

VL/SE	Industrieökonomik		
Veranstalter	Martina Eckardt		
Zeit	Di, 13:45 - 15:45 Uhr		
Ort	N.N.		
Sprechstunde	Di, 12:30 – 13:30 Uhr		
Inhalt und Ziele			
<p>Kursbeschreibung: Diese Veranstaltung 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 diskutiert. Dem folgt eine Erörterung der Anreize und Folgen von horizontaler und vertikaler Integration sowie von vertikalen Beschränkungen. Diese Fachkenntnisse werden sodann in Form von Fallstudien vertieft. Hierfür entwickeln die Studierenden in Teams jeweils für ein spezifisches Unternehmen auf Basis einer umfassenden Marktanalyse eine Strategie.</p>			
<p>Ziele: Die Veranstaltung vermittelt Fachkenntnisse über die grundlegenden Funktions- und Verhaltensweisen von Unternehmen auf Wettbewerbsmärkten. Diese werden in der zweiten Hälfte der Veranstaltung im Rahmen von Marktanalysen vertieft, die in Teamarbeit erstellt werden. Damit wird zugleich die Sozialkompetenz der Studierenden gefördert. Die Fallstudien werden zu Beginn der Veranstaltung festgelegt.</p>			
Kursraster			
KW	Thema	Literatur	
37.	1. Industrieökonomik – Einführung 2. 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. CARLTON, Dennis P., PERLOFF, Jeffrey M. (2005), Modern Industrial Organization, Boston et al., 4. Aufl. MOTTA, Massimo (2004), Competition Policy. Theory and Practice, Cambridge et al. SCHMIDT, Ingo (2005), Wettbewerbspolitik und Kartellrecht, Stuttgart, 8. Aufl.	
38.	2.2 Monopol, Monopson und dominante Firmen		
39.	2.3 Kartelle 2.4 Oligopole		
40.	2.5 Produktdifferenzierung und monopolistische Konkurrenz		
41.	2.6 Marktstruktur-Verhalten-Ergebnis-Paradigma		
42.	3. Wettbewerbsstrategien (Marktverhalten auf Konkurrenzmärkten) 3.1 Preisdifferenzierung und –diskriminierung		
43.	3.2 Strategisches Verhalten 3.3 Werbung		
44.	3.4 Vertikale Integration und vertikale Bindungen 3.5 Fusionen		
45.	4. Dynamische Marktprozesse		
46.	– KLAUSUR –		
47.	Fallstudie 1		
48.	- entfällt -		
49.	Fallstudie 2		
50.	Fallstudie 3		
51.	Fallstudie 4		
Bewertung			
<p>Prüfungsform: Für diese Wahlveranstaltung erhalten Sie drei Kreditpunkte auf Basis von 2 Teilleistungen. So ist zum einen eine Prüfungsleistung in Form einer einstündigen schriftlichen Klausur zu bestehen. Zum anderen ist in Teamarbeit eine Fallstudie zu bearbeiten und zu präsentieren.</p>			