

VL	Industrieökonomik / Managerial Economics / Az ipar gazdaságtana
Veranstalter	Stefan Okruch
Zeit	GKW Dienstag 9:30 – 11:00 (Tutorien nach besonderer Ankündigung)
Ort	H 6 / H 5 (s. Termine)
Anrechnungscode	WIWI034
Kreditpunkte	3
Sprechstunde	Jederzeit nach Vereinbarung
Prüfungsanmeldung	über das elektronische Studienverwaltungssystem (ETN)

Inhalt und Ziele

Kursbeschreibung: Wodurch erlangen Unternehmen Wettbewerbsvorteile auf unterschiedlichen Märkten? Dies ist die zentrale Fragestellung dieser Veranstaltung: sie vermittelt, unter welchen Bedingungen Unternehmen auf Wettbewerbsmärkten ihre Aktionsparameter (Mengen-, Produkt-, Preispolitik, Marketing etc.) einsetzen. Ausgehend vom Grundmodell der vollständigen Konkurrenz werden die wesentlichen Marktformen (Monopol, heterogenes und homogenes Oligopol, monopolistische Konkurrenz etc.) und ihre Konsequenzen für das Verhalten der Unternehmen und für das Marktergebnis analysiert. Anschließend werden Möglichkeiten und Konsequenzen der aktiven Preispolitik sowie Formen des Nicht-Preiswettbewerbs (Qualitätswettbewerb, Werbung) diskutiert. Dem folgt eine Erörterung der Anreize und Folgen von horizontaler und vertikaler Integration sowie von vertikalen Beschränkungen.

Ziele: Die Veranstaltung vermittelt Kenntnisse über die grundlegenden Funktions- und Verhaltensweisen von Unternehmen auf Wettbewerbsmärkten. Sie legt damit die Grundlage für die eigenständige Beurteilung von Wettbewerbssituationen und für die Erstellung von Marktanalysen.

Hinweis: Zu dieser LV werden voraussichtlich Tutorien angeboten. Termine werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben.

Kursraster

Termin	Thema	Literatur
BLOCK: 14.9., 14-18 (HS 6) 15.9., 9.30-18 (HS 6) 16.9., 9.30-18 (HS 6) + Di 9.30-11 (HS 5): 19.9. 31.10. 28.11. 12.12.	1. Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen – Einführung // 2. Industrieökonomik - Marktstruktur und Marktergebnis / 2.1 Vollständige Konkurrenz	BLUM, Ulrich, MÜLLER, Simone, WEISKE, Andreas (2006), Angewandte Industrieökonomik. Theorien – Modelle – Anwendungen, Wiesbaden.
	2.2. Monopol, Monopson und dominante Firmen	BRICKLEY, James, ZIMMERMAN, Jerold L., SMITH, Clifford W. (2016), Managerial Economics and Organizational Architecture, 6. Aufl., New York.
	2.3. Kartelle	CARLTON, Dennis P., PERLOFF, Jeffrey M. (2015), Modern Industrial Organization, 4. Aufl., Reading u.a.
	2.4. Oligopole	MANSFIELD, Edwin, ALLEN, W. Bruce, DOHERTY, Neil, WEIGELT, Keith (2012), Managerial Economics: Theory, Applications, and Cases, 8. Aufl., New York u.a.
	2.5. Produktdifferenzierung und monopolistische Konkurrenz // 2.6. Marktstruktur-Marktverhalten-Marktergebnis	PORTER, Michael E. (2008): The Five Competitive Forces that Shape Strategy, in: Harvard Business Review, Vol.86, S.78-93.
3. Wettbewerbsstrategien (Marktverhalten auf Konkurrenzmärkten) / 3.1 Preisdifferenzierung und –diskriminierung // 3.2 Strategisches Verhalten	SCHMIDT, Ingo, HAUCAP, Justus (2013), Wettbewerbspolitik und Kartellrecht, 10. Aufl., München.	
3.3 Werbung // 3.4 Vertikale Integration und vertikale Bindungen // Abschluss & Feedback	WOECKENER, Bernd (2014), Strategischer Wettbewerb. Eine Einführung in die Industrieökonomik., 3. Aufl., Berlin u.a.	

Bewertung

Form und Umfang der zu erbringenden Leistungen: Die Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung für IEB und MML. Die Bewertung mit 3 KP erfolgt auf der Grundlage einer grundsätzlich schriftlichen Abschlussprüfung. Die Möglichkeit zur Übernahme von Kurzreferaten (max. 25 % der Bewertung) wird ggf. / in Abhängigkeit von der Hörerzahl bestehen.