

VL	Industrieökonomik (deutsch, ungarisch, englisch)	
Veranstalter ¹	Martina Eckardt	
Zeit	Mittwoch, 11.15 – 12. 45 Uhr	
Ort	HS 5	
Anrechnungscode	WIWI034	
Kreditpunkte	3 KP	
Kontaktstunde	Mittwoch, 14.00-15.00 Uhr	
Prüfungsanmeldung	über das elektronische Studienverwaltungssystem (ETN)	
Inhalt und Ziele		
<p>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.</p> <p>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 die Erstellung von Marktanalysen.</p>		
Kursraster		
Termin	Thema	Literatur
KW 36 BLOCK		
KW 37 BLOCK		
KW 38	1. Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen – Einführung	BLUM, Ulrich, MÜLLER, Simone, WEISKE, Andreas (2006), Angewandte Industrieökonomik. Theorien – Modelle – Anwendungen, Wiesbaden
KW 39	2. Industrieökonomik - Marktstruktur und Marktergebnis 2.1 Vollständige Konkurrenz	BRICKLEY, James A., SMITH, Clifford W. jr., ZIMMERMAN, Jerold L. (2004), Managerial Economics and Organizational Architecture, Boston et al., 3. Aufl.
KW 40 Do, 2. 10. vorlesungsfrei		CARLTON, Dennis P., PERLOFF, Jeffrey M. (2005), Modern Industrial Organization, Boston et al., 4.Aufl.
KW 41	2.2 Monopol, Monopson und dominante Firmen	PORTER, Michael E. (2008): The Five Competitive Forces that Shape Strategy, in: Harvard Business Review, Vol.86, S.78-93
KW 42	2.3 Kartelle	SCHMIDT, Ingo (2005), Wettbewerbspolitik und Kartellrecht, Stuttgart, 8. Aufl.
KW 43 Do, Fr – 23., 24.10. vorlesungsfrei	2.4 Oligopole (1)	WOECKENER, Bernd (2011), Strategischer Wettbewerb. Eine Einführung in die Industrieökonomik., 2. Aufl., Heidelberg u.a.
KW 44	2.4 Oligopole (2)	
KW 45	2.5 Produktdifferenzierung und monopolistische Konkurrenz	

¹ Die Namen der Veranstalter sind ohne Titel aufzuführen.

KW 46	2.6 Marktstruktur-Verhalten-Ergebnis-Paradigma	
KW 47	3. Wettbewerbsstrategien (Marktverhalten auf Konkurrenzmärkten) 3.1 Preisdifferenzierung und –diskriminierung	
KW 48	3.2 Strategisches Verhalten	
KW 49	3.3 Werbung	
KW 50	3.4 Vertikale Integration und vertikale Bindungen	
KW 51	Schlussbesprechung	
Bewertung		
Form und Umfang der zu erbringenden Leistungen: Für diese Wahlveranstaltung erhalten Sie drei Kreditpunkte. Hierzu sind zwei einstündige schriftliche Klausuren zu bestehen.		