



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2012/2013

ELE 3718 Media Economics

Studium

Valgkurs

Kursansvarlig

Mona K Solvoll

Institutt

Institutt for kommunikasjon - kultur og språk

Semester

Vår

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Engelsk

Innledning

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

Læringsmål

Forkunnskaper

Ingen

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Doyle, Gillian. 2002. Understanding media economics. Sage. 184 pages. Also available from <http://site.ebrary.com/lib/bilibrary/home.action>

Artikler:

Online articles: Available from databases at the BI library.

Picard, R. 2005: Unique Characteristics and Business Dynamics of Media Products. Journal of Media Business Studies, 2(2), 61-69.9 pages, available from <http://www.jombpagecom/articles/2005224.pdf>

Bakker, Piet. 2002: Free Daily Newspapers – Business models and strategies (8 pages).

Available from http://www.newspaperinnovation.com/overview/files/JMM_4_3_Bakker.pdf

Picard, van der Wurff and Piet Bakker (2008): Economic Growth and Advertising Expenditures in different countries, 25 pages, available from

<http://www.robertpicard.net/files/econgrowthandadvertising.pdf>

Johnsen, Hallvard og Mona Solvoll. 2007. Demand for television sport. European Sport Management Quarterly. 4:7. 311-335, 24 pages.

Available from databases at the BI library.

Eisenmann et al. (2006): Strategies for two- sided markets, Harvard Business Review, 11 pages.

Annet:

Articles/ chapters available as e-books:.

Doyle, Gillian. 2002: Media Ownership. Available from

<http://site.ebrary.com/lib/bilibrary/home.action> and as google book

http://books.google.com/books/about/Media_ownership.html?id=p8iNIUIAPDMC

- Chapter 2 Media Concentrations and pluralism, page 11-30, 19 pages,

- Chapter 3 Industrial and Economic Policy Aims, page 30- 43, 13 pages

Albarran, Alan B., Chan-Olmsted, Sylvia M. and Wirth, Michael O. 2006. Handbook of media

management and economics. Available from
<http://www.dawsonera.com/depp/reader/protected/external/AbstractView/S9781410615589>

- Chapter 14 page 297-324; 17 pages, industry- specific management issues
- Chapter 15 page 325- 345; 20 pages, Issues in market structures
- Chapter. 22 page 493- 523; 30 pages, Issues in political economy and
- Chapter 20 page 445-463; 18 pages, Issues in convergence

Collection of articles in compendium. Handelshøyskolen BI. (144 pages).

Shapiro and Varian.2000: Information Rules - a strategic guide to the Network Economy

- Chapter 3 Versioning Information, page 57-84, 28 pages
- Chapter 7 Networks and Positive Feedback, page 173-225, 53 pages

Caves, Richard E. 2000: Creative Industries: Contracts between Art and Commerce, Harvard University Press

- Introduction, 17 pages
- Chapter 8 The Nurture of Ten-Ton Turkeys, page 136- 145, 10 pages

Gaustad, Terje. 2002: The Problem of Excludability for Media and Entertainment Products in New Electronic Market Channels. Electronic Markets, volume 12, issue 4, 5 pages

Vogel, Harold L. 2011: Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis (7th Edition), Cambridge University Press

- Chapter 1 Economic Perspective, 19 pages
- Chapter 2 Basic Elements, 12 pages

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