

Oliver Hinz

Vorlesung

Electronic Markets
(Bachelor)

Wintersemester 2016/2017

Bitte beachten Sie, dass dieser Ablauf auch im Laufe des Semesters leicht verändert werden kann.

Eine aktuelle Version finden Sie immer auf unserer Webseite!

*Kurs im Moodle:
"FB01 - BWL - Electronic Markets 2016/17"*

donnerstags 11:40-13:20 Uhr

Raum S1 01/A02

**Übung: montags, alle 2 Wochen, S1 01/A04
(ungerade Wochen)**

Überblick

- 0 Organisatorisches**
- 1 Einführung in die Veranstaltung (20.10.2016)**
- 2 Technische Grundlagen und Triebkräfte (27.10.2016)**
- 3 Digitale Güter (03.11.2016)**
- 4 Sicherheit (10.11.2016)**
- 5 Internet-Marktplätze (17.11.2016)**
- 6 Vertrauen und Reputation in Elektronischen Märkten (24.11.2016)**
- 7 Soziale Netzwerke (01.12.2016)**
- 8 Informationsmärkte (08.12.2016)**
- 9 Interaktive Preisverhandlungen (15.12.2016)**
- 10 Market Engineering (22.12.2016)**
- 11 Auktionen (12.01.2017)**
- 12 Elektronische Finanzmärkte (19.01.2017)**
- 13 Suchkosten und das Long-Tail-Phänomen (26.01.2017)**
- 14 Disruptive Technologien und Geschäftsideen (z.B. „Freeconomics“) (02.02.2017)**
- 15 Optionale Fragestunde (09.02.2017)**
- 16 Klausur (13.03.2017)**

0 Organisatorisches

0.1 Ablauf der Veranstaltung

Die Unterrichtssprache ist deutsch, die Folien sind aber in englischer Sprache. Fragen können wahlweise in Deutsch oder Englisch gestellt werden.

Am Ende der Veranstaltung wird eine Klausur geschrieben, die zu 100% die Note ausmacht.

0.2 Beachtung der Prüfungsordnung

Auf alle Leistungsnachweise findet die Prüfungsordnung Anwendung. Verletzungen der Prüfungsordnung führen dazu, dass die gesamte Veranstaltung mit der Note 5,0 und einem Maluspunkt bewertet wird.

0.3 Gastvorträge

17.11.2016: Johannes Hiemer, evoila GmbH, „Building Large Scale Cloud Infrastructure“
(45 Minuten)

01.12.2016: Dr. Daniel Kostyra (Cocomore AG) zum Thema „Marketing Automation“
(45 Minuten)

1 Einführung in die Veranstaltung (20.10.2016)

Erklärung der Formalitäten und Überblick über die Vorlesung (15 Minuten)

Einführung Electronic Markets (15 Minuten)

Gegenwärtige Nutzung des Internet (30 Minuten)

Ökonomische Triebkräfte (30 Minuten)

1.1 Übung entfällt! (24.10.2016)

2 Technische Grundlagen und Triebkräfte (27.10.2016)

2.1 Vorbereitung für Studierende

2.2 Inhalte

Technische Triebkräfte (45 Minuten)

Technische Grundlagen (45 Minuten)

3 Digitale Güter (03.11.2016)

3.1 Vorbereitung für Studierende

3.2 Inhalte

Beispiel Buchmarkt (20 Minuten)

Eigenschaften digitaler Güter (45 Minuten)

Software on Demand (20 Minuten)

3.3 Übung (07.11.2016)

Technische Grundlagen (45 Minuten)

Digitale Güter (45 Minuten)

4 Sicherheit (10.11.2016)

4.1 Vorbereitung für Studierende

Lesen des Beitrags: Bishop, M. (2005): „Introduction to Computer Security“, Boston: Addison Wesley, S. 97-116, 171-198.

Lesen des Beitrags: Rivest, Ron L. / Shamir, A. / Adleman, L. (1978): „A Method for Obtaining Digital Signatures and Public Key Cryptosystems“, Communications of the ACM, 21(2), S. 120-126.

Lesen des Beitrags: Diffie, W. / Hellman, M. E. (1976): „New Directions in Cryptography“, IEEE Transactions on Information Theory, 22(6), S. 644-654.

Lesen des Beitrags: Whitten, A. / Tygar, J.D. (1999): „Why Johnny Can't Encrypt: A Usability Evaluation of PGP 5.0, Proceedings of the 8th USENIX Security Symposium“, S. 169-183.

4.2 Inhalt

Schutzziele (15 Minuten)

Authentisierung (15 Minuten)

Kryptographie (15 Minuten)

Sicherheit (15 Minuten)

5 Internet-Marktplätze (17.11.2016)

5.1 Vorbereitung für Studierende

5.2 Inhalte

Beispiele

Vortrag von Johannes Hiemer, evoila GmbH, „Building Large Scale Cloud Infrastructure“ (45 Minuten)

5.3 Übung (21.11.2016)

Marktplätze etc. (90 Minuten)

6 Vertrauen und Reputation in Elektronischen Märkten (24.11.2016)

6.1 Vorbereitung für Studierende

Lesen des Beitrags: Uslander, E. M. (2004), “Trust online, trust offline“, Communications of the ACM, 47 (4), 28-29.

Lesen des Beitrags: Dellarocas, C. (2003), “The Digitization of Word of Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms“, Management Science, 49 (10), 1407-1424.

Lesen des Beitrags: Berg, J.; Dickhaut, J.; McCabe K. (1995), "Trust, Reciprocity, and Social History", Games and Economic Behavior, 10 (1), 122-142.

6.2 Inhalte

Vertrauen und Reputation (60 Minuten)

Reputationssysteme (30 Minuten)

7 Soziale Netzwerke (01.12.2016)

7.1 Vorbereitung für Studierende

7.2 Inhalte

Soziale Netzwerke (45 Minuten)

Vortrag von Dr. Daniel Kostyra (Cocomore AG) zum Thema „Marketing Automation“
(45 Minuten)

7.3 Übung (05.12.2016)

Soziale Netzwerk Analyse (90 Minuten)

8 Informationsmärkte (08.12.2016)

8.1 Vorbereitung für Studierende

8.2 Inhalt

Theorie (15 Minuten)

Beispiele (15 Minuten)

Erkenntnisse (60 Minuten)

9 Interaktive Preisverhandlungen (15.12.2016)

9.1 Vorbereitung für Studierende

Lesen des Beitrags: Spann, M. / Skiera, B. / Schäfers, B. (2004), "Measuring Individual Frictional Costs and Willingness-to-Pay via Name-Your-Own-Price Mechanisms", Journal of Interactive Marketing, 18(4), 22-36

Lesen des Beitrags: Hinz, Oliver / Bernhardt, Martin (2006): "Interaktive Preisfindung als zwischenbetriebliche Prozessintegration auf Basis von Web Services", WIRTSCHAFTSINFORMATIK, 35 (Juni), 169-177.

9.2 Inhalte

Preisverhandlungen (20 Minuten)

Name-Your-Own-Price (50 Minuten)

Automated Negotiation (20 Minuten)

9.3 Übung (19.12.2016)

Sicherheit (45 Minuten)

Informationsmärkte (30 Minuten)

10 Market Engineering (22.12.2016)

10.1 Vorbereitung für Studierende

Lesen des Beitrags: Weinhardt, C. / Holtmann C. / Neumann, D. (2003): „Market Engineering“, Wirtschaftsinformatik 45 (6): 635-640.

10.2 Inhalte

Fünf Fallstudien für Market Engineering

11 Auktionen (12.01.2017)

11.1 Vorbereitung für Studierende

Lesen des Beitrags: Skiera, Bernd / Spann, Martin / Walz, Uwe (2005): "Erlösquellen und Preismodelle für den Business-to-Consumer-Bereich im Internet", Wirtschaftsinformatik, 47, 285-294.

Lesen des Beitrags: Hinz, Oliver / Creusen, Utho (2009): "Interaktive Preismechanismen – Die Preisverhandlung als Begegnung mit dem Kunden", St. Gallen Marketing Review, 6 (2009), 37-41.

Lesen des Beitrags: Bajari, Patrick / Hortaçsu, Ali (2004): "Economic Insights from Internet Auctions", Journal of Economic Literature, 42 (2): 457–486.

11.2 Inhalte

Klassifizierung und Beispiele (15 Minuten)

Englische Auktionen, Vickrey Auktionen, Reverse Auctions (45 Minuten)

Entertainment Shopping Auktionen (15 Minuten)

Winner's Curse (15 Minuten)

11.3 Übung (16.01.2017)

Auktionen und interaktive Preisverhandlungen (90 Minuten)

12 Elektronische Finanzmärkte (19.01.2017)

12.1 Vorbereitung für Studierende

Lesen des Beitrags: Terrence Hendershott: Electronic Trading in Financial Markets, <http://faculty.haas.berkeley.edu/hender/ITpro.pdf>

12.2 Inhalte

Elektronische Finanzmärkte (90 Minuten)

13 Suchkosten und das Long-Tail-Phänomen (26.01.2017)

13.1 Vorbereitung für Studierende

Lesen Sie <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html> von Chris Anderson und überlegen Sie sich weitere Beispiele für dieses Phänomen und bereiten Sie 1-2 PowerPoint-Folien mit Ihrem

Beispiel vor, die Sie auf einem USB-Stick mit in die Übung bringen. Wir werden in der Übung dann einzelne Beispiele besprechen.

Lesen des Beitrags: Eckert, Jochen / Hinz, Oliver / Skiera, Bernd (2009): "Stichwort: Long Tail", Die Betriebswirtschaft (DBW), 6 (2009), 761-765.

Lesen des Beitrags: Hinz, Oliver / Eckert, Jochen (2010): "The Impact of Search and Recommendation Systems on Sales in Electronic Commerce", Business & Information Systems Engineering, 2 (2), 67-77.

Weiterführende Literatur: Hinz, Oliver / Eckert, Jochen / Bernd Skiera (2013): "Drivers of the Long Tail Phenomenon: An Empirical Analysis", Journal of Management Information Systems (JMIS), 27 (4), 43-69.

13.2 Inhalt

Suchkosten in Elektronischen Märkten (30 Minuten)

Long Tail (60 Minuten)

13.3 Übung (30.01.2017)

Besprechung von Long-Tail-Beispielen, bitte eigenen Ideen auf Folien mitbringen (s. oben)

14 Disruptive Technologien und Geschäftsideen (z.B. „Freeconomics“) (02.02.2017)

14.1 Vorbereitung für Studierende

Lesen des Beitrags: Anderson, C. (2008): „Free! Why \$0.00 is the Future of Business“, Wired, http://www.wired.com/techbiz/it/magazine/16-03/ff_free.

Lesen des Beitrags: Bower, J. L. / Christensen, C. M. (1995): „Disruptive Technologies: Catching the Wave“, Harvard Business Review, 73 (1), 43-53.

Lesen des Beitrags: Kim, Ju-Young / Natter, Martin / Spann, Martin (2009): "Pay-What-You-Want - A New Participative Pricing Mechanism", Journal of Marketing, 73 (1), 44-58.

14.2 Inhalt

Disruptive Geschäftsideen (20 Minuten)

Disruptive Geschäftsideen – Beispiele (20 Minuten)

Pay-What-You-Want (45 Minuten)

15 Optionale Fragestunde (09.02.2017)

Vertretung durch Dr. Michael Nofer

16 Klausur (13.03.2017)