

Medienökonomik (Vorlesung, 2 SWS)
Prof. Lutz M. Hagen

Zeit: Mi 2. DS 9.20-10.50 Uhr

Ort: wird noch bekannt gegeben

Die Veranstaltung führt in die ökonomischen Grundlagen der Medien ein. Sie sind durch einige Besonderheiten gekennzeichnet, die vor allem mit den sehr speziellen Eigenschaften des Gutes Information zusammenhängen. So wird Information im Gegensatz zu anderen Gütern z.B. durch Konsum nicht verbraucht. Unter anderem aus diesem Grund erfüllen Medienangebote auf Märkten häufig die Kriterien von öffentlichen Gütern: Potentielle Nutzer sind nicht auszuschließen und es herrscht keine Rivalität zwischen den Nutzern. Eine weitere Besonderheit der Medienwirtschaft besteht darin, dass Medien häufig als Verbundprodukte fungieren, die auf zwei Märkten angeboten werden: dem Rezipienten- und dem Werbemarkt.

Die Veranstaltung ist wie folgt gegliedert: Zunächst wird eine Einführung in die Grundlagen der ökonomischen Theorie bzw. der ökonomischen Denkweise gegeben. Im zweiten Teil werden die besonderen Gutseigenschaften von Information beleuchtet. Im dritten Teil geht es um die Medienunternehmung. Dieser Teil umfasst die Analyse der Verbundproduktion, der Kosten- und Erlösstrukturen von Medien und der wirtschaftlichen Grundlagen ihrer Organisation. Der vierte Teil befasst sich mit den Medienmärkten. Dabei stehen Wettbewerb, Marktversagen und Konzentration im Mittelpunkt. Im fünften Teil wird abschließend die Rolle des Mediensektors in der Volkswirtschaft betrachtet. Dabei geht es z.B. um die Strukturen der Werbewirtschaft und anderer Sektoren, um gesamtwirtschaftliche Beiträge der Medien und ökonomische Grundlagen des Wandels von Mediensystemen.

Erwerb von 1 Credit durch Anwesenheit bei Vorlesung (unbegrenzte Anzahl Studierender)

Erwerb von 3 Credits durch zusätzliche 90-minütige Klausur (begrenzt auf 10 Studierende, vorherige Anmeldung per E-Mail bei Heike Großmann heike.grossmann@tu-dresden.de)