

PROF. MARCO BROGNA

Geografia Economico - Politica

Anno accademico 2016/2017

<u>PARTE I</u>	
TEORIA CLASSICA DELLA LOCALIZZAZIONE	
SETTIMANA 1	INTRODUZIONE AL CORSO <ul style="list-style-type: none">• Spazio, Territorio, Regione, Regionalizzazione• Strutturazione, Destutturazione• Territorializzazione, Deterritorializzazione• Introduzione all'analisi classica della teoria della localizzazione
SETTIMANA 2	I COSTI DI TRASPORTO E LA DIFFERENZIAZIONE SPAZIALE DEI POTENZIALI PRODUTTIVI <ul style="list-style-type: none">• La minimizzazione dei costi di trasporto come principio localizzativo.• Struttura dei costi di trasporto in funzione della distanza La localizzazione industriale nel pensiero weberiano:<ul style="list-style-type: none">- Il modello di Weber sul minimo trasportazionale• Il minimo trasportazionale nell'analisi sostitutiva di Isard
SETTIMANA 3	FATTORI DI PERTURBAZIONE DELLA LOCALIZZAZIONE SUL MINIMO TRASPORTAZIONALE <ul style="list-style-type: none">• Il principio agglomerativo<ul style="list-style-type: none">- Risparmio di agglomerazione• Il ruolo della manodopera<ul style="list-style-type: none">- Manodopera e costi di produzione- Variabilità spaziale del costo della manodopera e isodapana critica• I limiti dell'approccio weberiano:<ul style="list-style-type: none">- La mobilità del fattore lavoro: Pendolarismo, bacino di raccolta della manodopera e matrice O-D
SETTIMANA 4	LOCALIZZAZIONE E AREE DI MERCATO <ul style="list-style-type: none">• La spartizione del territorio in aree di mercato:<ul style="list-style-type: none">- Aree di mercato nel modello di Palander• Scala di produzione, area di mercato, localizzazione<ul style="list-style-type: none">- Le aree di mercato secondo la spartizione del territorio nel modello di Isard- Itinerario della localizzazione ottimale secondo Moses
SETTIMANA 5	LA LOCALIZZAZIONE DELLE IMPRESE DI SERVIZI <ul style="list-style-type: none">• Cono di domanda, soglia e portata<ul style="list-style-type: none">- Teoria delle località centrali Christaller- L'equilibrio generale e il contributo di Lösch• La legge Rango-dimensione

<u>PARTE II</u>	
I NUOVI FATTORI DELLA LOCALIZZAZIONE	
SETTIMANA 6	TRASPORTI E COMUNICAZIONI NELLA COMPRESSIONE SPAZIO-TEMPORALE: DIVISIONE INTERNAZIONALE DEL LAVORO E MULTINAZIONALIZZAZIONE <ul style="list-style-type: none"> • La struttura dei costi di trasporto e il modello di Hoover • Rivoluzione dei trasporti e delle comunicazioni • Abbattimento costi trasporto • La riorganizzazione della produzione secondo i principi della deverticalizzazione e della multilocalizzazione produttiva: la multinazionalizzazione e la Divisione Internazionale del Lavoro. <ul style="list-style-type: none"> – Modello di sviluppo delle multinazionali – DIL e modello centro-periferia
SETTIMANA 7	APPROCCIO COMPORTAMENTISTICO: TEORIE DELLA DIFFUSIONE SPAZIALE E DELL'INNOVAZIONE <ul style="list-style-type: none"> • L'approccio comportamentistico: La localizzazione industriale nel modello di Smith <ul style="list-style-type: none"> – Curva spazio-costi di Smith – Curva spazio-ricavo • Il ruolo dell'informazione • La diffusione dell'innovazione: <ul style="list-style-type: none"> – Il modello di diffusione di Hagerstrand: l'effetto di vicinato ed il campo informativo medio; La diffusione gerarchica • Resistenza all'innovazione: <ul style="list-style-type: none"> – Curva logistica di adozione dell'innovazione – Effetti barriera
SETTIMANA 8	POST-FORDISMO: DAL CLUSTER D'IMPRESA AL CLUSTER URBANO <ul style="list-style-type: none"> • Nuove teorie della localizzazione: dall'impresa singola al sistema di produzione • La divisione spaziale del lavoro • La grande impresa integrata e monolocalizzata (fordista) • Specializzazione flessibile e post-fordismo • Le esternalità marshalliane e i vantaggi della prossimità • Distretti industriali e cluster di imprese • I distretti industriali italiani e la terza Italia • I cluster innovativi e il caso di Silicon Valley
SETTIMANA 9	I SISTEMI GLOBALI DI PRODUZIONE <ul style="list-style-type: none"> • Modelli localizzativi delle diverse tipologie di multinazionali • Localizzazione, internazionalizzazione e ciclo di vita del prodotto • La geografia degli investimenti diretti esteri: la divisione internazionale del lavoro e il modello centro-periferia • Global production networks e commodity chains • Gli effetti territoriali delle multinazionali: radicamento territoriale e economie duali • Le conseguenze sociali della divisione spaziale del lavoro • I paradossi della globalizzazione: locale/globale • Lo spazio dei flussi e lo spazio dei luoghi

SETTIMANA 10	I SISTEMI DI INNOVAZIONE <ul style="list-style-type: none"> • La produzione di innovazioni • La diffusione delle innovazioni • Gli approcci neo-schumpeteriani allo sviluppo regionale • Gli effetti regionali dell'innovazione • I sistemi di innovazione • Il vantaggio competitivo territoriale • Il milieu innovateur • Capitale umano e sviluppo basato sulla conoscenza • Il capitale creativo: capitale umano e localizzazione
SETTIMANA 11	LE CITTÀ' TRA NUOVO CENTRO E NUOVA PERIFERIA <ul style="list-style-type: none"> • Funzioni urbane ed interazione: le reti di città • Le attività quaternarie e le città globali • La localizzazione delle imprese ICT: l'esempio dell'industria di Internet (produzione hardware, software e di contenuti) • Mondi all'interno della città: segmentazione sociale e funzionale dello spazio urbano Frammentazione e riconfigurazione del centro e delle periferie mondiali

Inizio corso: 06/03/2017

Giorni di lezione: Lunedì 09.00 – 11.00 Aula 12
 Mercoledì 09.00 – 11.00 Aula 10

Ricevimento (stanza 532 – quinto piano Facoltà di Economia)
 Lunedì 11.15 – 12.30 - Mercoledì 11.15 – 12.30

Testi per l'esame:
 Per i frequentanti Dispense distribuite a lezione

Per i non frequentanti:

- 1) "Frammenti. Per un discorso sul territorio" di Attilio Celant, Editore Università La Sapienza da pag 1 a pag 201;
- 2) "Competitività, strategie di pianificazione e governance territoriale" di Marco Brogna e Francesco Maria Olivieri Editore Università La Sapienza.

I due volumi sono acquistabili direttamente presso "Sapienza Editrice" (Centro stampa dell'università "La Sapienza") ad un prezzo scontato, riservato agli studenti, pari a 30 euro complessivi.