

ECONOMIA AZIENDALE (LB05)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento ECONOMIA INDUSTRIALE

GenCod 14726

Docente titolare FABRIZIO STRIANI

Insegnamento ECONOMIA INDUSTRIALE

Insegnamento in inglese INDUSTRIAL ECONOMICS

Settore disciplinare SECS-P/01

Anno di corso 3

Lingua ITALIANO

Percorso MANAGERIALE

Corso di studi di riferimento ECONOMIA AZIENDALE

Tipo corso di studi Laurea

Sede Lecce

Crediti 6.0

Periodo Primo Semestre

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 48.0

Tipo esame Scritto e Orale Congiunti

Per immatricolati nel 2017/2018

Valutazione Voto Finale

Erogato nel 2019/2020

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

I corso presenta una rassegna dei temi della teoria dell'organizzazione industriale e introduce ai temi della politica della concorrenza e della regolamentazione. Lo studio delle determinanti del comportamento delle imprese e della struttura dei mercati si sviluppa attraverso modelli di analisi formale che impiegano, nell'ipotesi di interazione strategica tra imprese, gli strumenti classici della teoria di giochi. Le strategie d'impresa su mercati monopolistici e oligopolistici sono prese in considerazione nei contesti classici di competizione e con riferimento a fattori quali le scelte rispetto alla qualità, alla capacità produttiva, al grado di differenziazione dei prodotti, ai processi di fusione e di entrata sui mercati, agli investimenti in pubblicità o in R&S. Il corso fornisce per ultimo gli strumenti di analisi e interpretazione delle relazioni verticali e della collusione tra imprese.

PREREQUISITI

Conoscenze di Microeconomia

OBIETTIVI FORMATIVI

I corso presenta una rassegna dei temi della teoria dell'organizzazione industriale e introduce ai temi della politica della concorrenza e della regolamentazione. Lo studio delle determinanti del comportamento delle imprese e della struttura dei mercati si sviluppa attraverso modelli di analisi formale che impiegano, nell'ipotesi di interazione strategica tra imprese, gli strumenti classici della teoria di giochi. Le strategie d'impresa su mercati monopolistici e oligopolistici sono prese in considerazione nei contesti classici di competizione e con riferimento a fattori quali le scelte rispetto alla qualità, alla capacità produttiva, al grado di differenziazione dei prodotti, ai processi di fusione e di entrata sui mercati, agli investimenti in pubblicità. Il corso fornisce anche gli strumenti di analisi e interpretazione delle relazioni verticali e della collusione tra imprese. Il corso discute inoltre le determinanti dell'innovazione tecnologica, gli incentivi delle imprese ad innovare e il sistema dei diritti di proprietà intellettuale nella forma di brevetti e licenze.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali. Esercitazioni.

MODALITA' D'ESAME

Prova scritta obbligatoria, prova orale facoltativa.

Per gli appelli che si svolgeranno in modalità telematica l'esame prevede la somministrazione di esercizi e domande orali.

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

ALTRE INFORMAZIONI UTILI

Il corso prevede lo svolgimento di una prova intermedia sulla prima parte del programma.

PROGRAMMA ESTESO

La teoria dell'organizzazione industriale per l'analisi dei mercati e la disciplina antitrust Struttura di mercato e potere di mercato

La discriminazione di prezzo: prezzi lineari e non lineari

Varietà e qualità del prodotto in monopolio

Oligopolio e interazione strategica

- Giochi simultanei e giochi sequenziali
- Il modello di Cournot e il modello di Bertrand rivisitati
- La concorrenza in presenza di vincoli di capacità
- La differenziazione del prodotto
- La concorrenza sequenziale nei prezzi e nelle quantità

Strategie anticompetitive

- Prezzo limite e deterrenza all'entrata

La concorrenza dinamica

- Giochi ripetuti
- Cartelli e collusione implicita

Le relazioni contrattuali tra imprese

- Le fusioni orizzontali
- Le fusioni e le restrizioni verticali

Pubblicità e potere di mercato

- Cenni introduttivi
- L'investimento ottimo in pubblicità e la condizione di Dorfman-Steiner

Ricerca e sviluppo

- Struttura di mercato e incentivi all'innovazione
- Competizione e cooperazione in R&D in presenza di spillover

N.B.: il programma per studenti frequentanti e studenti non frequentanti è lo stesso

TESTI DI RIFERIMENTO

Pepall L., Richards D.J., Norman G., Calzolari G. (2013), Organizzazione Industriale, McGraw-Hill Italia.