriale, e quale sia l'effetto di tale struttura sull'efficienza del settore e sul benessere dei consumatori. Le varie tematiche verranno approfondite tramite lo studio di modelli teorici, casi empirici ed esercizi da risolvere.

#### Contenuti sintetici

- 1) Introduzione all'Economia Industriale
- 2) Le Forme di Mercato
- 3) Concorrenza di prezzo dinamica e collusione
- 4) Strategie di Differenziazione del Prodotto e Pubblicità
- 5) Potere di Mercato e Struttura di Mercato
- 6) Entrata e Strategie di Deterrenza all'Entrata
- 7) Fusioni e Acquisizioni

## **Programma esteso**

### **1) Introduzione all'Economia Industriale**

- Richiami di Microeconomia.

*Riferimenti:*

- Cabral, Cap. 1, 2, 3
  
- Garavaglia, Cap. 1 (Esercizi da definire)

### **2) Le Forme di Mercato**

- Confronto tra monopolio e concorrenza perfetta
- Confronto tra oligopolio *à la* Bertrand e oligopolio *à la* Cournot

*Riferimenti:*

- Cabral, Cap. 4, 5, 8
  
- Garavaglia, Cap. 2, 3 (Esercizi da definire)

### **3) Concorrenza di prezzo dinamica e collusione**

- Concorrenza di prezzo dinamica e superamento del "Paradosso di Bertrand".

*Riferimenti:*

- Cabral, Cap. 9
  
- Garavaglia, Cap. 6 (Tutto)

### **4) Strategie di Differenziazione del Prodotto e Pubblicità**

- Differenziazione orizzontale del prodotto
- Pubblicità

*Riferimenti:*

- Cabral, Cap. 14
  
- Garavaglia, (Esercizi da definire)

### **5) Potere di Mercato e Struttura di Mercato**

- Modello di Cournot con  $n$  imprese

- Concentrazione e potere di mercato: l'indice di Lerner

*Riferimenti:*

- Cabral, Cap. 8, 10
- Garavaglia, (Esercizi da definire)

## **6) Entrata e Strategie di Deterrenza all'Entrata**

- Costi fissi di entrata e struttura di mercato
- Barriere all'entrata strategiche.

*Riferimenti:*

- Cabral, Cap. 12
- Schmalensee R., "[Entry Deterrence in the Ready-to-Eat Breakfast Cereal Industry](#)", *Bell Journal of Economics*, 9, 1978, pp. 305-310; (paragrafi 3.1.1, 3.1.3, 3.2, 3.2.1, 3.4, 3.6.1, 3.7, 5)
- Garavaglia, (Esercizi da definire)

## **7) Fusioni e Acquisizioni**

- Strategie di fusione ed acquisizione tra imprese
- Politiche antitrust

*Riferimenti:*

- Cabral, Cap. 11
- "[Il caso Heineken-Birra Moretti](#)", Procedimento C2347, Heineken Italia/Birra Moretti, AGCM, 22/05/1996:
  - \* Avvio Istruttoria: Punti 1, 2, 3, 4, 10, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 25, 26, 27
  - \* Chiusura Istruttoria: Punti 8, 9, 23, 34, 36, 37, 38, 40, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 49, 50
  - \* Rigetto Istanza: Tutto
- Garavaglia, (Esercizi da definire)

## **Prerequisiti**

E' vivamente consigliato aver sostenuto l'esame di Microeconomia

## **Metodi didattici**

Lezioni frontali

## **Modalità di verifica dell'apprendimento**

Esame scritto con domande aperte e esercizi al fine di verificare la comprensione delle tematiche di interazione strategica tra imprese e le caratteristiche delle strutture industriali.

Esame aggiuntivo orale facoltativo (oltre al programma indicato occorre preparare lo studio anche sui seguenti testi: Sutton (1991), Sunk Costs and Market Structure; Philips (1998), Applied Industrial Economics; Garavaglia e Swinnen (2018), Economic Perspectives on Craft Beer).

## **Testi di riferimento**

- Cabral L., *Economia Industriale*, Carocci, 2018
- Lucidi e materiale integrativo disponibile sul sito del corso nella pagina internet del docente.
- Garavaglia C., [Economia Industriale: Esercizi](#), Carocci, 2019

## **Periodo di erogazione dell'insegnamento**

Ottobre-Novembre

## **Lingua di insegnamento**

Italiano

---