

VL	Industrieökonomik / *** / Industrial Organization
Veranstalter ¹	Martina Eckardt [Stefan Okruch]
Zeit	(grds.) GWK Dienstag 9:30 – 11:00 und 13:45 – 15:15
Ort	tba
Anrechnungscode	WIWI034
Kreditpunkte	3
Sprechstunde	2-wöchentlich, GWK, Mi 16:00-17:30, ansonsten nach Vereinbarung per E-Mail
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. Abschließend wird die besondere Rolle von Innovationen analysiert.

Ziele: Die Veranstaltung vermittelt Fachkenntnisse 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.

Kursraster

Termin	Thema	Literatur
KW38	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 CARLTON, Dennis P., PERLOFF, Jeffrey M. (2005), Modern Industrial Organization, Boston et al., 4. Aufl. PORTER, Michael E. (2008): The Five Competitive Forces that Shape Strategy, in: Harvard Business Review, Vol.86, S.78-93 SCHMIDT, Ingo (2005), Wettbewerbspolitik und Kartellrecht, Stuttgart, 8. Aufl. WOECKENER, Bernd (2011), Strategischer Wettbewerb. Eine Einführung in die Industrieökonomik., 2. Aufl., Heidelberg u.a.
KW40	2.2. Monopol, Monopson und dominante Firmen // 2.3. Kartelle	
KW42	2.4. Oligopole	
KW44	2.5. Produktdifferenzierung und monopolistische Konkurrenz // 2.6. Marktstruktur-Marktergebnis	
KW46	3. Wettbewerbsstrategien (Marktergebnis auf Konkurrenzmärkten) / 3.1 Preisdifferenzierung und –diskriminierung // 3.2 Strategisches Verhalten	
KW48	3.3 Werbung // 3.4 Vertikale Integration und vertikale Bindungen // Abschluss & Feedback	
KW50	Keine Lehrveranstaltung	

¹ Die Namen der Veranstalter sind ohne Titel aufzuführen.

Bewertung

Form und Umfang der zu erbringenden Leistungen: Die Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung für IEB. 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.