

Projektmodul: Medienmanagement

Seminar: Informationsökonomie, Netzwerke und Communities

Prof. Dr. Matthias Maier

Zeit: dienstags, 13:30 bis 15:00 Uhr

Raum: Helmholtzstraße 15, Raum 103

Struktur der Veranstaltung

1. Information und Unterhaltung

- Grundlagen der Informationsökonomie
- Information als Wirtschaftsgut und ökonomische Besonderheiten der Produktion und Verteilung von Information
- Informationen als Erfahrungs- und Vertrauensgüter
- Informationswert, Informationsbewertungsparadoxon und Surrogate der Informationsbewertung
- Preisbildung bei Informationsgütern
- Kundenorientierte Differenzierung und Bündelung von Informationsgütern (Versioning)
- Intellektuelle Verfügungsrechte und wirtschaftliche Nutzung von Informationen

2. Netzwerke und Netzwerkökonomie

- Gegenstand der Netzökonomie
- Skalenerträge bei der Produktion von Netzgütern; Netzexternalitäten; positiver Feedback durch Skalenerträge und Netzeffekte
- Lock-In-Effekte und Lock-In-Zyklen
- Management von Lock-In-Prozessen
- Kooperationen und Kompatibilität in Netzindustrien und Systemgeschäften
- Systemwettbewerb, Kompatibilität, Interoperabilität und Standardisierung
- Generische Unternehmensstrategien in Netzindustrien
- Netzökonomie und Konvergenz
- Regulierung und Deregulierung
- Thesen zur Internet-Ökonomie

3. Communities

- Praktiken im sozialen Internet
- Die Philosophie sozialer Anwendungen im Internet und ihr Gegensatz zu kommerziellen Angeboten
- Professionalisierung und Kommerzialisierung des sozialen Raums – Möglichkeiten und Grenzen
- Open Innovation, Interaktive Wertschöpfung und Social Commerce - Produzenten und Konsumenten im sozialen Internet

Basisliteratur

Shapiro, Carl; Varian, Hal R. (1999). Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy. Boston, MA: Harvard Business School.

weiterführende Literatur in den Ordnern im Semesterapparat (Limona)

1. Ordner: Informationsgüter und Netzwerkökonomie
2. Ordner: Communities

Die Literaturangaben entbinden nicht von der eigenständigen Recherche