

Kursnummer: DLMBMED01	Kursname: Managerial Economics	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: WS, SS Course Duration: Minimaldauer 1 Semester	Zugangsvoraussetzungen: Siehe Modulbeschreibung	
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System	Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung	
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>In diesem Kurs werden ökonomische Konzepte und Modelle vermittelt, die Marktakteure und insbesondere Manager von Unternehmen beim Treffen von Entscheidungen unter der Prämisse knapper Ressourcen unterstützen können. Dazu werden zunächst die beiden Marktkräfte Angebot und Nachfrage sowie ihr Zusammenspiel hin zum Marktgleichgewicht analysiert. Faktoren, die die Produktions- und Preisentscheidungen bestimmen, werden behandelt. Im Anschluss wird die Marktstruktur, in der die Unternehmen agieren, berücksichtigt und die Preisbildung in unterschiedlichen Märkten betrachtet. Die Auswirkungen von staatlichen Eingriffen wie Regulierungen werden aufgezeigt. Eine weitere zentrale Rolle spielt die strategische Interaktion der Marktakteure untereinander, was durch die Spieltheorie erklärt wird. In den klassischen mikroökonomischen Modellen wird von vollständiger Information zwischen den Marktakteuren ausgegangen; realitätsnäher in vielen Entscheidungssituationen ist jedoch das Vorliegen von asymmetrischer Information, was im Kurs ausführlich beleuchtet wird. Zum Abschluss des Kurses werden Investitionen betrachtet und Modelle zur Entscheidungsfindung vorgestellt und durchgerechnet, welche Investition rentabel bzw. rentabler als Alternative ist.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses werden Studierende in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand und Ziele von Managerial Economics zu benennen und dessen Nutzen für individuelle sowie interaktive Entscheidungsprobleme zu erkennen. • volkswirtschaftliche Indikatoren zu interpretieren und die Rolle der Marktakteure einzuschätzen. • verschiedene Preiselastizitäten zu berechnen und die zukünftige Nachfrage mittels Regression zu prognostizieren. • Bestimmungsfaktoren für Angebot und Nachfrage zu identifizieren und Produktions- sowie Kostenfunktionen anzuwenden. • verschiedene Marktstrukturen zu erkennen und die Preispolitik der Unternehmen in unterschiedlichen Marktstrukturen zu analysieren. • die Rolle des Staats und der Zentralbanken bei Marktversagen zu bewerten. • Informationsasymmetrien zu identifizieren und Entscheidungen unter Risiko und Unsicherheit zu beurteilen. • die Vorteilhaftigkeit von Investitionsentscheidungen zu prüfen. • durch die Anwendung mikroökonomischer Modelle und Theorien Handlungsempfehlungen im unternehmerischen Kontext richtig herzuleiten und zu begründen. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so</p>		

strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Inhalte des Kurses:

1 Gegenstand und Methoden von Managerial Economics

1.1 Gegenstand von Managerial Economics

1.2 Methoden von Managerial Economics

2 Gesamtwirtschaftliches Umfeld

2.1 Makroökonomische Rahmenbedingungen und der Konjunkturzyklus

2.2 Rolle des Staats und der Zentralbanken

3 Die Nachfrage als Marktkraft

3.1 Theorie der Nachfrage

3.2 Elastizitäten der Nachfrage

3.3 Prognose der Nachfrage

4 Das Angebot als Marktkraft

4.1 Theorie des Angebots

4.2 Preistheorie

4.3 Produktionstheorie

4.4 Kostentheorie

5 Marktstruktur und Wettbewerbsstrategie

5.1 Unternehmenstheorie

5.2 Marktstruktur

5.3 Preisbildung

6 Staatliche Regulierung

6.1 Marktversagen

6.2 Rolle des Staats zur Reduktion von Marktversagen

7 Strategische Analyse und Entscheidungsfindung

7.1 Spieltheorie

7.2 Information und Entscheidungsfindung

7.3 Auktionen

8 Investition und Risiko

8.1 Investition

8.2 Investitionsentscheidungen

8.3 Risiko und Unsicherheit

Literatur:

- Baye, M. R. (2009): Managerial Economics and Business Strategy. 7. Auflage, McGraw-Hill, New York City. ISBN-13: 978-0073375960.
- Besanko, D. et al. (2009): Economics of strategy. 5. Auflage, Wiley, Hoboken (NJ). ISBN-13: 978-0470930328.
- Gupta, G. S. (2011): Managerial Economics. 2. Auflage, McGraw Hill, New York City, ISBN-13: 978-0071067867.
- Keat, P. G./Young, P. K. Y./Erfe, S. E. (2013): Managerial Economics. Economic Tools for Decision Makers. 7. Auflage, Prentice Hall, London. ISBN-13: 978-0133020267.
- Kreps, D. M. (2003): Microeconomics for Managers. Norton, New York City. ISBN-13: 978-0393976786.
- Natrop, J. (2012): Grundzüge der Angewandten Mikroökonomie. 2. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486713152.
- Pindyck, R. S./Rubinfeld, D. L. (2015): Mikroökonomie. 8. Auflage, Pearson, München. ISBN-13: 978-3868942736.
- Png, I./Lehman, D. (2012): Managerial Economics. 4. Auflage, Routledge, London. ISBN-13: 978-1405160476.

Prüfungszugangsvoraussetzung:

- Kursabhängig: Begleitende Online-Lernkontrolle (max. 15 Minuten je Lektion, bestanden / nicht bestanden)
- Kursevaluation

Prüfungsleistung:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Durch die weitere Nutzung der Seite stimmst du der Verwendung von Cookies zu.