

Nome docente	Ernesto Somma
Corso di laurea	Marketing e Comunicazione d'Azienda
Anno accademico	2015-2016
Periodo di svolgimento	I semestre
Crediti formativi universitari (CFU)	8
Settore scientifico disciplinare	SECS-P/06

Programma di Economia Industriale (a.a. 2015-2016)
(Prof. Ernesto Somma)

Università degli Studi di Bari Aldo Moro
I Facoltà di Economia
Corso di Laurea Marketing e Comunicazione d'Azienda

Pre-requisiti

Al fine di sostenere la prova scritta finale e' necessario aver sostenuto l'esame di Istituzioni di Economia Politica.

Obiettivi del corso

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. Verranno approfondite l'analisi teorica relativa alle forme di mercato e all'Organizzazione Industriale con riferimento particolare alla formazione dei prezzi ed alle politiche strategiche delle imprese.

Programma

Parte A: STRUMENTI

- ✓ Organizzazione Industriale (PRN, capitolo 1).
- ✓ Le funzioni di costo, la tecnologia e la funzione di produzione (PRN, capitolo 4).
- ✓ La domanda ed il surplus del consumatore (PRN, capitolo 2).
- ✓ Introduzione alla teoria dei giochi. I giochi statici ad informazione completa, l'equilibrio di Nash in strategie pure, l'equilibrio in strategie miste. I giochi dinamici ad informazione completa e perfetta, l'induzione a ritroso, i giochi ripetuti (Note a cura del docente e PRN, capitolo 8, pp. 153 - 163).

Parte B: CONCORRENZA PERFETTA E MONOPOLIO

- ✓ La concorrenza perfetta. Equilibri di breve e di lungo periodo, elasticità e curva di domanda residuale (PRN, capitolo 2).
- ✓ Il monopolio. L'equilibrio di monopolio, l'indice di Lerner, costi e benefici di monopolio, il monopolio naturale (PRN, capitolo 2).
- ✓ Struttura e potere di mercato (PRN, capitolo 3).

- ✓Discriminazione di prezzo I: I prezzi lineari (PRN, capitolo 5)
- ✓Discriminazione di prezzo II: I prezzi non lineari (PRN, capitolo 6)
- ✓Monopolio e differenziazione di prodotto (PRN, capitolo 7).

Parte C: LA CONCORRENZA IMPERFETTA

- ✓Oligopolio con prodotti omogenei (PRN, capp. 8, 9, 10):
 - Cournot, Bertrand e von Stackelberg,
 - sostituti e complementi strategici,
 - il modello con variazioni congetturali;
- ✓La concorrenza con prodotti differenziati (note a cura del docente):
 - il modello di Bertrand con prodotti differenziati;
 - i modelli localizzativi: il modello di Hotelling (città lineare) e il modello di Salop, (città circolare);
 - la diversificazione verticale (la qualità) e il principio della massima diversificazione;

Parte D: L'APPROCCIO STRATEGICO

- ✓Il modello del prezzo limite di Bain-Sylos Labini-Modigliani (PRN, capitolo 11);
- ✓I prezzi predatori (PRN, capitolo 12);
- ✓Collusione e giochi ripetuti (PRN, capitolo 13)
- ✓Misurazione e contrasto alla collusione (PRN, capitolo 14)
- ✓La concorrenza non di prezzo: pubblicità e potere di mercato (PRN, capitolo 17)

Parte E: TEMI SPECIALI

- ✓Le industrie a rete (PRN, capitolo 19)
- ✓Regolamentazione e liberalizzazioni (PRN, capitolo 20).

Bibliografia

Il libro di testo è il L. Pepall, D. J. Richards e G. Norman, *Organizzazione Industriale*, II Edizione, 2013, McGraw Hill. Il programma del corso copre i capitoli da 1 a 14, 17, 19 e 20 secondo quanto indicato nel programma analitico.

Modalità di accertamento conoscenze

- Esoneri: No
- Prova Scritta: Si
- Colloquio Orale: No

Forme di assistenza allo studio

- Corso presente nella zona in e-learning del Sito Web di Facoltà: Si

Organizzazione della didattica

- Cicli interni di lezione: No
- Corsi integrativi: No
- Esercitazioni: Si
- Seminari: No
- Attività di laboratorio: No
- Project work: No
- Visite di studio: No