



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

<b>DIPARTIMENTO</b>	Ingegneria
<b>ANNO ACCADEMICO OFFERTA</b>	2023/2024
<b>ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE</b>	2024/2025
<b>CORSO DILAUREA MAGISTRALE</b>	MANAGEMENT ENGINEERING
<b>INSEGNAMENTO</b>	INDUSTRIAL ORGANIZATION AND STRATEGY
<b>TIPO DI ATTIVITA'</b>	B
<b>AMBITO</b>	50368-Ingegneria gestionale
<b>CODICE INSEGNAMENTO</b>	22199
<b>SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI</b>	ING-IND/35
<b>DOCENTE RESPONSABILE</b>	PERRONE GIOVANNI    Professore Ordinario    Univ. di PALERMO
<b>ALTRI DOCENTI</b>	
<b>CFU</b>	9
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE</b>	144
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLA DIDATTICA ASSISTITA</b>	81
<b>PROPEDEUTICITA'</b>	
<b>MUTUAZIONI</b>	
<b>ANNO DI CORSO</b>	2
<b>PERIODO DELLE LEZIONI</b>	1° semestre
<b>MODALITA' DI FREQUENZA</b>	Facoltativa
<b>TIPO DI VALUTAZIONE</b>	Voto in trentesimi
<b>ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI</b>	<b>PERRONE GIOVANNI</b> Venerdi    15:00    17:00    Studio del docente. Gli studenti possono contattare il docente via email quando desiderano e riceveranno il supporto richiesto e/o appuntamento

<b>PREREQUISITI</b>	Argomenti base di microeconomia: Domanda, Offerta, Costi di breve e lungo periodo, Economie di Scala, Teoria del consumo e surplus del consumatore, Mercato, Concorrenza Perfetta, Monopolio
<b>RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI</b>	<p>Conoscenza e capacita' di comprensione (knowledge and understanding): Lo studente avra' acquisito conoscenze e metodologie per affrontare e risolvere in maniera originale problematiche di natura strategica. Lo studente sara' 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.</p> <p>Conoscenza e capacita' di comprensione applicate (applying knowledge and understanding): Lo studente avra' acquisito conoscenze e metodologie per analizzare e risolvere problemi tipici dell'agire strategico. Egli sara' in grado di formulare strategie, modellare l'effetto d'interdipendenza, individuare gli output dell'agire strategico e valutarne le conseguenze con riferimento a contesti originali ed innovativi.</p> <p>Autonomia di giudizio (making judgements) Lo studente avra' acquisito una metodologia di analisi propria del gioco strategico (Game Theory); attraverso tale metodologia egli sara' in grado di affrontare problemi non strutturati e prendere decisioni in regime d'incertezza. Attraverso l'approccio metodologico acquisito durante il corso, egli potra' modellare problematiche complesse nell'ambito del gioco strategico.</p> <p>Abilita' comunicative (communication skills) Lo studente sara' in grado di comunicare con competenza e proprieta' di linguaggio problematiche complesse di Industrial Organisation anche in contesti altamente specializzati. Lo studente sara' in grado di comunicare con proprieta' di linguaggio aspetti relativi ai modelli di business alla platea dei diversi shareholder e stakeholders. Lo studente avra' acquisito capacita' di proporre idee e attivita' nel gruppo utilizzando in questo modo dei mezzi per influenzare i membri del gruppo a modificare il loro comportamento (leadership).</p> <p>Capacita' di apprendere (learning skills) Lo studente sara' in grado di affrontare in autonomia qualsiasi problematica relativa all'Industrial Organisation. Sara' in grado di approfondire tematiche complesse quali la collusione, le politiche di antitrust, le politiche dei mercati regolamentati, etc... Lo studente avra' sviluppato capacita' di apprendimento nell'ambito dello sviluppo di un modello di business di un'impresa o di una start-up. Sara' in grado di apprendere in autonomia le modalita' operative in contesti industriali non studiati a lezione.</p>
<b>VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO</b>	<p>La valutazione consiste nelle seguenti prove:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discussione di un caso di studio in aula (15%);</li> <li>• Business contest di gruppo in aula (20%)</li> <li>• Compito scritto (30%)</li> <li>• Esame orale (35%).</li> </ul> <p>Discussione di un caso di studio in aula. Allo studente viene assegnato un articolo di un giornale di business e/o management. Lo studente prepara una presentazione Power Point di max 10 minuti in cui descrive il caso, lo inquadra nel capitolo di teoria studiato, fornisce un'analisi critica e risponde alle domande pre-assegnate dal docente. Il caso di studio tende ad accertare la capacita' dello studente di comunicare, di esprimere concetti di business, di inquadrare casi reali nella teoria studiata, di apprendere le condotte manageriali in casi reali.</p> <p>Business context di gruppo in aula. Gli studenti vengono suddivisi in gruppi da 4-5. Il business context consiste nel simulare un contesto in cui una societa' di consulenza (un gruppo) presenta ad una azienda cliente (l'altro gruppo) uno studio sull'analisi e proposte di strategie di M&amp;A per il cliente stesso. Ogni studente esercita un ruolo all'interno del gruppo. In due confronti (invertendo i ruoli) di 20 minuti ciascuno + 10 minuti di domande i due gruppi si confrontano nel context. Il business context serve per valutare: le conoscenze acquisite durante il corso, la capacita' pratica di utilizzare dati e strumenti statistici per prendere decisioni manageriali. Inoltre si valutano soft skill quali: capacita' decisionale ed autonomia, capacita' di lavorare in gruppo, capacita' di leadership. Inoltre il business context consente di sviluppare capacita' di sintesi e di analisi critica.</p> <p>Compito scritto. Il compito scritto consiste in un problema di natura strategica, generalmente preso da un caso reale, in cui lo studente deve dimostrare di sapere modellare il problema strategico utilizzando lo strumento della Teoria dei Giochi, applicare le conoscenze in merito alle strategie studiate, sviluppare ragionamenti sintetici di decisioni manageriali. Il compito scritto serve a valutare il grado di conoscenza del programma e la capacita' dello studente di modellare problemi strategici con l'ausilio della teoria dei giochi.</p> <p>Colloquio orale. Durante il colloquio orale, si parte dal caso di studio gia' discusso dallo studente e si discutono vari aspetti, collegati tra loro, concernenti gli argomenti trattati durante il corso. Il colloquio orale e' volto ad accertare la capacita' dello studente di collegare i vari argomenti studiati nel corso, di sviluppare un ragionamento strategico, di avere una visione delle problematiche</p>

	<p>manageriali per le scelte strategiche. Il colloquio orale serve anche ad accertare eventuali lacune emerse nelle prime tre prove.</p> <p>Lo studente ottiene la seguente valutazione:  Eccellente 30-30 e lode. Lo studente mostra un'ottima conoscenza degli argomenti studiati, ottima proprietà di linguaggio, ottima capacità modellistica, ottima capacità di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, ottima capacità di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica in ambito di strategie, ottima capacità di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente durante il corso ha sviluppato buona autonomia e capacità relazionali e di leadership.</p> <p>Molto buono 26-29. Lo studente mostra un'ottima conoscenza degli argomenti studiati, ottima proprietà di linguaggio, buona capacità modellistica, buona capacità di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, buona capacità di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica in ambito di strategie, buona capacità di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente durante il corso ha sviluppato autonomia e capacità relazionali e di leadership.</p> <p>Buono 24-25. Lo studente mostra buona conoscenza degli argomenti studiati, buona proprietà di linguaggio, soddisfacente capacità modellistica, soddisfacente capacità di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, soddisfacente capacità di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica in ambito di strategie, soddisfacente capacità di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente, durante il corso, ha migliorato la sua autonomia e le sue capacità relazionali e di leadership.</p> <p>Soddisfacente 21-23. Lo studente mostra soddisfacente conoscenza degli argomenti studiati, soddisfacente proprietà di linguaggio, soddisfacente capacità modellistica e di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati. Lo studente non evidenzia capacità di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica in ambito di strategie, né capacità di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente, durante il corso, non ha migliorato la sua autonomia e le sue capacità relazionali e di leadership.</p> <p>Sufficiente 18-20. Lo studente mostra sufficiente conoscenza degli argomenti studiati, sufficiente proprietà di linguaggio, sufficiente capacità modellistica. Lo studente non evidenzia capacità di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, né capacità di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica in ambito di strategie, né capacità di utilizzare strumenti quantitativi per prendere decisioni di business. Lo studente, durante il corso, non ha migliorato la sua autonomia e le sue capacità relazionali e di leadership.</p> <p>Insufficiente. Lo studente evidenzia di non avere la minima conoscenza degli argomenti studiati nel corso, si esprime con proprietà di linguaggio insoddisfacente, ed evidenzia di non avere acquisito sufficiente capacità modellistica di problemi di business.</p>
<b>OBIETTIVI FORMATIVI</b>	<p>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 econometria.</p>
<b>ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA</b>	<p>Lezioni frontali, Esercitazioni in aula, Discussione di casi di studio in aula, Discussione di business contest in aula</p>
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	<p>G. Perrone, Ingegneria dei Mercati &amp; Strategie, Forthcoming;  • Lista dei casi di studio e di ricerca  • J. Church &amp; 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</p>

### PROGRAMMA

ORE	Lezioni
2	Introduzione al corso
2	Basi di microeconomia
4	Giochi statici e dinamici
5	Oligopolio di Cournot e Bertrand
2	Strategie collusive
6	Strategie di differenziazione del prodotto

## PROGRAMMA

<b>ORE</b>	<b>Lezioni</b>
2	Strategie di discriminazione di prezzo
10	Comportamento strategico
2	Strategie basate sulla qualità
3	Strategie basate sulla pubblicità
4	Strategie di R&D
5	Strategie esclusive
3	Strategie di M&A
4	Modelli econometrici per OI&S
14	Discussione casi di studio in aula
<b>ORE</b>	<b>Esercitazioni</b>
14	Esercitazioni