**Economia industriale e territoriale**

## Proff. Mariacristina Piva – Paolo rizzi

**Mod. Economia e Politica Industriale**

## Prof.ssa Mariacristina Piva

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso ha l’obiettivo di fornire agli studenti le conoscenze teoriche e gli strumenti empirici utili ad analizzare criticamente le dinamiche industriali che contraddistinguono le economie moderne.

Al termine del corso lo studente sarà in grado di:

* Calcolare gli indicatori atti a misurare la concentrazione di mercato
* Individuare le barriere all’entrata
* Comprendere il ruolo dell’innovazione nello sviluppo industriale
* Capire e valutare autonomamente gli strumenti di politica economica industriale

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Utilizzando un’impostazione prevalentemente microeconomica, si affronteranno i seguenti argomenti:

1. Microfondamenti delle politiche industriali

2. Forme di mercato e potere di mercato

3. Indici di concentrazione industriale

5. Barriere endogene all’entrata

6. Pubblicità

7. Innovazione e forme di mercato

8. Politiche antitrust

***BIBLIOGRAFIA***

Lipczynski, J., Wilson, J.O.S., Goddard, J. *Economia Industriale*, Pearson, Milano, 2016*.*

Materiale didattico aggiuntivo verrà consigliato durante le lezioni e reso disponibile tramite la piattaforma Blackboard.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni e lavori di gruppo.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

I risultati di apprendimento saranno accertati tramite una prova scritta obbligatoria. Tale prova si articolerà in tre domande a risposta aperta incentrate sugli argomenti indicati nel programma. A ciascuna domanda verrà attribuito un punteggio di 10/30.

Una delle tre domande verterà obbligatoriamente sull’analisi degli indici di concentrazione industriale. Gli studenti, a gruppi, potranno svolgere un elaborato empirico da cui si evincerà la capacità di analizzare concretamente il grado di concentrazione industriale di un settore merceologico italiano. Tale lavoro di gruppo potrà sostituire la domanda relativa agli indici di concentrazione.

In generale, nella valutazione delle risposte, verrà posta attenzione alla padronanza teorica e alla capacità di applicare gli strumenti tipici dell’economia industriale nonché alla capacità di valutare autonomamente l’efficacia delle strategie/condotte e delle politiche industriali.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

La frequenza alle lezioni, anche se non obbligatoria, è fortemente consigliata.

Lo studente dovrà possedere conoscenze di base in relazione ai concetti propri della microeconomia.

***LUOGO E ORARIO DI RICEVIMENTO STUDENTI***

Gli orari di ricevimento sono disponibili on line nella pagina personale del docente, consultabile al sito <http://docenti.unicatt.it/>

**Marketing Territoriale**

Prof. Paolo Rizzi

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Le finalità del corso sono quelle di fornire agli studenti gli strumenti per comprendere le modalità con cui si attua la promozione di regioni e città. Al termine del corso lo studente sarà in grado di:

-conoscere i concetti fondamentali della disciplina quali l’analisi swot, il marketing mix applicato ai territori, le strategie di branding territoriale

-applicare i concetti e le metodologie acquisite nell'ambito del contesto economico territoriale

-approfondire autonomamente le conoscenze e le applicazioni acquisite in particolare per comprendere i risultati delle

-presentare a terzi le conoscenze acquisite, in particolare nell’analisi delle strategie di marketing territoriale

-rielaborare criticamente i modelli di analisi e le politiche di promozione territoriale

-formulare suggerimenti su strategie di marketing territoriale

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Nel corso si affrontano i seguenti argomenti:

-i principali cambiamenti in atto nell’economia contemporanea

-le nuove teorie dello sviluppo territoriale

-la nozione di marketing territoriale e la sua collocazione teorica

-le fasi e gli strumenti del piano di marketing

-la nozione e le strategie di branding territoriale

-il mercato dei capitali e l’attrazione di investimenti

-le strategie di promozione turistica.

***BIBLIOGRAFIA***

***Obbligatoria***

P. Rizzi, E. Ciciotti, P. Graziano, *The role of cities in economic development and the challenges of territorial marketing and place branding*” , in M. Baussola, C. Bellavite, M. Vivarelli (eds), “*Essays in Honor of Luigi Campiglio*”, Vita e Pensiero, Milano, pp. 157-180, 2018

P. Rizzi P., “*Il marketing e il branding territoriale come sfida per le politiche di sviluppo locale*” in Città in controluce, Vicolo del pavone, Piacenza, n.17-18, settembre 2010

***Raccomandata per ulteriore approfondimento***

P. Rizzi. P. Graziano, *Regional Perspective on Tourism Global Trend*, , in Symphonya. Emerging Issues in Management, Special Issue Global Tourism Management, pp.11-26, 2017

P.Graziano, P.Rizzi, *Turismo e sviluppo regionale,*  in F.Ferlaino, D.Jacobucci, C.Tesauro. (a cura di), “Quali confini? Territori tra identità e integrazione internazionale”, collana Aisre, Franco Angeli, Milano, pag.265-284 2017

Altri materiali di studio (presentazioni, articoli, capitoli di libri, dispense) verranno indicati in aula e resi disponibili sulla piattaforma Blackboard dedicata al corso..

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni, Esercitazioni, Discussione di casi e di articoli e Project work in gruppo e individuali.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

I risultati di apprendimento sono accertati tramite una prova scritta (50% della valutazione) e un project work di gruppo o individuale (50% della valutazione).

La prova scritta finale si articola in domande aperte e domande a risposta multipla. Il project work di gruppo consiste in una relazione scritta e viene presentato in aula. L’assignement individuale consiste in una relazione scritta.

La valutazione è espressa in termini di un voto finale in base ai seguenti criteri: utilizzo del lessico appropriato, capacità analitica, approfondimento delle conoscenze acquisite e capacità di elaborazione critica.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

La frequenza alle lezioni è fortemente consigliata. Prerequisito sostanziale è il corso di Microeconomia.

***LUOGO E ORARIO DI RICEVIMENTO STUDENTI***

Gli orari di ricevimento sono disponibili on line nella pagina personale del docente, consultabile al sito <http://docenti.unicatt.it/>