

Principali informazioni sull'insegnamento	
Titolo insegnamento	Economia Industriale
Corso di studio	Laurea triennale in Marketing e Comunicazione d'Azienda
Crediti formativi	8
Denominazione inglese	Industrial Organization
Obbligo di frequenza	No
Lingua di erogazione	Italiano

Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo Mail
	Ernesto Somma	ernesto.somma@uniba.it

Dettaglio credi formativi	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	Economico	SECS-P/06	8

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	Primo semestre
Anno di corso	II
Modalità di erogazione	Lezioni frontali Esercitazioni

Organizzazione della didattica	
Ore totali	56
Ore di lezioni frontali	50
Ore di esercitazioni e laboratori	6 FORSE AUMENTEREI LE ORE QUI 8 O 10

Calendario	
Inizio attività didattiche	20 settembre 2016
Fine attività didattiche	13 dicembre 2016

Syllabus	
Prerequisiti:	Propedeuticità di Istituzioni di Economia Politica.
Risultati di apprendimento previsti	Lo studente, alla fine del corso, avrà conoscenza dei modelli di base della teoria economica riguardanti il funzionamento dei mercati e il comportamento strategico delle imprese. Inoltre, svilupperà capacità di interpretare i fatti economici riguardanti il funzionamento dei mercati e le strategie di impresa. Il corso mira anche a fornire conoscenze di base relativamente all'impiego di metodi della ricerca empirica ed econometrica per la misurazione e interpretazione dei comportamenti e le strategie di impresa. I contenuti del corso e le modalità di interazione in classe

	<p>sollecitano gli studenti a discutere e a confrontarsi con il docente in relazione all'applicazione dei modelli teorici all'interpretazione del funzionamento effettivo dei mercati e quindi a maturare personale autonomia di giudizio.</p> <p>Nel corso delle esercitazioni gli studenti sono invitati a discutere la soluzione degli esercizi svolti in pubblico e a rispondere a domande.</p>
Contenuti di insegnamento	<p>Lo scopo del corso è quello di fornire un'introduzione allo studio dell'economia industriale quale base analitica per la comprensione della strategia delle imprese e per lo sviluppo di una rigorosa capacità di pensiero strategico.</p> <p>Verranno approfondite l'analisi teorica relativa alle forme di mercato e all'Organizzazione Industriale con riferimento particolare alla formazione dei prezzi e alle politiche strategiche delle imprese.</p> <p>Il corso è suddiviso in cinque parti.</p> <p>Nella prima saranno presentati i fondamentali strumenti utilizzati durante tutto il corso (analisi dei costi, la funzione di domanda, concetti di base della teoria dei giochi).</p> <p>Nella seconda parte, verranno analizzati i paradigmi dell'economia industriale (concorrenza perfetta e monopolio) con estensione allo studio delle diverse forme di discriminazione di prezzo.</p> <p>La terza e quarta parte del corso saranno focalizzate sullo studio dei mercati imperfettamente concorrenziali quali l'oligopolio (nelle sue varie forme) e la concorrenza monopolistica.</p> <p>In questa parte, verranno introdotte le strategie dei prezzi predatori e le strategie di costo che le imprese possono attuare per danneggiare le rivali, la collusione e i cartelli in giochi ripetuti, la concorrenza non di prezzo (pubblicità etc.)</p> <p>La parte finale del corso fornisce un'introduzione a due temi speciali: le industrie a rete e le politiche di regolamentazione.</p>

Programma	
Testi di riferimento	L. Pepall, D. J. Richards e G. Norman, <i>Organizzazione Industriale</i> , II Edizione, 2013, McGraw Hill. (Capitoli da I a 14, 17, 19 e 20)
Note ai testi di riferimento	
Metodi didattici	
Metodi di valutazione	Esame scritto composto da un esercizio a scelta tra due e tre domande a risposta aperta.
Criteri di valutazione	Per gli esercizi il criterio di valutazione è legato alla completezza dello svolgimento dello stesso e alla correttezza dei calcoli svolti. Nella risposta alle domande lo studente dovrà dar prova di

	conoscere i modelli teorici di riferimento, di comprenderne i limiti interpretativi e applicativi e di saper correlare tali modelli a effettive situazioni di mercato.
Altro	