

COMUNICAZIONE PUBBLICA, ECONOMICA E ISTITUZIONALE (LM64)

(Università degli Studi)

Insegnamento ECONOMIA DEI MEDIA MODULO B

GenCod A004485

Docente titolare Marcella SCRIMITORE

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 2016/2017

Erogato nel 2017/2018

Anno di corso 2

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSO COMUNE

Sede

Periodo

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 e di competizione oligopolistica in cui operano le imprese. Nella prima parte, vengono esaminati gli effetti della digitalizzazione dei contenuti sulle strategie di impresa e si approfondiscono temi legati all'Economia di Internet, con riferimento anche al ruolo delle politiche pubbliche e al sistema dei diritti di proprietà intellettuale. Il corso offre, nella seconda parte, una caratterizzazione dei media come mercati a due versanti (*two-sided markets*) in cui sono presenti piattaforme che operano quali intermediari tra il pubblico dei lettori/spettatori/ascoltatori e gli inserzionisti pubblicitari. Per ultimo, il corso si sofferma sui settori dei media tradizionali e dei nuovi media (o media digitali), delineandone la struttura di mercato e gli scenari competitivi, nonché illustrandone i profili regolatori e di politica antitrust.

PREREQUISITI

Conoscenze base di Economia Politica

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali. Presentazione casi di studio. Testimonianze

MODALITA' D'ESAME

Prova scritta (prova orale facoltativa)

PROGRAMMA ESTESO

- Richiami di Microeconomia
- I mercati digitali e l'economia dei beni di informazione
- L'economia di Internet e delle ICT
- Innovazione e diritti di proprietà intellettuale (imitazione, open source e file sharing)
- Politiche pubbliche e aspetti antitrust nei mercati delle ICT
- L'evoluzione dei media e la rivoluzione digitale
- I media come piattaforme di un mercato a due versanti
- Piattaforme digitali e media tradizionali: sostituti o complementi?
- Il sistema delle telecomunicazioni
- I mezzi di comunicazione a stampa
- La televisione
- L'industria cinematografica
- Regolazione e aspetti antitrust nei mercati dei media

TESTI DI RIFERIMENTO

Doyle, G. (2013), *Understanding media economics*. Sage.

Comino, S., Manenti, F. (2011), *Economia di Internet & delle ICT*. Giappichelli.

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Relazione Annuale 2017, disponibile all'indirizzo <https://www.agcom.it/relazioni-annuali> (sezione 2.2)