



seit 1558

Wintersemester 2009/10

Seminar Innovationsökonomik

Innovations- und Wettbewerbsstrategien

(SPF Innovationsökonomik, AVWL, Wirtschaftstheorie)

- **Anmeldung** bis Do., den 16. Juli 2009 **per Email**
An: olga.gaessner@uni-jena.de, Betreff: Seminaranmeldung Winter 2009/2010.
- **Voraussetzung:** Schein für eine unserer Veranstaltungen des SPF Innovationsökonomik oder AVWL bzw. Wirtschaftstheorie
- **Abgabetermin:** 16. Oktober 2009, **Blockseminar:** 3.-4. Dezember 2009

Sie erfahren spätestens Dienstag, den 21. Juli 2009 per E-Mail ob Sie einen Seminarplatz erhalten haben. Folgende Angaben in Ihrer Anmeldung sind obligatorisch:

- Name, Vorname
- Matrikel
- Studiengang
- Fachsemester im Wintersemester 2009/2010
- Anrechnung (SPF, AVWL oder WiTh)
- Drei Wunschthemen
- Besuchte Vorlesungen an unserem Lehrstuhl mit Prüfungssemester und Note

Themenliste

1. Produkt- vs- Prozessinnovationen
2. Innovator-Imitator-Strategie
3. Preissetzungsstrategien für neue Produkte
4. Patentieren vs. Geheimhaltung
5. Kooperationsstrategien
6. Coopetition und Innovation
7. M&A als Innovationsstrategie
8. Innovation und Standortstrategie
9. Nischenstrategien
10. Produktdifferenzierung
11. Verdrängungswettbewerb
12. Innovation als Markteintrittsbarriere
13. Kompatibilitätswettbewerb
14. Dynamische Aspekte der Standardwahl
15. Externalitäten auf zweiseitigen Märkten
16. Wettbewerbsstrategien in der Medienwirtschaft

Themenliste und Einstiegsliteratur

1. Produkt- vs- Prozessinnovationen

- Utterback, J. M. & Abernathy, W. J. (1978) A dynamic model of product and process innovation, *Omega*, 3 (6), 424-441.
- Fontana, R. & Guerzoni, M. (2008) Incentives and uncertainty: an empirical analysis of the impact of demand on innovation, *Cambridge Journal of Economics*, 32(6), 927-946.
- Cohen, W. M & Klepper, S. (1996) A Reprise of Size and R&D, *Economic Journal*, 106(437), 925-951

2. Innovator-Imitator-Strategie

- Beath, J., Katsoulacos, Y. & Ulph, D. (1987) Sequential Product Innovation and Industry Evolution, *Economic Journal*, 97, 32-43.
- Vickers, J. S. (1986) The Evolution of Market Structure When There Is a Sequence of Innovations, *Journal of Industrial Economics*, Blackwell Publishing, 35 (1) 1-12.

3. Preissetzungsstrategien für neue Produkte

- Giraud-Héraud, E., Hammoudi, H. & Mokrane, M. (2003) Multiproduct Firm Behaviour in a Differentiated Market, *Canadian Journal of Economics*, 36, 41-61.
- d'Aspremont, C., Gabszewicz, J. J. & Thisse, J. F. (1979) On Hotelling's "Stability in Competition", *Econometrica*, 47 (5), 1145-50.

4. Patentieren vs. Geheimhaltung

- Erkal, N. (2004) On the Interaction between Patent and Trade Secret Policy, *Australian Economic Review*, 37, 427 – 435.
- Friedman, D. D., Landes, W. M. & Posner, R. A. (1991) Some Economics of Trade Secret Law, *Journal of Economic Perspectives*, 5 (1), 61 – 72.
- Hussinger, K. (2006) Is Silence Golden? Patents Versus Secrecy at the Firm Level, *Economics of Innovation and New Technology*, 15(8), 735-752.
- Kultti, K., Takalo, T. & Toikka, J. (2005) Secrecy versus patenting, *RAND Journal of Economics*, 38 (1), 22-42.

5. Kooperationsstrategien

- Hagedoorn, J. (1993) Understanding the rationale of strategic technology partnering: Inter-organizational modes of cooperation and sectoral differences, *Strategic Management Journal* 14, 371-385.
- Hamel, G. (1991) Competition for competence and inter-partner learning within international strategic alliances, *Strategic Management Journal* 12, 83-103.

6. Coopetition und Innovation

- Nalebuff, B. (1996) „Coopetition: kooperativ konkurrieren: mit der Spieltheorie zum Unternehmenserfolg“ Frankfurt [u.a.] : Campus-Verl.,1996. WIR:OD:400:N169::1996
- Gnyawali, D. R. & Park, Byung-Jin (2009),Co-Opetition and Technological Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises: A Multilevel Conceptual Model. *Journal of Small Business Management*, Vol. 47, Issue 3, pp. 308-330.

7. M&A als Innovationsstrategie

- Opgenhoff, L. & Prange, Ch. (2006) Global M&A Activities and Innovation Processes – A Dynamic Framework of Scale and Scope within DHL, Working-Paper. <http://www.whu.edu/csc/paper/Prange,%20Opgenhoff.pdf>
- Zhang, J., Baden-Fuller, C. & Mangematin, V. (2007) Technological knowledge base, R&D organization structure and alliance formation: Evidence from the biopharmaceutical industry, *Research Policy*, 36 (4), 515-528.

8. Innovation und Standortstrategie

- Aharonson, B. S., Baum, J. A. C. & Feldman, M. P. (2007) Desperately seeking spillovers? Increasing returns, industrial organization and the location of new entrants in geographic and technological space, *Industrial and Corporate Change*, 16 (1), 89-130.
- Cantwell, J. A. & Santangelo, G. D. (1999) The frontier of international technology networks: Sourcing abroad the most highly tacit capabilities, *Information Economics and Policy*, 11 (1), 101-123.

Le Bas, C. & Sierra, C. (2002) 'Location versus home country advantages' in R&D activities: Some further results on multinationals' locational strategies, *Research Policy*, 31 (4), 589-609.

9. Nischenstrategien

Perloff, J. M. & Salop, S. C. (1985) Equilibrium with product differentiation, *Review of Economic Studies*, 52, 107 - 120.

Carroll, G. R. (1985) Concentration and specialization: Dynamics of niche width in populations of organizations, *American Journal of Sociology*, 90, 1262 - 1283.

10. Produktdifferenzierung

Perloff, J. M. & Salop, S. C. (1985) Equilibrium with product differentiation, *Review of Economic Studies*, 52, 107 - 120.

Gilbert, R. J. & Matutes, C. (1993) Product life rivalry with brand differentiation, *Journal of Industrial Economics*, 41, 223 - 240.

11. Verdrängungswettbewerb

Spector, D. M. (2001) Definitions and Criteria of Predatory Pricing, MIT Dept. of Economics Working Paper No. 01-10. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=262027> or DOI: 10.2139/ssrn.262027

Steenkamp, J. E., Nijs, V. R., Hanssens, D. M. & Dekimpe M. G. (2005) Competitive reactions to advertising and promotion attacks, *Marketing Science*, 24 (1), 35-54.

12. Innovation als Markteintrittsbarriere

Caves, R. E. & Porter, M. E. (1977) From Entry Barriers to Mobility Barriers, *Quarterly Journal of Economics*, 91 (3), 241-261.

Bain, J. S. (1954) Conditions of Entry and the Emergence of Monopoly, in: E. H. Chamberlin (Ed.), *Monopoly and Competition and Their Regulation*, London: Macmillan, 215-41. WIR:CE:400:M751 C4::1954.

13. Kompatibilitätswettbewerb

Ehrhardt, M. (2004) Network effects, standardisation and competitive strategy: how companies influence the emergence of dominant designs, *International Journal of Technology Management*, 27 (2/3), 272-294.

Besen, S. M. & Farrell, J. (1994) Choosing How to Compete: Strategies and Tactics in Standardization, *Journal of Economic Perspectives*, 8 (2), 117-131.

14. Dynamische Aspekte der Standardwahl

Farrell, J. & Saloner, G. (1986) Installed Base and Compatibility: Innovation, Product Preannouncements, and Predation, *American Economic Review*, 76, 940-955.

Arthur, W. B. (1989) Competing Technologies, Increasing Returns, and Lock-In by Historical Events, *Economic Journal*, 99 (394), 116-131.

Katz, M. L. & Shapiro, C. (1985) Network Externalities, Competition, and Compatibility, *American Economic Review*, 75, 424-440.

15. Externalitäten auf zweiseitigen Märkten

Armstrong, M. (2006) Competition in Two-Sided Markets, *RAND Journal of Economics*, 37, 668-691.

Rochet, J.-C. & Tirole, J. (2003) Platform Competition in Two-Sided Markets, *Journal of the European Economic Association*, 1, 990-1029.

Rochet, J.-C. & Tirole, J. (2004) Two-Sided Markets: An Overview, mimeo (zu finden unter http://faculty.haas.berkeley.edu/hermalin/rochet_tirole.pdf).

Parker, G. G. & Van Alstyne, M. W. (2005) Two-Sided Network Effects: A Theory of Information Product Design, *Management Science*, 51 (10), 1494-1504.

16. Wettbewerbsstrategien in der Medienwirtschaft

Rysman, M. (2003) Competition Between Networks: A Study of the Market for Yellow Pages, *Review of Economic Studies*, 71, 483-512.

Busse, M. & Rysman, M. (2005) Competition and Price Discrimination in Yellow Pages Advertising, *RAND Journal of Economics*, 36(2), 378-390.

Anderson, S. & Coate, S. (2005) Market Provision of Broadcasting: A Welfare Analysis, *Review of Economic Studies*, 72, 947-972.

Kaiser, U. & J. Wright (2006) Price structure in two-sided markets: Evidence from the magazine industry, *International Journal of Industrial Organization*, 24 (1), 1-28.

Bitte beachten Sie, dass es sich bei diesen Literaturangaben um Hinweise für einen erleichterten Einstieg in die Themenstellung handelt, die von Ihnen selbständig und sinnvoll ergänzt werden sollen. Die Internetseiten der Bibliothek verfügen über eine Vielzahl an Möglichkeiten der Literaturrecherche. Nutzen Sie diese! Für eine Reihe von Zeitschriften besteht auch die Möglichkeit den Volltext als PDF-Datei herunterzuladen. Beachten Sie das bitte bevor Sie eine Fernleihe beantragen und viel Zeit vergeuden.

Einige Tips zur Literaturrecherche:

- Bei der Stichwortsuche im OPAC der Bibliothek finden Sie hauptsächlich Monographien, Sammelbände und Lehrbücher.
- Der größere Anteil wissenschaftlicher Literatur ist jedoch in Zeitschriften veröffentlicht. Eine Stichwortsuche ist beispielsweise über die Datenbanken „ECONLIT“ und „Business Source Premier“ möglich. In diese Datenbanken gelangen Sie über die Startseite der Bibliothek.
- Falls Sie – beispielsweise aus dem Literaturverzeichnis der Einstiegsliteratur – schon die genaue Quelle kennen, dann empfiehlt sich die Elektronische Zeitschriftenbibliothek, die Sie ebenfalls über die Startseite der Bibliothek erreichen.