

Syllabus

Course description

Course title	Business Economics
Course code	30116
Scientific sector	SECS-P/06
Degree	Tourism, Sport and Event Management
Semester and academic year	1st Semester, 2017_2018
Year	2nd year
Credits	6
Modular	No

Total lecturing hours	36
Total lab hours	-
Total exercise hours	12
Attendance	suggested, but not required
Prerequisites	Attendance of the course/s Economics 1 is suggested for a better understanding of the material
Course page	https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/bachelor-tourism-sport-event-management/course-offering/

Specific educational objectives	<p>The course refers to the typical educational activities and belongs to the scientific area of Economics.</p> <p>The course provides a general overview of scientific contents related to industrial economics. In addition, it allows students to acquire professional managerial skills, as well as competences that may be used as policymakers.</p> <p>Students are expected to familiarize with the basic concepts of business economics, and to apply them. In particular, the focus will lie on the following objectives:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Familiarize students with the basic tools of industrial organization. 2) Help students develop a sound analytical framework guiding their future professional decisions in a company 3) Illustrate how internet and the digital economy are changing the industrial structure and the economics of business
--	---

Lecturer	Prof. Federico Boffa, Mail: Federico.Boffa@unibz.it , Campus Bruneck- Brunico, 1 st Floor, Office: 1.06, Phone: 0474/ 013647; https://www.unibz.it/en/faculties/economics-
-----------------	---

	management/academic-staff/person/5799-federico-boffa
Scientific sector of the lecturer	SECS-P/06
Teaching language	Italian
Office hours	https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&degree=12826
Lecturing assistant	-
Teaching assistant	-
Office hours	-
List of topics covered	<p>The course will cover the following topics:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Market structure and market power 2) Technology and production costs 3) Monopoly power 4) Price discrimination 5) Oligopoly games 6) Limit pricing 7) Predation 8) Collusion 9) Digital markets 10) Network externalities 11) Two sided networks 12) Basics of contract theory
Teaching format	Frontal lectures, exercises, case studies

Learning outcomes	<p><u>Knowledge and understanding</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • knowledge and understanding of monopoly firms' choices in terms of quality, quantity and prices • knowledge and understanding of the models of strategic interaction across firms in oligopoly contexts • knowledge and understanding of firms' differentiation strategies, both horizontal and vertical • knowledge and understanding of firms' strategies to preserve a dominant position <p><u>Applying knowledge and understanding</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ability to set prices according to the context in which the firm operates • ability to perform a market analysis, aimed at selecting the products and the geographical markets in which the firm operates • ability to assess costs and benefits from obtaining and maintaining a dominant position, and to select the most suitable strategies to achieve the goals • ability to analyze the tradeoff between product price and quality, and to understand the criteria to select an efficient quality level <p><u>Making judgements</u></p> <p>Ability to autonomously judge the economic categories</p>
--------------------------	--

	<p>behind business economics, and to judge which have to be applied.</p> <p><u>Communication skills</u> Students are expected to develop acceptable written communication skills on business economics concepts.</p> <p><u>Learning skills</u> Students will learn how to build an economic model, and how to fruitfully use it</p>
Assessment	<p>The exam will be written. It will be the same for attending and for non-attending students. It will test three skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Review questions, where students are expected to show they have learnt and understood the covered material - Exercises, where students are expected to apply their knowledge within a formal framework - Case studies, where students are expected to apply their knowledge in a non-structured framework
Assessment language	Italian
Evaluation criteria and criteria for awarding marks	<p>Evaluation will be 100% based on the final exam. Approximately each of the three skills will carry equal weight.</p>
Required readings	Lynne Pepall, L., Richards, D., Norman, G., "Organizzazione industriale", McGraw Hill
Supplementary readings	Comino, S., Manenti, F., Economia di Internet e delle information and communication technologies, Giappichelli, 2011

Syllabus

Descrizione dell'insegnamento

Titolo dell'insegnamento	Economia aziendale
Codice dell'insegnamento	30116
Settore scientifico disciplinare dell'insegnamento	SECS-P/06
Corso di studio	Management del turismo, dello sport e degli eventi
Semestre e anno accademico	1° semestre, 2017_2018
Anno dell'insegnamento	2° anno
Crediti formativi	6
Modulare	No

Numero totale di ore di lezione	36
Numero totale di ore di laboratorio	0
Numero totale di ore di esercitazioni	12
Frequenza	Consigliata ma non obbligatoria
Insegnamenti propedeutici	La frequenza al corso di Economia 1 è consigliata per una migliore comprensione del contenuto del corso.
Sito web dell'insegnamento	https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/bachelor-tourism-sport-event-management/course-offering/

Obiettivi formativi specifici dell'insegnamento	<p>Questo insegnamento rientra tra le attività formative di caratterizzanti e, nello specifico, appartiene all'ambito disciplinare economico.</p> <p>Il corso fornisce una rassegna di contenuti scientifici relativi al filone dell'economia industriale. Inoltre, consente agli studenti di acquisire competenze professionali nel settore del management, e nell'attività di <i>policy making</i></p> <p>Agli studenti è richiesta la conoscenza dei concetti di base dell'economia industriale, e l'applicazione degli stessi a situazioni specifiche.</p> <p>In particolare, saranno sottolineati i tre obiettivi seguenti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Approfondire gli strumenti di base dell'economia industriale 2) Agevolare, negli studenti, lo sviluppo di una cornice analitica adeguata, tale da guidare le loro future decisioni all'interno dell'impresa 3) Illustrare come internet e l'economia digitale stiano modificando la struttura industriale e
--	---

	l'economia.
Docente	Prof. Federico Boffa, Mail: Federico.Boffa@unibz.it , Campus Bruneck- Brunico, 1° piano, Office: 1.06, Tel: 0474/ 013647; https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/5799-federico-boffa
Settore scientifico disciplinare del docente	SECS-P/06
Lingua ufficiale dell'insegnamento	Italiano
Orario di ricevimento	https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&degree=12826
Esercitatore	-
Collaboratore didattico	-
Orario di ricevimento	-
Lista degli argomenti trattati	<p>Il corso coprirà i seguenti temi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Struttura di mercato e potere di mercato 2) Tecnologia e costi di produzione 3) Potere di monopolio 4) Discriminazione di prezzo 5) Giochi di oligopolio 6) Prezzo limite 7) Predazione 8) Collusione 9) Mercati digitali 10) Esternalità di rete 11) Network a due versanti 12) Fondamenti di teoria dei contratti
Attività didattiche previste	Lezioni, esercitazioni, casi studio
Risultati di apprendimento attesi	<p><u>Capacità disciplinari</u></p> <p><u>Conoscenza e comprensione</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • conoscenza e comprensione delle scelte di impresa in monopolio in termini di qualità, quantità e prezzi • conoscenza e comprensione dei modelli di interazione strategica fra imprese in contesti oligopolistici • conoscenza e comprensione delle strategie di differenziazione, verticale e orizzontale, da parte delle imprese • conoscenza e comprensione delle strategie di mantenimento di una posizione dominante da parte di un'impresa <p><u>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • essere in grado, in qualità di manager o consulente di impresa, di considerare i criteri di fissazione del prezzo adatti al contesto

	<ul style="list-style-type: none"> • effettuare un'analisi di mercato, finalizzata alla scelta dei prodotti e dei mercati su cui concentrare l'attività di impresa • capacità di valutare i costi e i benefici del mantenimento di una posizione dominante, e di scegliere gli strumenti più idonei all'eventuale perseguimento dell'obiettivo • capacità di analizzare il tradeoff fra prezzo e qualità del prodotto, e di capire i criteri sulla base dei quali scegliere il livello di qualità adatto al contesto <p><u>Capacità trasversali / soft skills</u> Gli studenti dovranno apprendere le categorie economiche sottostanti le decisioni di impresa.</p> <p><u>Autonomia di giudizio</u> Capacità di quali delle categorie siano da utilizzare nelle diverse situazioni.</p> <p><u>Abilità comunicative</u> Gli studenti dovranno sviluppare capacità espressive scritte accettabili relativamente alla materia in oggetto.</p> <p><u>Capacità di apprendimento</u> Gli studenti apprenderanno come costruire un modello economico, e come utilizzarlo in modo proficuo.</p>
Metodo d'esame	L'esame sarà scritto. Non varierà fra frequentanti e non frequentanti. Verificherà tre capacità. <ul style="list-style-type: none"> - Domande di rassegna, in cui si verificherà lo studio e la comprensione del material trattato nel corso; - Esercizi, in cui si dovranno applicare i concetti appresi in un framework formale; - Casi studio, nei quali agli studenti è richiesto di applicare la conoscenza in un framework non strutturato.
Lingua dell'esame	Italiano
Criteri di misurazione e criteri di attribuzione del voto	La valutazione sarà basata al 100% su un esame finale. Approssimativamente, ciascuna delle tre parti avrà uguale peso sul voto finale.
Bibliografia fondamentale	Lynne Pepall, L., Richards, D., Norman, G., "Organizzazione industriale", McGraw Hill
Bibliografia consigliata	Comino, S., Manenti, F., Economia di Internet e delle information and communication technologies, Giappichelli, 2011