



UNIVERSITÀ DI PISA ECONOMIA DELL'INFORMAZIONE

MARCO ENRICO LUIGI GUIDI

Anno accademico	2017/18
CdS	STRATEGIA, MANAGEMENT E CONTROLLO
Codice	204PP
CFU	6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
ECONOMIA DELL'INFORMAZIONE	SECS-P/01	LEZIONI	42	MARCO ENRICO LUIGI GUIDI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Alla fine del corso gli studenti saranno in grado di conoscere le peculiarità dei beni di informazione e dei mercati nei quali essi vengono prodotti e distribuiti. Conosceranno inoltre un ampio spettro di strategie, dalle più tradizionali alle più innovative, per operare nel campo dei media tradizionali, dei new media.

Modalità di verifica delle conoscenze

Specifiche domande nella prova scritta dell'esame

Capacità

Attraverso specifici esercizi e simulazioni, oltre che attraverso la discussione in aula, gli studenti saranno messi in grado di applicare le conoscenze acquisite a problemi di strategia aziendale, elaborando azioni vincenti per la penetrazione nei mercati dei beni d'informazione. L'obiettivo di fondo è mostrare come un'analisi economica rigorosa dei mercati abbia importanti ricadute operative.

Modalità di verifica delle capacità

Discussione in aula. Domande ed esercizi specifici nella prova d'esame

Comportamenti

Sarà stimolata la capacità degli studenti di utilizzare le conoscenze acquisite per applicarle a possibili casi di scelta manageriale. Si osserverà quindi in che misura l'apprendimento sia puramente passivo e teorico o al contrario proattivo e capace di una elaborazione propria, che va al di là della semplice ripetizione delle conoscenze acquisite.

Modalità di verifica dei comportamenti

Nelle domande ed esercizi strategici presenti nelle prove scritte d'esame, sarà valutata la capacità dello studente di pensare autonomamente e di trasferire le conoscenze a casi di decisione concreti.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

Il modulo adotta una duplice prospettiva. Da un lato esso intende offrire allo studente gli strumenti per analizzare economicamente i beni di informazione e le peculiarità che caratterizzano il loro consumo e l'industria che li produce e distribuisce. Dall'altro lato esso si propone di fornire indicazioni circa le strategie che un imprenditore può adottare per ottenere profitti dai beni di informazione, con un focus su alcune tendenze innovative nel campo della peer production e dello sfruttamento delle potenzialità offerte dall'abbassamento dei costi dovuto alle tecnologie digitali e alle potenzialità di condivisione offerte dal cosiddetto web 2.0.

Principali temi trattati:

1. Introduzione all'economia dell'informazione
2. Domanda e offerta di beni di informazione e strutture di mercato nel settore dell'informazione
3. Il prezzo dei beni d'informazione, le strategie di "versioning" e di "bundling"
4. Individuazione e gestione del lock-in
5. L'economia dei diritti di proprietà intellettuale
6. I brevetti e la loro ottimizzazione
7. Il copyright e il suo management



UNIVERSITÀ DI PISA

8. Le industrie di rete nel settore dell'informazione
9. I nuovi modelli di business: peer production e offerta di beni gratuiti
10. La regolamentazione del settore dell'informazione
11. L'industria radio-televisiva nell'era digitale
12. La convergenza digitale: tv, internet, telefonia

Bibliografia e materiale didattico

Testi di esame e di consultazione:

C. Shapiro e H.R. Varian, *Information Rules*. Le regole dell'economia dell'informazione, Etas, Milano 1999, capp. 1-7 e 10. - Ulteriore materiale bibliografico (oltre che le [slides](#) utilizzate a lezione) sarà indicato e/o distribuito nel corso delle lezioni. Testi consigliati per la consultazione - H.R. Varian, J. Farrell e C. Shapiro, *Introduzione all'economia dell'informazione*, Etas, Milano 2005. - O. Shy, *The Economics of Network Industries*, Cambridge University Press, 2001. - F. L  veque e Y. M  n  re (2004), *The Economics of Patents and Copyrights*. Disponibile on-line all'URL: <http://www.cerna.ensmp.fr/Documents/FL-YM-eBookIP.pdf> - Y. Benkler, *La ricchezza della rete*, Universit   Bocconi Editore, Milano 2007. - Ch. Anderson, *Gratis*, Rizzoli, Milano 2009.

Indicazioni per non frequentanti

Non ci sono differenze tra frequentanti e non frequentanti. La pagina moodle contiene slides e video delle lezioni e mette chiunque in grado di seguire il corso sia in aula, sia a casa, sia in modalit   blended.

Modalit   d'esame

Prova scritta contenente domande aperte, domande a risposta multipla ed esercizi

Ultimo aggiornamento 09/03/2018 19:04