UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Microeconomia - 2

2425-1-E1801M061-E1801M088M-T2

Obiettivi formativi

Il corso è finalizzato alla comprensione degli aspetti essenziali delle scelte di consumatori e imprese e del funzionamento dei mercati nelle economie contemporanee.

Contenuti sintetici

1. Comportamento razionale di consumatori e imprese

2. Ruolo dei prezzi

3. Forme di mercato

Programma esteso

INTRODUZIONE: L'ECONOMIA DI MERCATO
PARTE 1: LE FAMIGLIE
a. Le scelte del consumatore
b. Statica comparata e domanda
c. Approccio analitico alla teoria delle scelte del consumatore
d. Variazioni di prezzo e benessere del consumatore
e. La famiglia come fornitrice di risorse
f. Scelte in condizioni di incertezza
PARTE 2: LE IMPRESE
a. L'impresa e i suoi obiettivi

b. Tecnologia e produzione
c. I costi
d. Approccio analitico alla tecnologia e ai costi
PARTE 3: IL MODELLO CONCORRENZIALE
a. L'impresa che non fa il prezzo
b. L'equilibrio nei mercati concorrenziali
c. Equilibrio economico generale ed economia del benessere
PARTE 4: IL POTERE DI MERCATO
a. Monopolio
b. Concorrenza monopolistica
c. Oligopolio e comportamento strategico
d. La teoria dei giochi
PARTE 5: ASSENZA DI MERCATI
a. Informazione asimmetrica
b. Esternalità e beni pubblici

Prerequisiti

Calcolo infinitesimale

Metodi didattici

lezioni frontali in presenza (occasionalmente ci potranno essere lezioni in presenza E streaming)

Modalità di verifica dell'apprendimento

esame scritto (possibilità di fare due esami parziali)

Testi di riferimento

Katz and Rosen, Microeconomia, McGraw Hill

M. Bonacina e P. De Micco MICROECONOMIA Esercizi, Egea

Periodo di erogazione dell'insegnamento

secondo semestre

Lingua di insegnamento

italiano

Sustainable Development Goals

SCONFIGGERE LA POVERTÀ | LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA | CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI