

FACOLTÀ	Ingegneria
ANNO ACCADEMICO	2013-2014
CORSO DI LAUREA MAGISTRALE	Ingegneria Gestionale
INSEGNAMENTO	Organizzazione Industriale e Strategie
TIPO DI ATTIVITÀ	Caratterizzante
AMBITO DISCIPLINARE	Ingegneria Gestionale
CODICE INSEGNAMENTO	12044
ARTICOLAZIONE IN MODULI	NO
NUMERO MODULI	
SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	Ing-Ind/35
DOCENTE RESPONSABILE	Giovanni Perrone Prof. Ordinario Università degli Studi di Palermo
CFU	9
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	135
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE	90
PROPEDEUTICITÀ	Nessuna
ANNO DI CORSO	II
SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI	Consultare il sito www.ingegneria.unipa.it
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali, Esercitazioni in aula, Discussione di casi di studio in aula, Discussione di casi di ricerca in aula
MODALITÀ DI FREQUENZA	Facoltativa
METODI DI VALUTAZIONE	Prova Orale, Valutazione d'aula, Prova Scritta
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
PERIODO DELLE LEZIONI	Primo semestre
CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE	Consultare il sito www.ingegneria.unipa.it
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	Lunedì ore 12,00

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):

Lo studente, al termine del corso, avrà acquisito conoscenze e metodologie per affrontare e risolvere in maniera originale problematiche di natura strategica. Lo studente sarà in grado di analizzare il comportamento strategico delle imprese nei mercati, di formulare processi strategici originali ed innovativi e di valutarne l'impatto nelle performance aziendali con riferimento alle azioni dei concorrenti ed alla struttura dei mercati.

Conoscenza e capacità di comprensione applicate (applying knowledge and understanding):

Lo studente avrà acquisito conoscenze e metodologie per analizzare e risolvere problemi tipici dell'agire strategico. Egli sarà in grado di formulare strategie, modellare l'effetto di interdipendenza, individuare gli output dell'agire strategico e valutarne le conseguenze con riferimento a contesti originali ed innovativi.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Lo studente avrà acquisito una metodologia di analisi propria del gioco strategico (Game Theory); attraverso tale metodologia egli sarà in grado di affrontare problemi non strutturati e prendere decisioni in regime di incertezza. Attraverso l'approccio metodologico acquisito durante il corso, egli potrà modellare problematiche complesse nell'ambito del gioco strategico.

Abilità comunicative (communication skills)

Lo studente sarà in grado di comunicare con competenza e proprietà di linguaggio problematiche complesse di Industrial Organisation anche in contesti altamente specializzati.

Capacità di apprendere (learning skills)

Lo studente sarà in grado di affrontare in autonomia qualsiasi problematica relativa all'Industrial Organisation. Sarà in grado di approfondire tematiche complesse quali la collusione, le politiche di antitrust, le politiche dei mercati regolamentati, etc...

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso ha l'obiettivo di fornire allo studente gli strumenti per l'analisi critica dei mercati competitivi e per la formulazione delle strategie competitive. La prima parte del corso fornisce conoscenze propedeutiche sulla struttura dei mercati concorrenziali e sugli strumenti di analisi degli stessi. La seconda parte del corso fornisce lo strumento metodologico per l'analisi del comportamento strategico, cioè la teoria dei giochi. La terza parte del corso analizza le varie strategie competitive, il carattere strategico e l'impatto competitivo. Il corso analizza il comportamento strategico da tre punti di vista: il punto di vista manageriale, attraverso la discussione di casi di studio; il punto di vista metodologico, attraverso l'utilizzo di modelli di game theory; il punto di vista empirico attraverso l'analisi econometrica.

Argomento (sintetico)	Ore dedicate all'argomento	
	Lezioni/Seminari	Esercitazioni/Discussione casi
Introduzione al Corso	1	0
Richiami di Microeconomia	1	0
Potere di Mercato ed imprese dominanti	3	2
Giochi Statici	2	0
L'oligopolio di Cournot	3	1
L'oligopolio di Bertrand	4	2
Giochi dinamici	2	0
Tool di soluzione di giochi strategici: Gambit	3	3
Elementi di econometria e NOIE	4	2
Strategie collusive e modelli dinamici di oligopolio	4	2
Strategie di differenziazione del prodotto	4	2
Strategie di discriminazione di prezzo	2	1
L'oligopolio di Stackelberg, Il modello di Dixit, Analisi strategica delle barriere all'entrata	4	2
Il framework di Funderberge e Tirole, Strategie di Entry Deterrence, Strategie di Entry Accomodation	4	2
Strategie basate sulla qualità	2	1
Strategie basate sulla pubblicità	2	1

Strategie basate sulla R&S	3	1
Strategie esclusive	2	1
Strategie predatorie	2	1
Strategie di integrazione ed acquisizione	3	1
Totale	55	25

Testi di riferimento:

- G. Perrone, Ingegneria dei Mercati & Strategie, Forthcoming;
- Lista dei casi di studio e di ricerca
- J. Church & R. Ware, Industrial Organisation – A Strategic Approach, McGraw-Hill International
- O. Shy, Industrial Organization: Theory and Application, The MIT Press;
- Luis M. B. Cabral, Introduction to Industrial Organisation, The MIT Press;
- M. R. Baye, Managerial Economics and Business Strategy, McGraw-Hill International