



ELE 3718 Medieøkonomi

Studium

Valgkurs

Kursansvarlig

Mona K Solvoll

Institutt

Institutt for kommunikasjon - kultur og språk

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., Sylvia M. Chan-Olmsted, and Michael O. Wirth, ed. 2006. Handbook of media management and economics. E-bok. L. Erlbaum Associates. kapittel: 14,15, 20 og 22. Finnes som e-bok, studentene trenger ikke å kjøpe den
Doyle, Gillian. 2002. Media ownership : the economics and politics of convergence and concentration in the UK and European media. Sage. kapittel 2 og 3
Doyle, Gillian. 2002. Understanding media economics. Sage. 184
Shapiro, Carl og Hal R. Varian. 2000. Den nye økonomien : hvordan tjene penger på Internett. Hognar Media. kapittel 3 og 7

Artikler:

Bakker, Piet. 2002. Free Daily Newspapers - Business Models and Strategies. International Journal on Media Management. 4 (3). 180-187
Johnsen, Hallvard and Mona Solvoll. 2007. Demand for television sport. European Sport Management Quarterly. 7 (4). 311-335
Picard, Robert. 2005. Unique Characteristics and Business Dynamics of Media Products. Journal of Media Business Studies. 2 (2). 61-69
Picard, van der Wurff and Piet Bakker. 2008. Economic growth and advertising expenditures in different media in different countries. Journal of media economics. 21. 25 sider

Annet:

Gaustad, T. og Thorolf Helgesen. 2002. Medieøkonomi; strategier, markedsføring, medierettigheter.. Stølen. Kapittel om rettigheter av Gaustad
Solvoll. 2010. Kompendium i medieøkonomi. Samling av artiklene og bokkapitlene vil bli tilgjengelig i et kompendium, selges via dokumentsenteret

Anbefalt litteratur

Bøker:

Albarran, Alan B. 2010. The media economy. Routledge. 200

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 studiehandboken 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