

Internet Economics

Prof. Paolo Cellini

Anno Accademico 2012-2013, II semestre

Numero totale d'incontri previsti: 10 (è necessario frequentare almeno 8 incontri e superare lo scritto finale per il riconoscimento dei 4 CFU)

Contenuti del corso

Il corso ha come obiettivo primario introdurre gli studenti alla comprensione di Internet come fenomeno economico ed industriale specifico

L'organizzazione del corso prevede lo studio di Internet su diverse dimensioni:

- 1) Internet come media, con un'analisi delle teorie e delle specificità;
- 2) l'industria di Internet, con i più recenti contributi sull'analisi della struttura industriale e stime del valore di mercato, nonché una classificazione dei prodotti servizi;
- 3) le teorie economiche, dell'innovazione, e dei business model che ci aiutano a spiegare l'evoluzione di Internet

Seminario:	1°
Titolo:	<i>Internet come media: le origini, la storia, le evoluzioni future</i>
Descrizione:	Il seminario analizzerà cosa è Internet, quali sono le caratteristiche distintive che l'hanno resa un media diverso da tutti gli altri, quali sono i principi fondanti del Web, l'evoluzione e gli impatti sociali di Internet dalle origini ai giorni nostri, andando inoltre ad individuare le evoluzioni in corso e i trend futuri.
Nozioni acquisite dallo studente:	<ul style="list-style-type: none">✓ Cosa è Internet✓ Le differenze sostanziali e uniche tra Internet e gli altri media esistenti✓ Principali impatti sociali di Internet✓ La storia di Internet attraverso lo studio dei principali trend che l'hanno caratterizzata:<ul style="list-style-type: none">○ Portali Web○ Motori di ricerca○ Web 2.0○ Social Web✓ Le evoluzioni in corso di Internet, quali sono e che impatti hanno:<ul style="list-style-type: none">○ Mobile Internet○ Cloud Computing○ Web 3.0 (Web Semantico)✓ Le evoluzioni future di Internet, quali sono e che impatti sono previsti:<ul style="list-style-type: none">○ Internet of Things○ Web Immersivo

Seminario	2°
Titolo	<i>I modelli rappresentativi di Internet</i>
Descrizione	Il seminario analizzerà Internet dal punto di vista dei principali modelli presenti nella letteratura accademica, passando dai modelli generali che inquadrano internet come un sistema unitario che si relazione con l'esterno, ai modelli specifici, che invece cercano di scomporre internet nelle sue diverse componenti.
Nozioni Acquisite	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Internet come Complex Adaptive System ✓ Internet come General Purpose Technology ✓ Internet come Lar Technological System ✓ I modelli a layer di Internet ✓ I modelli a flussi di Internet ✓ La catena del valore di Internet

Seminario	3°
Titolo	<i>Dimensionamento dell'industria Internet</i>
Descrizione	Il seminario analizzerà Internet come industria definendone la struttura e le dimensioni chiavi, con particolare attenzione alla classificazione dei mercati web, individuando per ognuno di essi: le caratteristiche distintive rispetto ad i mercati offline, l'innovazione che ne è alla base, il dimensionamento numerico.
Nozioni Acquisite	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Struttura industria Internet ✓ L'industria Internet nel mondo ✓ L'industria Internet in Italia ✓ Statistiche sull'utilizzo di Internet ✓ Classificazione, definizione, caratteristiche e dimensionamento dei mercati dell'industria Internet: <ul style="list-style-type: none"> ○ Online Advertising e focus sui sotto segmenti: <ul style="list-style-type: none"> ■ Search Advertising ■ Display Advertising ■ Advertising Networks ○ E-Commerce e focus sui sotto segmenti: <ul style="list-style-type: none"> ■ Online Marketplace ■ Online Auction ■ Group Buying ■ Social Commerce ○ Internet Infrastructure e focus sui sotto segmenti: <ul style="list-style-type: none"> ■ Banda fissa ■ Banda mobile ○ Internet Services e focus sul sotto segmento: <ul style="list-style-type: none"> ■ Web Agency

Seminario:	4°
Titolo	<i>I prodotti ed i servizi tipici di Internet</i>
Descrizione	Il seminario analizzerà le tipologie di prodotti e servizi ad oggi presente su Internet, organizzandoli in una dettagliata struttura tassonomica ad albero. Per ogni prodotto e servizio si analizzeranno le caratteristiche chiave facendo riferimento ad esempi reali.
Nozioni Acquisite	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Classificazione, definizione e caratteristiche delle tipologie di siti web: <ul style="list-style-type: none"> ○ Siti di contenuto e sotto-tipologie ○ Siti di E-commerce e sotto-tipologie ○ Siti Social e sotto-tipologie ✓ Classificazione, definizione e caratteristiche delle tipologie di piattaforme tecnologiche web: <ul style="list-style-type: none"> ○ Piattaforme per la ricerca e sotto-tipologie ○ Piattaforme per la produttività e sotto-tipologie ○ Piattaforme CMS e sotto-tipologie ○ Piattaforme di comunicazione e sotto-tipologie ✓ Classificazione, definizione e caratteristiche delle tipologie di servizi per il web: <ul style="list-style-type: none"> ○ Creative services e sotto-tipologie ○ Infrastructure services e sotto-tipologie ○ Analytics services e sotto-tipologie ○ Advertising services e sotto-tipologie ○ Security services e sotto-tipologie

Seminario:	5°
Titolo:	<i>I business model tipici di Internet</i>
Descrizione:	Il seminario analizzerà le diverse tassonomie create nel corso degli ultimi anni riguardanti la tipologia degli Internet business model, per giungere ad una sintesi originale che schematizza e raccoglie tutti i principali e attuali modelli di business del web, individuando per ognuno di essi esempi reali e identificandone le caratteristiche salienti.
Nozioni acquisite dallo studente:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Principali classificazioni degli Internet Business Model in letteratura analizzate per: <ul style="list-style-type: none"> ○ Criteri di differenziazione ○ Categorie ✓ Conoscenza dei principali Internet Business Models e delle loro caratteristiche: <ul style="list-style-type: none"> ○ Modelli Transaction Based <ul style="list-style-type: none"> ▪ Brokerage models e sotto-tipologie ▪ Merchant models e sotto-tipologie ▪ Subscription models e sotto-tipologie ▪ Utility models e sotto-tipologie ○ Modelli Advertising Based <ul style="list-style-type: none"> ▪ Advertising models e sotto-tipologie ▪ Intermediary models e sotto-tipologie ○ Modelli Free Based <ul style="list-style-type: none"> ▪ Community models e sotto-tipologie ▪ Free models e sotto-tipologie

Seminario:	6°
Titolo:	<i>Teoria dei mercati Internet</i>
Descrizione:	Il seminario analizzerà le teorie economiche che ben si prestano alla descrizione dei mercati Internet, in particolare le teorie sulla creazione dei nuovi mercati, le teorie dei mercati multi-sided e le teorie dei mercati creati by design
Nozioni acquisite dallo studente:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ I driver nella creazione di un mercato <ul style="list-style-type: none"> ○ Demand Pull Market ○ Supply Push Market ✓ Il ruolo della tecnologia nella creazione dei mercati Internet ✓ Come evolvono i nuovi mercati Internet <ul style="list-style-type: none"> ○ Colonizzazione dei nuovi mercati ○ Consolidamento dei nuovi mercati ○ Le barriere di ingresso tipiche dei mercati Internet ✓ Creazione di Internet market by design <ul style="list-style-type: none"> ○ Sponsored Research Auction Market ○ Consumer auction Market ✓ I mercati multisided <ul style="list-style-type: none"> ○ Le multisided platform tipiche di Internet (il caso Google) ○ La definizione del pricing nei mercati multisided ✓ Le dimensioni dei mercati Internet <ul style="list-style-type: none"> ▪ Short Tail e Long Tail ▪ Mercati di nicchia

Seminario:	7°
Titolo:	<i>Teoria dell'innovazione su Internet</i>
Descrizione:	Il seminario analizzerà le teorie dell'innovazione che permettono di descrivere ed analizzare l'innovazione del media Internet e l'innovazione che da esso ne scaturisce, cercando di porre l'accento sugli effetti che essa ha sui mercati esistenti, sulle aziende e sulle strutture sociali.
Nozioni acquisite dallo studente:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ I driver dell'innovazione ✓ Gli effetti dell'innovazione <ul style="list-style-type: none"> ○ Radical o Disruptive Innovation ○ Really new Innovation ○ Incremental Innovation ○ Discontinuous & Imitative Innovation ✓ Gli ambiti di applicazione dell'innovazione su internet: <ul style="list-style-type: none"> ○ Disruptive Technoogical innovation ○ Disruptive Business Model innovation ○ Disruptive Product innovation ✓ Le teorie dell'adozione e diffusione dell'innovazione <ul style="list-style-type: none"> ○ La teoria della diffusione e adozione di Rogers ○ I fattori di successo e gli ostacoli di un'innovazione su Internet ○ Le S-Curve ✓ Ciclo evolutivo dei mercati ed interazione con l'innovazione <ul style="list-style-type: none"> ○ Strategia dei nuovi entranti ○ Colonizzatori e Consolidatori ○ Strategie per le established company ○ Strategie First Mover, Second Mover e Fast Follower

Seminario:	8°
Titolo:	<i>Teoria dei business model su Internet</i>
Descrizione:	Il seminario analizzerà le teorie dei business model, dall'evoluzione del concetto stesso alle più recenti teorie della business model innovation, evidenziando come la business strategy delle principali Internet company si proietta nella definizione del proprio modello di business.
Nozioni acquisite dallo studente:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definizione di business model ed evoluzione del concetto negli ultimi anni ✓ Relazione tra business model e business strategy ✓ Relazione tra business model e business organizations ✓ Relazione tra business model e enviroment ✓ Come innovare nel business model <ul style="list-style-type: none"> ○ Business model canvas di Osterwalder ✓ Il processo del business model design ✓ Business model innovation per startup in scenari iper-competitivi ✓ Case studies di business model innovation

Seminario:	9°
Titolo:	<i>Il fenomeno delle Startup</i>
Descrizione:	<p>Il seminario analizzerà il fenomeno della massiccia creazione di startup, ovvero nuove aziende, che nell'ultimo decennio hanno popolato l'economia di internet.</p> <p>Ci si soffermerà sugli elementi distintivi dell'ecosistema internet che ha permesso una spinta così forte all'imprenditorialità.</p> <p>Si vedrà poi come alcune di esse sono arrivate ad essere delle grandi multinazionali nel giro di pochissimi anni.</p>
Nozioni acquisite dallo studente:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Numeriche sulla creazione di nuove imprese legate ad internet ✓ I fattori coinvolti nel fenomeno della creazione di startup internet: dall'abbattimento dei costi alla facilità di scalare ✓ Alcuni case study di startup divenute multinazionali con fatturati miliardari nel giro di pochissimi anni: Google, Facebook, Groupon.

Seminario	10°
Titolo	<i>Venture Capital</i>
Descrizione	<p>Il seminario illustrerà cosa sono i fondi di Venture Capital ed in generale il processo di investimento in nuove aziende ad alto contenuto tecnologico. Inoltre sarà analizzato il loro ruolo nella crescita dell'economia Internet.</p>
Nozioni Acquisite	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cosa è un fondo di Venture Capital ✓ La tipologia di aziende in cui investe un fondo di Venture Capital ✓ Il processo d'investimento di un Venture Capital ✓ Scenario Venture Capital italiano e internazionale ✓ Il ruolo del Venture Capital nella crescita dell'economia Internet

Modalità di verifica dell'apprendimento: **esame scritto**

Riferimenti bibliografici:

- *Paolo Cellini, Internet Economics, in corso di pubblicazione*
- *Slides pubblicate sul sito Luiss*