UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Microeconomia - 2

2627-1-E1806M004-E1806M004-1-T2

Obiettivi formativi

1. Conoscenza e capacità di comprensione (Knowledge and Understanding)

- Comprendere la teoria delle scelte del consumatore e le determinanti della domanda individuale e aggregata, inclusa l'analisi del benessere, delle scelte intertemporali e in condizioni di incertezza.
- Conoscere la teoria della produzione, la struttura dei costi e la tecnologia dell'impresa sia in forma descrittiva che tramite l'approccio analitico/formale.
- Distinguere le diverse forme di mercato (concorrenza perfetta, monopolio, concorrenza monopolistica e oligopolio) e i relativi meccanismi di determinazione del prezzo e della quantità di equilibrio.
- Comprendere i concetti di efficienza allocativa, equilibrio economico generale, teoria dei giochi ed economia del benessere.
- Riconoscere le cause dei fallimenti del mercato legati ad asimmetrie informative, esternalità e natura dei beni pubblici.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione (Applying Knowledge and Understanding)

- Risolvere problemi analitici di massimizzazione dell'utilità del consumatore e di minimizzazione dei costi / massimizzazione del profitto dell'impresa.
  -Formalizzare e calcolare l'impatto di variazioni di prezzo, reddito, imposte e sussidi sul benessere dei consumatori e sul surplus sociale.
- Applicare la teoria dei giochi elementare per modellizzare e analizzare le decisioni strategiche di prezzo e offerta nelle interazioni oligopolistiche e concorrenziali tipiche dei mercati reali.
- Valutare quantitativamente le conseguenze del potere di mercato e identificare la struttura di incentivi appropriata in presenza di azzardo morale o selezione avversa.

3. Autonomia di giudizio (Making Judgements)

- Valutare criticamente l'efficienza delle diverse forme di mercato e il trade-off tra efficienza ed equità.
- Analizzare in autonomia la sostenibilità di strategie aziendali in contesti competitivi e l'impatto di

regolamentazioni pubbliche sui comportamenti di imprese e consumatori.
-Interpretare le cause di malfunzionamento dei mercati reali e la necessità di eventuali interventi correttivi o di responsabilità sociale d'impresa.

4. Abilità comunicative (Communication Skills)

- Esporre con rigore logico-formale e con un linguaggio tecnico appropriato concetti, modelli e risultati microeconomici.
- Utilizzare in modo efficace la rappresentazione grafica e la formalizzazione matematica per illustrare le relazioni tra le variabili economiche (domanda, offerta, costi, elasticità, equilibri).
- Presentare e argomentare con chiarezza le implicazioni delle scelte di prezzo e di posizionamento competitivo di un'impresa nei confronti di interlocutori tecnici e manageriali.

5. Capacità di apprendimento (Learning Skills)

- Sviluppare una forma mentis analitica fondamentale per affrontare con successo i corsi successivi della laurea triennale in ambito economico, finanziario e di marketing.
- Acquisire la capacità di consultare e comprendere in autonomia report di mercato, articoli accademici e documenti di politica economica che fanno uso di modelli microeconomici.

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)
verrano svolti nel dettaglio gli esercizi materia d'esame (e lo svolgimento caricato sul sito di elearning)
alla fine di ogni argomento useremo wooclap come ripasso con domnde a risposta multipla molto simili a querlle dell'esame

Modalità di verifica dell'apprendimento

esame scritto (possibilità di fare due esami parziali)

L'esame dura 90 minuti ed è composto da due parti
PARTE 1 diciotto domande a risposta multipla (risposta esatta 1 punto, risposta non data 0 punti, risposta errata meno 0,25 punti)
PARTE 2 due esercizi (7 punti ciscuno) molto simili a quelli svolti durante il corso

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