**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  |
| 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 ServicesProduction 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 ModelsBig 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 |