

VORSTELLUNG DES FG WIRTSCHAFTSTHEORIE

ALLGEMEINES

- Angesiedelt an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien, Institut für Volkswirtschaftslehre
- Betreute Lehrveranstaltungen:
 - Bachelor: Mikroökonomik; Einführung in die Medienökonomik & Proseminare
 - Master: Medienökonomik (1 + 2); Competition, Strategy and Institutions; Hauptseminare
 - Sowie eine Vielzahl an Abschlussarbeiten sowohl im Bachelor als auch im Master

MITARBEITER

- Prof. Dr. Oliver Budzinski; Fachgebietsleiter, Leiter des Institutes für Volkswirtschaftslehre
- Beate Sehr; Sekretariat
- Nadine Neute, Dipl. Volkswirtin
- Julia Pannicke, M.Sc.
- Maryam H.A. Beigi, M.Sc.
- Anika Müller, M.Sc.
- Externe Doktoranden: Anna Maria Doose, Karoline Köhler & Christoph Pietsch

FORSCHUNGSSCHWERPUNKTE

- Medienökonomik: Analyse der Funktionsweise von Medienmärkten sowie ihrer ökonomischen Regulierung
- Wettbewerbsökonomik: Analyse des Wettbewerbs und von Wettbewerbsstrategien in Märkten, Branchen und Industrien; Marktanalysen
- Wettbewerbspolitik: Kartellpolitik, Fusionskontrolle, Monopolisierung und Missbrauch von Marktmacht; Schnittstelle zur Rechtswissenschaft ("Law & Economics")
- Institutionen- und Regulierungsökonomik
- Sportökonomik: Analyse der Funktionsweise von Sportmärkten sowie ihrer ökonomischen Regulierung

AKTUELLE FORSCHUNGSPROJEKTE

- Wohlfahrtseffekte der Wettbewerbsstrategien von Google (Suchmaschinen, Onlinewerbung, Betriebssysteme für Smartphones und Tablets, etc.)
- Aktuelle Entwicklungen in der europäischen, deutschen und internationalen Wettbewerbspolitik
- Wohlfahrtseffekte der Wettbewerbsstrategien von Amazon (u.a. E-Books, Electronic Commerce)
- Netzneutralität: Innovationswirkungen und Regulierungseffekte
- Media Bias und Cultural Bias in traditionellen und neuen Medienmärkten
- Internetplattformen: Wettbewerb und Innovation
- Methoden zur Berechnung von Kartellschäden
- Energiemärkte und Wettbewerb: der globale Gasmarkt
- Ökonomische Analyse des Motorsports
- Zentralvermarktung von Sportübertragungsrechten und die Verteilung der Einnahmen zwischen den Wettbewerbern