COMUNICAZIONE PUBBLICA, ECONOMICA E ISTITUZIONALE (LM64)

(Università degli Studi)

Insegnamento ECONOMIA DEI MEDIA MODULO B

GenCod A004485

Docente titolare FABRIZIO STRIANI

Insegnamento ECONOMIA DEI MEDIA MODULO B

Insegnamento in inglese Media economics - module B

Settore disciplinare SECS-P/02

Corso di studi di riferimento COMUNICAZIONE PUBBLICA,

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 6.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 30.0

Per immatricolati nel 2020/2021

Erogato nel 2021/2022

Anno di corso 2

Lingua

Percorso PERCORSO COMUNE

Sede

Periodo Secondo Semestre

Tipo esame Orale

Valutazione

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

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO	Il corso prende in esame i settori dei mass media e delle ICT di cui descrive gli elementi costitutivi comuni e il contesto istituzionale, concorrenziale e regolatorio in cui operano imprese e istituzioni. Nel Modulo B, vengono proposti temi di analisi economica dei mercati, con particolare riferimento all'analisi delle caratteristiche strutturali e delle proprietà di efficienza dei mercati, delle strategie di impresa e degli effetti generati dalla presenza di esternalità e di beni pubblici. L'analisi è condotta anche in una prospettiva di *policy*, con costante riferimento ai mercati che caratterizzano la società dell'informazione e l'economia digitale.
PREREQUISITI	Conoscenze di Microeconomia di base
OBIETTIVI FORMATIVI	Il corso intende offrire una conoscenza approfondita degli scenari competitivi, del contesto istituzionale e regolatorio in cui operano imprese e istituzioni nei diversi settori dei media e delle ICT. L'analisi economica di tali settori è preordinata all'acquisizione da parte dello studente di competenze in materia di gestione dei processi competitivi, che richieda la valutazione dei profili regolatori, delle implicazioni strategiche e delle opportunità di crescita legate allo sviluppo della comunicazione e all'adozione delle ICT.
METODI DIDATTICI	Lezioni frontali
MODALITA' D'ESAME	Prova orale
ALTRE INFORMAZIONI UTILI	Le lezioni avranno inizio il 7 marzo 2022. L'esame sugli argomenti inclusi nel Modulo B del corso si terrà contestualmente allo svolgimento dell'esame sui contenuti del Modulo A.

PROGRAMMA ESTESO

Contenuti del Modulo B

- Concorrenza e monopolio: i due estremi della performance di mercato
- Tecnologia e costi di produzione
- L'efficienza dei mercati
- Strategie di prezzo e strategie non di prezzo (discriminazione di prezzo, differenziazione del prodotto, pubblicità)
- I mercati oligopolistici
- Indici di concentrazione e indici di misurazione del potere di mercato
- Le relazioni verticali tra imprese e la struttura verticale dei mercati
- Esternalità e beni pubblici
- L'economia di Internet e delle ICT
- I mercati digitali e l'economia dei beni informazione
- L'evoluzione dei media e la rivoluzione digitale

TESTI DI RIFERIMENTO

Testi consigliati

- Cabral. L. (2018), curatore L. Lambertini, *Economia Industriale*, Carocci (Parti I-IV)
- Comino, S., Manenti, F. (2011), *Economia di Internet & delle ICT*. Giappichelli (Capitoli 1-2)