UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Strategie di Politica Industriale e Tutela della Concorrenza - 2

2526-1-F7703M002-F7703M002-1-T2

Obiettivi formativi

Il primo obiettivo del corso è quello di identificare le principali strutture di mercato, l'analisi dei comportamenti strategici delle imprese sulle politiche di prodotto (discriminazione di prezzo, qualità dei beni), le relazioni strategiche tra imprese e i modelli di analisi delle decisioni di impresa in condizione di incertezza, In secondo obiettivo è l'analisi sotto il profilo storico evolutivo delle istituzioni Antitrust. Sarà preposti alla perequazione dei conflitti economici: la tutela della concorrenza come tutela del consumatore, la tutela dell'impresa che subisce abusi di posizioni dominanti, in altre parole le parti deboli del mercato. Il terzo obiettivo è fornire allo studente la comprensione degli strumenti fondamentali dell'analisi e dell'intervento antitrust per le specifiche azioni di tutela della concorrenza. Il corso si soffermerà sugli strumenti di analisi economica per la definizione del mercato rilevante dei prodotti. Saranno successivamente trattati gli strumenti di analisi economica per definire i casi di "abuso di potere di mercato". Saranno analizzati i modelli economici per definire le intese tra imprese restrittive della concorrenza (cartelli, accordi etc). Infine saranno analizzate le strategie di integrazione verticale ed orizzontali utilizzate ed i vincoli antitrust a tali comportamenti.

Conoscenza e capacità di comprensione
Il corso fornisce una conoscenza approfondita delle principali strutture di mercato, dell'analisi dei comportamenti strategici delle imprese nelle politiche di prodotto (discriminazione di prezzo, qualità dei beni) e delle relazioni strategiche tra imprese. Inoltre, offre una prospettiva storica ed evolutiva delle istituzioni Antitrust, evidenziando il loro ruolo nella tutela della concorrenza e dei consumatori.

Conoscenza e capacità di comprensione applicate
Gli studenti acquisiranno strumenti di analisi economica (es: struttura del emrcato) e saranno in grado di applicare modelli economici per valutare le intese restrittive della concorrenza (cartelli, accordi) e per analizzare le strategie di integrazione verticale e orizzontale, considerando i vincoli imposti dalle normative Antitrust.

Autonomia di giudizio
Gli studenti svilupperanno la capacità di valutare criticamente l'efficacia degli strumenti di intervento Antitrust e delle politiche di tutela della concorrenza. Saranno in grado di formulare giudizi indipendenti sugli effetti economici di pratiche anticoncorrenziali e sulle strategie di regolamentazione dei mercati.

Abilità comunicative
Il corso favorisce lo sviluppo di competenze per comunicare in modo chiaro e strutturato le analisi sui mercati, sulle pratiche anticoncorrenziali e sulle strategie di intervento Antitrust. Attraverso delle discussioni, gli studenti acquisiranno la capacità di argomentare efficacemente le implicazioni economiche delle decisioni di regolamentazione.

Capacità di apprendere
Gli studenti acquisiranno le competenze metodologiche necessarie per approfondire autonomamente tematiche legate alla regolamentazione dei mercati, alle politiche Antitrust e agli strumenti di analisi economica applicati alla concorrenza.

Contenuti sintetici

Il mercato è una struttura fondamentale per il funzionamento delle moderne economie occidentali. Al contrario, per produrre risultati desiderabili le interazioni fra i soggetti hanno bisogno di una serie di riferimenti istituzionali stabili ed efficienti, un insieme di regole che assicurino la tutela della concorrenza della libertà della concorrenza. Senza il sostegno di queste regole, si perde la proprietà essenziale del mercato come specifica istituzione economica, ossia quella di generare un sistema di prezzi che allochi le risorse economiche ai loro scopi nella maniera più efficiente possibile.

Programma esteso

1 Introduzione-Teoria dell'impresa, Richiami Monopolio Monopsonio

2. Monopolio, monopsonio Imprese dominati

3 Cartelli: comportamenti coordinati in oligopolio, Oligopolio non cooperativo

4 Oligopolio non cooperativo, Differenziazione dei prodotti e concorrenza monopolistica

5 Modelli di Localizzazione, Discriminazione del prezzo

6 Metodi complessi per la determinazione del prezzo

7 Comportamneto strategico cooperativo e non cooperativo

8 Integrazione verticale Restrizioni Verticali

9 Struttura Industriale/brevetti ed innovazione tecnologica

10 Informazione Incompleta sui prezzi

11 Informazione Incompleta sui qualità

12 Regolazione ex Ante ed Ex Post

13 Tutela della concorrenza: storia/obiettivi/normativa

14 Potere di mercato e benessere sociale

15 Le principali fattispecie di condotte abusive della concorrenza nell’ordinamento europeo

16 La definizione di mercato rilevante/la valutazione del potere di mercato

17 Collusione e accordi orizzontali

18 Fusioni orizzontali

29 Restrizioni verticali

Prerequisiti

Corsi introduttivi di microeconomia ed economia aziendale

Metodi didattici

Lezioni frontali e seminari integrativi

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame scritto senza test intermedi

Testi di riferimento

1. D.W. Carlton- J.M.Perloff "Organizzazione industriale" 3° Ed., Mc Graw Hill (Terza edizione 2012). Tutto il Testo

2. M. Motta e M. Polo "ANTITRUST Economia e Politica della Concorrenza". Il Mulino, Bologna, 2005.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

I Semestre

Lingua di insegnamento

Italiano

Sustainable Development Goals

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE