

<b>Principali informazioni sull'insegnamento</b>	
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

<b>Docente responsabile</b>	Nome Cognome	Indirizzo Mail
	Ernesto Somma	ernesto.somma@uniba.it

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

<b>Modalità di erogazione</b>	
Periodo di erogazione	Primo semestre
Anno di corso	II
Modalità di erogazione	Lezioni frontali Esercitazioni

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

<b>Calendario</b>	
Inizio attività didattiche	20 settembre 2016
Fine attività didattiche	13 dicembre 2016

<b>Syllabus</b>	
Prerequisiti:	Propedeuticità di Istituzioni di Economia Politica.
Risultati di apprendimento previsti	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>I contenuti del corso e le modalità di interazione in classe</p>

	<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>

<b>Programma</b>	
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	