



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Industrial Organization

2122-2-F5602M014

---

#### Obiettivi formativi

Il corso fornisce una aggiornata presentazione della moderna economia industriale. Consiste cioè in un corso di microeconomia applicata che introduce agli strumenti di analisi economica necessari per comprendere il comportamento di imprese dotate di potere di mercato. In particolare, studia le strategie delle imprese relative al cosiddetto "marketing-mix", cioè alle scelte di Prezzo, Prodotto e Promozione (più quelle distributive) all'interno di mercati imperfettamente competitivi, e discute di come le imprese scelgano i loro comportamenti e si adattino ai differenti ambienti di mercato, di quali siano le conseguenze di tali scelte in termini di benessere dei vari soggetti economici rilevanti e dei modi nei quali tali scelte possano essere influenzate dalle politiche economiche di sostegno alla competizione. L'analisi è guidata dalla teoria economica ma si propone una presentazione rigorosa che costruisca un ponte verso le applicazioni al mondo reale (verranno brevemente discussi alcuni casi studio).

Lo svolgimento individuale degli esercizi posti alla fine di ciascun capitolo del libro costituisce un elemento essenziale di apprendimento, ed essi saranno anche discussi in classe (le soluzioni compaiono alla fine del testo).

#### Contenuti sintetici

Il corso si propone di fornire una presentazione avanzata e aggiornata della teoria dell'organizzazione industriale, compatibilmente con il tempo a disposizione.

#### Programma esteso

- Imprese, Consumatori e Mercati

- Competizione imperfetta statica
- Aspetti dinamici della competizione imperfetta
  
- Fonti del potere di mercato: la differenziazione del prodotto.

## **Prerequisiti**

E' importante che gli studenti abbiano familiarità coi metodi della microeconomia, con l'algebra e il calcolo differenziale di base e la teoria dei giochi. Lo studente ideale dovrebbe aver già seguito un corso di economia industriale.

## **Metodi didattici**

Lezioni frontali.

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

Esame scritto finale basato su esercizi.

## **Testi di riferimento**

Paul Belleflamme e Martin Peitz, *Industrial Organization- Markets and Strategies*, Cambridge University Press, (seconda edizione) 2015, capitoli 1-5 (escluso paragrafo 4.3.2 e sezione 5.4).

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

Primo Semestre

## **Lingua di insegnamento**

Inglese

---