UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

# SYLLABUS DEL CORSO

## Microeconomia - 2

**2526-1-E1808M004-T2**

---

### Obiettivi formativi

Il corso si propone di introdurre gli studenti ai principali temi della microeconomia, ovvero la teoria neoclassica delle scelte dei consumatori e delle imprese. Ampia attenzione verrà data al funzionamento dei mercati, siano essi concorrenziali o meno. Infine verranno trattati i principali fallimenti del mercato.
Al termine del corso, lo studente:

- avrà acquisito una conoscenza di base dei concetti fondamentali della teoria economica, con particolare attenzione all'analisi microeconomica (Conoscenza e capacità di comprensione);
- sarà in grado di comprendere, analizzare e spiegare le scelte microeconomiche, anche in contesti quotidiani, nonché le politiche microeconomiche (Conoscenza e capacità di comprensione applicate);
- avrà sviluppato la capacità di interpretare i fenomeni economici e il pensiero critico necessario a valutare l'adeguatezza degli interventi pubblici nell'economia (Autonomia di giudizio);
- sarà in grado di comunicare efficacemente i concetti economici appresi, anche attraverso l'uso di grafici e strumenti matematici (Abilità comunicative);
- disporrà degli strumenti necessari per interpretare situazioni economiche della vita quotidiana e sarà in grado di utilizzarli nella risoluzione di problemi economici (Capacità di apprendere).

### Contenuti sintetici

Durante il corso verranno trattati i seguenti argomenti:

- Introduzione alla microeconomia
- Il consumatore e l'impresa: la logica alla base delle scelte del consumatore e delle imprese.
- Concorrenza, monopolio e interazione strategica: il funzionamento dei mercati
- I fallimenti del mercato.

## Programma esteso

INTRODUZIONE

1.Problemi di analisi economica

2.Domanda e offerta

IL CONSUMATORE

3.Le preferenze del consumatore e il concetto di utilità

4.La teoria della scelta del consumatore

5.La teoria della domanda

L'IMPRESA

6.La teoria della produzione

7.Costi e minimizzazione dei costi

8.Le curve di costo

CONCORRENZA, MONOPOLIO E INTERAZIONE STRATEGICA

9.La concorrenza perfetta

10.Mercati concorrenziali: applicazioni

11.Il monopolio

12.Discriminazione del prezzo e pubblicità

13.Teoria dei giochi e comportamento strategico

14.Struttura di mercato e concorrenza

ALCUNI FALLIMENTI DEL MERCATO

15.Scelte in condizioni di incertezza

16.Esternalità e beni pubblici

## Prerequisiti

Sufficienti abilità di logica e cultura generale e ragionevoli capacità di apprendimento, di scrittura e di comunicazione orale.

## Metodi didattici

Il corso prevede:

- 47 ore di lezioni frontali in modalità erogativa in cui verranno presentati i principali concetti e i modelli teorici della microeconomia.
- 25 ore in modalità interattiva, durante le quali si svolgeranno esercitazioni individuali e in gruppo, lavoro di approfondimento e giochi interattivi per approfondire i modelli teorici di scelta individuale e interazione strategica e le reazioni individuali.
  Il corso sarà erogato in presenza.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

L’esame avverrà in forma scritta. Gli studenti frequentanti hanno la possibilità di dividere l’esame in due parti, sostenendo le prove parziali.

La parte scritta è divisa in due parti. La prima è un test a risposta multiplipla. La seconda invece consta di domande aperte.

## Testi di riferimento

Microeconomia 7/ed

Katz, M., Rosen, H. Bollino, C. and Morgan, W.

McGrawHill editore.

## Periodo di erogazione dell'insegnamento

Secondo semestre

## Lingua di insegnamento

Italiano

## Sustainable Development Goals