**CORSO DI STUDIO Laurea Magistrale Competizione Strategica e Marketing Digitale**

**ANNO ACCADEMICO 2023-2024**

**Economia dei Mercati Digitali**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Principali informazioni sull’insegnamento** | | | | | | |
| Anno di corso | | 2023-2024 | | | | |
| Periodo di erogazione | | Primo Semestre | | | | |
| Crediti formativi universitari (CFU/ETCS): | | 8 | | | | |
| SSD | | SECS-P01 | | | | |
| Lingua di erogazione | | Italiano | | | | |
| Modalità di frequenza | | In presenza | | | | |
|  | |  | | | | |
| **Docente** | |  | | | | |
| Nome e cognome | | Raffaele Lagravinese | | | | |
| Indirizzo mail | | [raffaele.lagravinese@uniba.it](mailto:raffaele.lagravinese@uniba.it) | | | | |
| Telefono | |  | | | | |
| Sede | | **Dipartimento di Economia e Finanza** | | | | |
| Sede virtuale | |  | | | | |
| Ricevimento | | (previo appuntamento) | | | | |
|  | |  | |  | |  |
| **Organizzazione della didattica** | |  | | | | |
| **Ore** | | | | | | |
| Totali | Didattica in presenza | | Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro) | | Studio individuale | |
| *200* | *56* | |  | | *144* | |
| **CFU/ETCS** | | | | | | |
| *8* |  | |  | |  | |
|  | |  | | | | |
| **Obiettivi formativi** | | L'insegnamento si propone di fornire le conoscenze teoriche di base per l'analisi dell'economia dei mercati digitali. Al termine del corso lo studente acquisisce la conoscenza dei principali elementi tecno-economici ed istituzionali che regolano i mercati digitali, le particolari tipologie di comportamento che caratterizzano la domanda da parte dei consumatori, l’offerta da parte dei produttori ed i conseguenti processi di diffusione generati nei sistemi economici dalla loro interazione. | | | | |
| **Prerequisiti** | | Microeconomia | | | | |
|  | |  | | | | |
| **Metodi didattici** | |  | | | | |
|  | |  | | | | |
| **Risultati di apprendimento previsti** | | L’insegnamento mira ad offrire allo studente i principali strumenti teorico/metodologici necessari ad una comprensione dei principali elementi che caratterizzano i mercati digitali, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo. | | | | |
| **Contenuti di insegnamento (Programma)** | | The Digital Economy  Information and Communication Technologies  Convergence of Technologies and Services  Digital Economy Ecosystem  Digital Market Evolution  Digital Goods and Services  Production Models  Value Creation Models and Competitive Strategy  Network Effects  Multisided Platforms  Path Dependence  Lock-In and Switching Costs  Digital Monopolies and Oligopolies  Mergers and Acquisitions Standards  The Long Tail  Digital Markets  Digital Market Modeling  Digital Business Models  Big Data Economics  Net Neutrality  Digital Regulation | | | | |
| **Testi di riferimento** | | Øverby, H., & Audestad, J. A. (2021). *Introduction to digital economics: Foundations, business models and case studies*. Springer Nature.  Pepall, L., Richards, D. J., Norman G. e Calzolari, G., “Organizzazione Industriale” IV edizione, Mc Graw Hill Education.  Belleflamme P. e Peitz M. (2021), The Economics of Platform, Cambridge University Press. Liberamente scaricabile: https://www.cambridge.org/core/books/economics-of-platforms/1465A930513786676D369128B0AF9D21 | | | | |
| **Note ai testi di riferimento** | |  | | | | |
| **Materiali didattici** | | Slides | | | | |
|  | |  | | | | |
| **Valutazione** | |  | | | | |
| Modalità di verifica dell’apprendimento | | Project Work/ Esame Scritto | | | | |