



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2010/2011

ELE 3718 Medieøkonomi

Studium

Kursansvarlig

Institutt

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk og engelsk

Innledning

Kurset omhandler emner relatert til markedsføring, markedskommunikasjon, Public Relations (PR), økonomi og ledelse.

Læringsmål

Forkunnskaper

Ingen

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Albarran, Alan B., Chan-Olmsted, Sylvia M. and Wirth, Michael O., ed. 2006. Handbook of media management and economics. Mahwah, N.J. : L. Erlbaum Associates. Selected chapters
Doyle, Gillian. 2002. Understanding media economics. London : Sage. 184
Küng-Shankleman, Luc. 2008. Strategic management in the media : from theory to practice. London : Sage. Selected chapters
Picard, Robert G. 1989. Media economics : concepts and issues. Newbury Park, Calif. : Sage Publications. 1 og 2 (34 sider)
Shapiro, Carl and Hal R. Varian. 1999. Information rules : a strategic guide to the network economy. Boston, Mass. : Harvard Business School Press. 1,2,4,5 og 7 (145 sider)

Artikler:

Bakker, Piet. 2002. Free Daily Newspapers - Business Models and Strategies. International Journal on Media Management. 4 (3). 180-187
Johnsen, Hallvard og Mona Solvoll. 2007. Demand for television sport. European Sport Management Quarterly. 4:7. 311-335
Picard, Robert. 2005. Unique Characteristics and Business Dynamics of Media Products. Journal of Media Business Studies. 2 (2). 61-69
Picard, Robert. 2008. Shifts in Newspaper Advertising Expenditures and Their Implications for the Future of Newspapers. Journalism Studies. 9(5). 704-716

Annet:

Samling av artikler vil bli publisert på web

Anbefalt litteratur

Bøker:

Doyle, Gillian. 2002. Media ownership : the economics and politics of convergence and concentration in the UK and European media. London : Sage

Emneoversikt

- Introduksjon til medieøkonomi - noen nøkkelbegreper (*makro- og mikroøkonomi, virksomheter, markedsstrukturer*)
- Offentlig goder versus private goder (*forretningsmodeller for fjernsyn (allmennkringkasting, kommersielt TV og betalingskanaler) og nett- papiraviser*)
- Gamle og nye verdikjeder i media - samproduksjon med kundene (*vekststrategier, konvergens, ekspansjon og integrasjon, "produsage" i innholdsdriven media*)
- Mediebedrifters økonomi- samfunnsinstitusjoner eller vanlige bedrifter (*reklameindustri, offentlig regulering og forbrukerfrihet*)
- Kjennetegn ved noen mediesektorer (*fjernsyn, avis og internett*)
- Digital medieøkonomi (*forretningsmodeller, transaksjonskostnadsteori, medierettigheter og mediefasering*)
- Den globale medieøkonomien - da Mecom kom til Norge (*eierskap, mediehus, teknologiske og kulturelle begrensninger og muligheter*)

Dataverktøy

Læreprosess og tidsbruk

Ressursbruk

30 timer forelesninger
15 timer seminar
45 timer totalt

Eksamen

Kurset avsluttes med en 72-timers hjemmeeksamen.
Oppgaven skal skrives over et obligatorisk trema, og kan løses individuelt eller i grupper på inntil 3 (tre) studenter. Hjemmeeksamen teller 100% av karakteren i kurset.

Eksamenskode(r)

ELE 37181- 72-timers hjemmeeksamen, teller 100% av endelig karakter i kurset ELE 3718
Medieøkonomi, 7.5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt til den skriftlige prosjektoppgaven.
Under punktet eksamensinformasjon i studiehåndboken på web finnes det definisjoner av hjelpemidler ved skriftlig skoleeksamen. Legg særlig merke til bruk av kalkulator.
<http://www.bi.no/studiehandbok/hjelpemidler>.

Kontinuasjon

Tilleggsinformasjon