

2019.HS

<b>Modulbezeichnung: Economics and Politics</b>	
Modulkürzel	w.MA.XX.EAP.16HS
Beschreibung des Moduls	Die Studierenden sind in der Lage, im Rahmen der Analyse von Angebot, Nachfrage und der übrigen Marktbedingungen einen systematischen Bezug zwischen Organisationen und deren marktlichem und politischen Umfeld herzustellen. Sie leiten daraus die Grundlagen für eine rationale Strategie- und Entscheidungsfindung ab und berücksichtigen die relevanten Umfeldfaktoren, welche sich aus den wirtschaftlichen, politischen sowie weiteren nationalen und ggf. internationalen Rahmenbedingungen ergeben.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	§ Business Administration - Specialization in Health Economics and Healthcare Management § Business Administration - Specialization in Public and Nonprofit Management
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Public and Nonprofit Management) erstmals beschlossen am 09.09.2009 Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Health Economics and Healthcare Management) erstmals beschlossen am 01.09.2015
Modulkategorie	<b>Modultyp:</b> Pflichtmodul
ECTS	6
Verantwortliche OE	W Fachstelle Wirtschaftspolitik Ltg.
Modulverantwortung	Tilman Slembeck (stil)
Modulverantwortung Stellvertretung	Dario Fauceglia (fauc)
Spezifische Vorkenntnisse	Mikro- und Makroökonomie auf Niveau Bachelor, z.B. gemäss Lehrbuch „Economics“ von Mankiw und Taylor oder ähnlich (inkl. graphischer und formaler Analyse)
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	§ Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren § Nutzung von Informationen § Kreativität & Innovation Sozialkompetenz § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	Die Studierenden... § kennen die Methoden und Instrumente der ökonomischen Marktanalyse. § verstehen die Rolle des Staates in der Marktwirtschaft, die Auswirkungen von Staatseingriffen und die Problematik der öffentlichen Finanzen. § kennen die Grundlagen und Eigenheiten politischer Prozesse und verstehen die Schnittstelle zwischen Markt und Staat. § sind in der Lage, praktische Probleme anhand der mikroökonomischen Analyse unter Berücksichtigung verhaltensökonomischer Erkenntnisse zu untersuchen. § sind in der Lage, zu differenzierten und begründeten Urteilen hinsichtlich der jeweils relevanten Fragestellung zu gelangen. § können Lösungen für konkrete Problemstellungen nachvollziehbar präsentieren und mündlich erläutern.

	§ erarbeiten selbständig Wissensinhalte.		
Inhalte des Moduls	§ Mikroökonomische Marktanalyse (Angebot/Produktion, Nachfrage/Konsum, Elastizitäten, Konsumtheorie, Methoden der empirischen Schätzung)		
	§ Marktformen und deren Implikationen für Wettbewerb, Preise und Wohlfahrt		
	§ Pricing (u.a. Formen der Preisdiskriminierung, mehrstufige Preise, Yield Management), Pricing von Nonprofit Organisationen		
	§ Politik versus Markt (Ziele, Instrumente, Institutionen, Werte etc.), Effizienz versus Verteilungsziele		
	§ politischer Prozess und seine Eigenheiten (Problementstehung, Mobilisierung, Problemlösung, Implementation), ev. inkl. Sonderthemen: voting paradox, log rolling, Lobbying)		
	§ Verstehen die grundlegenden Erkenntnisse der Verhaltensökonomie und können diese im Kontext von Managemententscheidungen anwenden.		
	Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:	
w.MA.XX.HCB.16HS			
w.MA.XX.MUP.15HS			
w.MA.XX.STMNP.XX			
	w.MA.XX.WIABA1.XX		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrgespräch § Übungen	<b>Eingesetzte Sozialformen:</b> -	
Digitale Lernressourcen	Reader		
Unterrichtsgliederung	<b>Kontaktstudium</b>	<b>Begleitetes Selbststudium</b>	<b>Autonomes Selbststudium</b>
	Vorlesung	28 h	-
	Übung	28 h	10 h
	Projektarbeit	-	-
	Seminar	-	-
	<b>Total</b>	<b>56 h</b>	<b>114 h</b>
Leistungsnachweise			
	<b>Modulendprüfung</b>	<b>Form</b>	<b>Dauer (Min.)</b>
	Schriftliche Prüfung	Spezifizierte Unterlagen	90
	<b>Hilfsmittel</b>	spezifizierter Taschenrechner gem. "Merkblatt Hilfsmittel"	
	<b>Andere</b>	<b>Bewertung</b>	<b>Dauer (Min.)</b>
	Referat/mündliche Präsentation	Note	20
	Eine Nachbesserung bzw. Nachbearbeitung von Leistungsnachweisen ist nicht möglich.		
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	-		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pflichtliteratur	§ Allen, B., Doherty, N., Weigelt, K. & Mansfield, E. (2012). Managerial Economics: Theory, Applications, and Cases. Intl. Student Edition. 8. Auflage. WW Norton. ISBN 978-0393120059. § Slembeck, T. (1997). The Formation of Economic Policy, Constitutional Political Economy. 8. Auflage. Boston: Kluwer Academic Publishers. ISBN PDF. § Slembeck, T. (2003). Ideologies, Beliefs and Economic Advice. In: Pelikan, P. & Wegner, G. (Hrsg.): The Evolutionary Analysis of Economic Policy, S. 128-161. Edward Elgar Publishers; PDF. § Zusätzliche Übungsunterlagen und Aufgaben zur Vertiefung auf Moodle § Bazerman, M. & Moore, D. (2017). Judgment in Managerial Decision Making. 8th Ed Auflage. Hoboken: Wiley. ISBN 978-1119427384. Taschenbuchausgabe der 8. Auflage vom 28. April 2017.		
Ergänzende Literatur	§ Hertzfeld, H. (2009). Study Guide and Casebook: for Managerial Economics: Theory, Applications, and Cases. 7. Auflage. WW Norton. ISBN 978-0393933963. § Salvatore, D. (2015). Managerial Economics in a Global Economy. 8. Auflage. Oxford University Press. ISBN 978-0-19-939715-0. § Baye, M. & Prince, J. (2014). Managerial Economics and Business Strategy. 8. Auflage. McGraw-Hill Irwin. ISBN 9780073523224.		
Bemerkungen	-Die beiden Lehrbücher (Allen et. al sowie Bazerman/Moore) sind Pflicht und müssen unbedingt rechtzeitig beschafft werden.		