# MANAGEMENT DIGITALE (LB46)

(Lecce - Università degli Studi)

## Insegnamento ECONOMIA DELL'INNOVAZIONE

GenCod A005229

**Docente titolare** EMANUELE GRASSI

**Insegnamento** ECONOMIA DELL'INNOVAZIONE

**Insegnamento in inglese** ECONOMY OF INNOVATION

**Settore disciplinare** SECS-P/01

**Corso di studi di riferimento** MANAGEMENT DIGITALE

**Tipo corso di studi** Laurea

**Crediti** 8.0

**Ripartizione oraria** Ore Attività frontale: 48.0

**Per immatricolati nel** 2018/2019

**Erogato nel** 2019/2020

**Anno di corso** 2

**Lingua** ITALIANO

**Percorso** GENERALE

**Sede** Lecce

**Periodo** Primo Semestre

**Tipo esame** Orale

**Valutazione** Voto Finale

**Orario dell'insegnamento** https://easyroom.unisalento.it/Orario

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso esamina gli aspetti economico-istituzionali alla base della comprensione del funzionamento e dei problemi di regolamentazione dei mercati in cui il cambiamento tecnologico-digitale è predominante. Il corso tratta inizialmente di alcuni dei sistemi di incentivi che le nostre società hanno creato per stimolare il progresso tecnologico e scientifico. Successivamente, il corso si dedica allo studio dei mercati caratterizzati dalla presenza di piattaforme digitali approfondendo gli elementi strutturali di tali mercati, le tecniche di pricing adottate dalle imprese e i problemi di regolamentazione.

PREREQUISITI

Sebbene non siano previste specifiche propedeuticità, ci si aspetta che lo studente abbia familiarità con i concetti basilari della microeconomia, sia in grado di risolvere equazioni, disequazioni e sistemi di equazioni lineari, sappia applicare le regole di derivazione per funzioni ad una o più variabili e sia in grado di risolvere problemi di ottimizzazione libera e vincolata di funzioni in una o più variabili.

## OBIETTIVI FORMATIVI

Obiettivi formativi

Il corso ha l'obiettivo di dotare lo studente degli strumenti teorici e metodologici necessari alla comprensione del comportamento economico di individui e imprese nei mercati caratterizzati da progresso tecnologico e digitalizzazione. Al termine del corso lo studente conosce e comprende i princìpi economici alla base delle scelte su innovazione e ICTs, comprende il funzionamento dei mercati two-sided. Lo studente, infine, apprende il modo attraverso cui applicare gli strumenti e i metodi di analisi alla digital economy.

Coerentemente con gli obiettivi formativi del Corso di Laurea in Management digitale, i risultati dell'apprendimento attesi sono declinabili in base ai Descrittori di Dublino, secondo lo schema seguente:

Conoscenze e comprensione

Gli studenti acquisiscono conoscenze e capacità di comprensione dei modelli di analisi del comportamento strategico di individui e imprese in presenza di reti e nella digital economy.

Capacità di applicare conoscenze e comprensione

Lo studente applica le conoscenze apprese durante il corso all'analisi delle decisioni di investimento in R&S e innovazione. Lo studente comprende e valuta gli esiti dei mercati digitali, individua possibili inefficienze, isola le fonti di tali inefficienze e elabora strategie di mercato e meccanismi efficienti di allocazione delle risorse in mercati caratterizzati da esternalità di rete e beni intangibili. Lo studente è in grado di comprendere il contenuto di testi e documenti che fanno riferimento a temi dell'economia dell'innovazione e di individuare i fattori che guidano le decisioni economiche di imprese e consumatori.

Autonomia di giudizio

Le conoscenze apprese durante il corso consentiranno agli studenti di essere in grado di esprimere giudizi autonomi sulle implicazioni derivanti dalle scelte degli agenti economici in contesti caratterizzati da innovazioni e ICT. Lo studente saprà, inoltre, giudicare gli esiti di mercato nelle differenti forme di mercato. Egli, infine, sarà in grado di formulare giudizi di valutazione sugli effetti delle principali politiche pubbliche di intervento sui prezzi o sulle quantità scambiate.

Abilità comunicative

Le conoscenze apprese durante il corso permetteranno agli studenti di discutere le proprie idee, sollevare problemi e proporre soluzioni riguardanti gli aspetti microeconomici del funzionamento dei mercati two-sided. Lo studente è altresì in grado di redigere documenti su temi di economia dell'innovazione.

Capacità di apprendimento

Al termine del corso lo studente avrà acquisito le conoscenze necessarie che permettono di

## METODI DIDATTICI

L'insegnamento consiste in 48 ore di lezioni frontali suddivise tra teoria ed esercitazioni. Le esercitazioni consistono nella risoluzione di esercizi e problemi.

MODALITA' D'ESAME

**Per gli appelli che si svolgeranno in modalità telematica l'esame prevede domande orali sull'intero programma svolto durante l'anno. Per le risposte che richiedono rappresentazioni grafiche e discussione dei modelli teorici, lo studente potrà avvalersi di supporto cartaceo e mostrare la propria risposta attraverso webcam.**

La verifica consiste in un esame finale scritto. L'esame è composto da cinque/sei quesiti ciascuno dei quali articolato in esercizi numerici e/o domande teoriche.
Le domande teoriche sono improntate alla verifica della conoscenza e capacità di comprensione, dell'autonomia di giudizio, delle abilità comunicative, della capacità di sintesi e della capacità di applicare conoscenza e comprensione. Gli esercizi sono strutturati in modo da valutare le capacità di applicare conoscenza e comprensione, le capacità di sintesi e l'autonomia di giudizio. Essi riguardano sia la risoluzione numerica di problemi sugli argomenti affrontati nel programma che il commento dei vari passaggi, nonché la realizzazione e descrizione dei grafici.
Il voto minimo per superare l'esame (18/trentesimi) implica che lo studente dimostra un livello di conoscenza elementare della materia, riesce a impostare gli elementi base dei modelli economici e/o dei grafici utili all'analisi, sviluppa le domande teoriche con una padronanza di linguaggio sufficiente e dimostra di saper applicare i principali modelli economici trattati e impostare i calcoli necessari alla risoluzione degli esercizi.
Il voto finale di trenta e lode implica aver risposto a tutte le parti della verifica in maniera eccellente.
Studenti frequentanti, studenti non frequentanti, studenti lavoratori e studenti Erasmus dovranno attenersi al medesimo programma e alle medesime modalità d'esame.
Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo paola.martino@unisalento.it

APPELLI D'ESAME

Il calendario delle prove d'esame è disponibile al seguente link:
http://www.economia.unisalento.it/536

ALTRE INFORMAZIONI UTILI

Istruzioni per l'iscrizione al corso sulla piattaforma Classroom (GSuite):

1. Aprite il browser (es. Chrome, Firefox, ecc.)
2. Collegatevi alla pagina https://classroom.google.com/
3. Controllate in alto a destra di aver eseguito il login con le vostre credenziali @unisalento
4. Se non siete loggati con le credenziali unisalento, ma con il vostro account @google personale, dovete effettuare il logout ed effettuare il login con username e password del vostro account @unisalento
5. In alto a destra cliccate sul pulsante "+" e scegliete "iscriviti al corso"
6. Nella finestra popup che vi appare, inserite il codice del corso fornito a lezione (se siete studenti non frequentanti, la password verrà fornita per email)

PROGRAMMA ESTESO

*I Mercati Digitali*
Efficienza dei mercati
Dispersione dei prezzi
Il modello di Shy
Il modello di Varian
Gatekeepers
Versioning e bundling
(Cap.1 e cap.2 con esclusione del par.2.5)

*Esternalità di rete*
Domanda di accesso alla rete
Equilibri multipli e massa critica
Il modello di Arthur
Il modello di Katz e Shapiro
(Cap. 3 con esclusione dei parr. 3.4 3.5 3.6)

*Le reti a due versanti*
Strategie di prezzo nei mercati two-sided
(Cap. 4 fino a pag. 133)

*Brevetti*
Brevetti e innovazione isolata
Brevetti e innovazione cumulativa: il modello di Green e Scotchmer
(Cap.6 fino a p.213)

*Aste*
(dispensa presente nel materiale didattico)

*Aspetti antitrust dei mercati high tech*
(Cap. 8)

TESTI DI RIFERIMENTO

Comino, S., Manenti, F. (2011). Economia di Internet & delle Information And Communication Technology. Giappichelli ed.

Per un ripasso delle forme di mercato:
Tirole, J. (2006). Teoria dell'organizzazione industriale: teoria dell'impresa: analisi teorica dei mercati: monopolio, oligopolio e concorrenza: interazione strategica e teoria dei giochi. U. Hoepli ed.

Letture consigliate:
Acquisti, A., Taylor, C., & Wagman, L. (2016). The Economics of Privacy. Journal of Economic Literature, 54(2), 442-492.
Armstrong, M (2006), "Competition in Two-Sided Markets", RAND Journal of Economics, 37:668-691.
Evans, D. and R. Shamalense (2012) "The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses", Working Paper, University of Chicago Law School.
Evans, D. and R. Shamalense (2012) Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms, Harvard Business Review Press.
Menell, P.S., and Scotchmer, S.(2007) Intellectual Property Law, Handbook of law and economics. Elsevier. Polinsky, A. M., & Shavell, S. (Eds.).Rochet, J-J and J.
Tirole (2003) "Platform Competition in Two-Sided Markets", Journal of the European Economic Association, 1:990-1029.

Ulteriore materiale di approfondimento sarà suggerito in aula dal docente