UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Industrial Organization

2526-2-F5602M014

Obiettivi formativi

Il corso, erogato in presenza e articolato in 56 ore di didattica frontale (lezioni e esercitazioni), fornisce un'introduzione aggiornata e di livello avanzato alla moderna economia industriale, con un taglio applicato e orientato all'analisi microeconomica del comportamento strategico delle imprese operanti in mercati imperfettamente competitivi.

L'obiettivo principale è quello di sviluppare le conoscenze e le competenze necessarie per comprendere le decisioni delle imprese dotate di potere di mercato, con particolare attenzione al cosiddetto marketing mix (scelte di prezzo, prodotto, promozione e distribuzione), nonché alle implicazioni di tali scelte in termini di benessere collettivo e agli strumenti di politica pubblica orientati alla tutela della concorrenza.

L'analisi è condotta con rigore teorico, ma orientata all'applicazione pratica, anche attraverso la discussione di casi studio. L'impostazione del corso mira a sviluppare una comprensione critica delle strategie d'impresa e della loro interazione con il contesto competitivo e istituzionale.

Le esercitazioni, svolte individualmente e discusse in aula, costituiscono parte integrante del percorso formativo e sono finalizzate a consolidare l'apprendimento dei modelli teorici e delle tecniche analitiche.

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di:

Conoscere e comprendere i principali modelli teorici dell'economia industriale contemporanea.

Comprendere il funzionamento dei mercati imperfettamente competitivi e le strategie delle imprese.

Applicare i modelli teorici e il linguaggio dell'economia industriale all'analisi di problemi concreti, teorici ed empirici, rilevanti per l'attività professionale o di ricerca.

Valutare criticamente le scelte strategiche delle imprese in diversi contesti di mercato, anche in relazione agli effetti distributivi e di efficienza.

Ci si attende inoltre che sia in grado di comunicare con chiarezza, utilizzando il linguaggio proprio dell'economia industriale, i risultati dell’analisi economica di settori industriali a interlocutori specialisti e non specialisti.

E che sia in grado di approfondire in autonomia modelli e temi più specifici non trattati nel corso, anche in vista di sviluppi professionali o di studio successivi.

Contenuti sintetici

Il corso si propone di fornire un'introduzione avanzata e aggiornata alla teoria dell'organizzazione industriale, compatibilmente con il tempo a disposizione.

Programma esteso

- Il comportamento dei consumatori: il sistema di domanda di consumo (sostituti e complementi) e gli associati indicatori di benessere.
- Le imprese in mercati competitivi ed il pricing in monopolio.
- Competizione imperfetta statica: duopoli/oligopoli price (Bertrand) e quantity (Cournot) setting, complementi e sostitui strategici.
- Aspetti dinamici della competizione imperfetta: modelli à la Stackelberg, leader e follower, vantaggi della prima o della seconda mossa, concorrenza monopolistica e entrata.
- Fonti del potere di mercato: la differenziazione del prodotto orizzontale (Hotelling), verticale e per varietà.
- Costi di entrata endogeni, concentrazione di mercato e oligopoli naturali.

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 (didattica erogativa): lo svolgimento in classe di esercizi coprirà circa il 20% del tempo.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame scritto finale basato su 2 esercizi volti a valutare l'abilità dello studente nell'applicare i concetti del corso ad una questione specifica e una domanda aperta intesa ad accertare la conoscenza teorica e modellistica acquisita. Ciascuna delle 3 parti vale 10 punti.
Lo studente può richiedere un addizionale esame orale: in tal caso il voto finale è la media aritmetica di quello dello scritto e dell'orale. In caso di mancato superamento della prova orale lo studente dovrà ripetere lo scritto.

Non è prevista alcuna prova intermedia, l'esame avrà luogo esclusivamente durante le sessioni di esame previste ufficialmente.

Testi di riferimento

Paul Belleflamme e Martin Peitz, *Industrial Organization- Markets and Strategies*, Cambridge University Press, (seconda edizione) 2015, capitoli 1-5 (esclusa sezione 5.4), capitolo 6: paragrafi 6-1 e 6-2 (sino a p. 145).

Periodo di erogazione dell'insegnamento

Primo Semestre

Lingua di insegnamento

Inglese

Sustainable Development Goals

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE