

ECONOMIA PER IL MANAGEMENT

- **Docente Titolare:** **Stefano BOCCALETTI**, Direttore Master in Agrifood Business, Università Cattolica del S. Cuore, Cremona
- **Riferimenti:** CFU 4; SSD AGR/01;

OBIETTIVI

- Il corso intende dare una conoscenza approfondita delle trasformazioni indotte dall'innovazione e dalle sue implicazioni. Il corso si propone di fornire agli studenti i principali strumenti di analisi economica di supporto alle decisioni manageriali. La prima parte è dedicata allo studio della domanda e dell'offerta, al funzionamento dei mercati e alla formazione del prezzo. La seconda parte riguarda invece le scelte economiche nell'ambito dell'impresa in diverse condizioni di mercato.

PROGRAMMA

- *Introduzione (0.5 CFU)*
 - Scelte economiche e fasi del processo decisionale
 - Il mercato: domanda, offerta ed equilibrio
- *Analisi della domanda (0.5 CFU)*
 - La funzione di domanda e i suoi "spostatori"
 - Elasticità
 - Stima della domanda
- *I processi produttivi e i costi d'impresa (1 CFU)*
 - Produzione e funzioni di costo nel breve e lungo periodo
 - Rendimenti ed economie di scala
 - Analisi del rischio e dell'incertezza
- *L'organizzazione dell'impresa (1 CFU)*
 - Costi di transazione
 - Modalità di approvvigionamento dei fattori di produzione
- *La struttura del mercato (0.5 CFU)*
 - Determinanti e misure della struttura
 - Forme di mercato: dalla concorrenza al monopolio
 - Impiego dei fattori di produzione e relativo prezzo con diverse strutture di mercato
- *Le decisioni strategiche (0.5 CFU)*
 - Interazione strategica
 - Competizione e cooperazione
 - Contrattazione

BIBLIOGRAFIA

Michael R. Baye, Jeffrey T. Prince, *Managerial Economics and Business Strategy*, 8th ed., McGraw Hill, 2010.

Il docente potrà fornire ulteriori indicazioni bibliografiche durante lo svolgimento del corso.

MODALITA' DI VALUTAZIONE

Sono previste due prove scritte, una intermedia e l'altra finale.