

dr Łukasz Patryk Woźny
email: lukasz.wozny@sgh.waw.pl
akson.sgh.waw.pl/lwozny/

Ekonomia gałęziowa

Przedmiot jest kontynuacją na zaawansowanym poziomie zagadnień z zakresu *industrial organization* poruszanych m.in. na Mikroekonomii II oraz Strategiiach Rynkowych. Nacisk położony zostanie na formalnym modelowaniu teoretycznym i analizowaniu w świetle faktów empirycznym zjawisk mikro- i mezoekonomicznych. Podstawowymi podręcznikami są: Tirole (1988), Vives (2000) oraz Martin (2002). Używane na zajęciach narzędzia z matematyki i teorii gier można odnaleźć m.in. Moore (1999) oraz Fudenberg, Tirole (2002). Dodatkowe narzędzia matematyczne będą podane w trakcie wykładu. Oprócz zamieszczonej poniżej dodatkowa literatura (lista teoretyczny i empirycznych artykułów do przeczytania) będzie sukcesywnie podawana na zajęciach i umieszczana na stronie.

Zaliczenie przedmiotu następuje po zdobyciu przynajmniej 60 punktów. Punkty można zdobywać poprzez:

- egzamin - max. 40p,
- zadania domowe - max. 30p=5 list × max. 6p,
- praca pisemna - (szczegółowy) przeglądowy artykuł (ok. 20 stron) na temat wybranego obszaru z zakresu IO z propozycjami rozszerzenia, uogólnień oraz wskazaniem obszarów do dalszych badań max. 30p.

Osoby, które uzyskają przynajmniej 60 punktów otrzymują ocenę przeskalowaną do oceny osoby z najwyższą liczbą punktów. Na egzaminie obowiązują wszystkie zadania i zagadnienia poruszone na wykładzie i umieszczone na stronie. Sukcesywnie na stronie będą pojawiać się listy z zadaniami domowymi. Prace oddane po xx grudnia otrzymają 0 punktów.

Literatura

- [1] Bolton P., Dewatripont M., *Contract theory*, MIT Press 2005.
- [2] Church J., Ware R., *Industrial Organization: A Strategic Approach*, Irwin McGraw-Hill 2000.
- [3] Fudenberg D., Tirole, J., *Game Theory*, MIT Press, Cambridge, 2002.
- [4] Krishna V., *Auction Theory*, Elsevier, 2002.
- [5] Laffont J.J., *The Economics of Uncertainty and Information*, MIT Press 1989.
- [6] Moore J.C., *Mathematical Methods for Economic Theory*, vol. 1,2. Springer, Heidelberg, 1999.
- [7] Pepall L., Richards D., Norman G., *Industrial Organisation. Contemporary Theory and Empirical Applications*, Blackwell Publishing 2008.
- [8] Martin S., *Advanced Industrial Economics*, Blackwell Publishing 2002.
- [9] Tirole J., *The Theory of Industrial Organization*, MIT Press, Cambridge 1988.
- [10] van Zandt T., *Introduction to the Economics of Uncertainty and Information*, INSEAD, 2003.
- [11] Vives O., *Oligopoly Pricing. Old Ideas and New Tools*, MIT Press, Cambridge 2000.

Tematyka zajęć

1. **Schematy analiz rynkowych.** Teorie przedsiębiorstwa. Horyzontalne i wertykalne granice firmy. Definicja rynku i mierniki koncentracji.
 - * Monopol. Strategie dyskryminacji cen w warunkach doskonałej i niezupełnej informacji. Schemat pryncypała i agenta. Zagadnienie optymalnej taryfy. Niezupełne kontrakty i teoria agencji.
2. **Modele konkurencji ilościowej (Cournot) i cenowej (Bertrand).** Produkt homogeniczny i heterogeniczny. Istnienie równowagi i statyka komparatywna. Przypadki patologiczne. Procesy dostosowawcze i stabilność równowagi. Strategie czyste i mieszane. Kontestowalność. Wejście i wyjście z rynku. Rozwiązania graniczne. Przypadek quasi-konkurencyjny i quasi-monopolistyczny. Optymalizacja na kratach. Gry sub- i supermodularne. Ograniczenia ilościowe (Edgeworth) i gry dwu etapowe. Cournot vs Bertrand: rekapitulacja. Wybór przestrzeni strategii oraz wybór funkcji popytu. Testowalność hipotez oraz badania empiryczne.
3. **Różnicowanie produktów (Hotelling).** Ciągłe i nieciągłe krzywe najlepszej odpowiedzi. Istnienie równowagi. Miasto liniowe i na okręgu. Wejście / wyjście. Efektywność równowagi. Różnicowanie horyzontalne i wertykalne produktów. Konkurencja monopolistyczna (Chamberlin).
4. **Zobowiązania i strategie dostosowań.** Lider i naśladowca. Model Stackelberga. Odstraszanie wejścia i strategiczne podcinanie cen (Spence, Dixit, Allen, Deneckare, Kovenock, Faith). Taksonomia strategii biznesowych (Fudenberg, Tirole)
5. **Konkurencja w warunkach asymetrii informacyjnej** (Kreps, Wilson oraz Milgrom, Roberts). Wymiana informacji i sygnalizowanie. Równowagi rozdzielające i nierozdzielające. Zobowiązania i manipulacja.
6. **Reklama.** Sygnalizowanie jakości (Milgrom, Roberts). Reklama a dobrobyt. Budowanie i utrzymywanie marek. Wejście i "strategiczne" wydatki na reklamę.
7. **Powtarzalne interakcje i dynamika.** Kartele. Dynamiczne strategie cenowe. Wojny cenowe. Dynamiczne zobowiązania. Strategie antykonkurencyjne.
 - * Aukcje. Formalne omówienie podstawowych typów aukcji. Strategiczna równoważność i twierdzenie o równoważności zysków.
8. **Wertykalne i horyzontalne fuzje / przejęcia.** Cenowe i pozacenowe mechanizmy kontroli wertykalnej. Podwójna marginalizacja (Rey, Stiglitz)
9. **Działalność badawczo-rozwojowa.** Patenty. Dyfuzja wiedzy (d'Aspremont, Jacquemin)
 - * Rynki sieciowe i koszty dostosowań. Modelowanie powiązań sieciowych podmiotów. Strategie firmy na rynkach sieciowych.
10. **Dynamika rynku.** Cykl życia rynku. Dynamika wielkości i rozkładu firm na rynku (Lucas, Hopenhayn, Ericson, Pakes, Besanko, Doraszelski). Krzywa uczenia się. *Shake-out*. Wejścia i wyjścia z rynku dynamicznie. Koszty wejścia / wyjścia. Fuzje i przejęcia dynamicznie. Premia M&A.