

# Seminar:

## *Topics in Empirical Industrial Organization*

### (BA-Vertiefungsseminar Markt und Wettbewerb, 6 Leistungspunkte)

In der Industrieökonomik wird das Verhalten von Unternehmen auf Märkten analysiert. Wie reagieren Unternehmen auf Veränderungen in der Struktur ihres Marktes? Wie reagieren sie auf das Verhalten ihrer Konkurrenten? Welche Konsequenzen hat ihr Handeln auf die Angebots- und Nachfrageseite?

Während das Thema Industrieökonomik theoretisch meist mithilfe der Spieltheorie analysiert wird, stellen sich empirisch häufig Fragen, die mithilfe von Daten und statistischer und ökonometrischer Methoden beantwortet werden. Dieses Seminar soll einen Überblick über die aktuelle Forschung zu verschiedenen Themen der empirischen Industrieökonomik geben.

Die Studierenden sollen sich mit verschiedenen Industrien, Fragestellungen und Methoden auseinandersetzen und diese kritisch diskutieren. Zu jedem Thema wird ein Artikel als Startliteratur gestellt. Ausgehend von diesem Artikel soll ein Aspekt des Papiers herausgegriffen werden, der dann verstanden und hinterfragt werden soll. Dazu gehört, den zugrundeliegenden Datensatz und die genutzten statistischen/ökonometrischen Analysen zu verstehen.

### Organisation

Im April werden die Themen vergeben. Im Juni finden dann die Präsentationen statt (je TeilnehmerIn etwa eine halbe Stunde). Die Note der Präsentation geht mit 30% in die Gesamtnote ein. Bereits eine Woche nach der Präsentation ist der Abgabetermin der Hausarbeit (bis zu 12 Seiten Netto-Text). Die Hausarbeit geht mit 70% in die Gesamtnote ein.

### Termine:

- Themenvorstellung und -vergabe, Organisatorisches  
19. April 2022, 10:15-11:45 Uhr, Raum 3.06.S17
- Zwischenbesprechung (nach Bedarf, zur Besprechung von Gliederungen etc.)  
19. Mai 2022, 15:00-18:00 Uhr, Raum 3.06.S27
- Präsentationen  
9. Juni 2022, 09:00-16:00 Uhr, Raum 3.06.S27
- Abgabe der Hausarbeit  
Bis zum 17. Juni 2022, 18:00 Uhr, per E-Mail an [aorland@uni-potsdam.de](mailto:aorland@uni-potsdam.de)

## Anmeldung

Die Teilnehmerzahl ist auf 12 beschränkt. Im Falle von mehr Interessent\*innen als Plätzen im Seminar wird zu Beginn der ersten Veranstaltung gelost.

## Teilnahmevoraussetzungen

Die erfolgreiche Teilnahme an Mikroökonomik 1, Mikroökonomik 2 und gute Mathe- und Statistik/Ökonometrie-Kenntnisse werden vorausgesetzt.

Das Seminar kann von Studierenden der VWL, Politik und Wirtschaft und Soziologie (Ergänzungsfach VWL) belegt werden. Es firmiert als Seminar „Markt und Wettbewerb“ im Modulhandbuch.

## Themen

- 1. Market Power of Online Platforms**  
Aguiar, L., & Waldfogel, J. (2021). Platforms, power, and promotion: Evidence from Spotify playlists. *The Journal of Industrial Economics*, 69(3), 653-691.
- 2. Buyer Power in Online Advertising**  
Decarolis, F., & Rovigatti, G. (2021). From mad men to maths men: Concentration and buyer power in online advertising. *American Economic Review*, 111(10), 3299-3327.
- 3. Price Elasticities in Urban Transport**  
Donna, J. D. (2021). Measuring long-run gasoline price elasticities in urban travel demand. *The RAND Journal of Economics*, 52(4), 945-994.
- 4. Price Leadership in the Beer Industry**  
Miller, N. H., Sheu, G., & Weinberg, M. C. (2021). Oligopolistic price leadership and mergers: The United States beer industry. *American Economic Review*, 111(10), 3123-59.
- 5. Market Entry in French Mobile Telecom Industry**  
Bourreau, M., Sun, Y., & Verboven, F. (2021). Market entry, fighting brands, and tacit collusion: Evidence from the French mobile telecommunications market. *American Economic Review*, 111(11), 3459-99.
- 6. Staggered Entry and Network Effects**  
Cao, G., Jin, G. Z., Weng, X., & Zhou, L. A. (2021). Market-expanding or Market-stealing? Competition with network effects in bike-sharing. *The RAND Journal of Economics*, 52(4), 778-814.
- 7. VAT Pass-Through in Electricity Markets**  
Hindriks, J., & Serse, V. (2022). The incidence of VAT reforms in electricity markets: Evidence from Belgium. *International Journal of Industrial Organization*, 80, 102809.
- 8. The Effects of Cross-Border Shopping in Norway**  
Steen, F., Ulsaker, S. A., & Friberg, R. (forthcoming). Hump-shaped cross-price effects and the extensive margin in cross-border shopping. *American Economic Journal: Microeconomics*.
- 9. Price-Discrimination in the US Airline Industry**  
Luttman, A. (2019). Evidence of directional price discrimination in the US airline industry. *International Journal of Industrial Organization*, 62, 291-329.
- 10. Competition and Price Dispersion**  
Gerardi, K. S., & Shapiro, A. H. (2009). Does competition reduce price dispersion? New evidence from the airline industry. *Journal of Political Economy*, 117(1), 1-37.
- 11. Inequality and Prices**  
Levinson, A., & Silva, E. (forthcoming). The electric Gini: income redistribution through energy prices. *American Economic Journal: Economic Policy*.

**12. Artificial Intelligence and Collusion**

Calvano, E., Calzolari, G., Denicolo, V., & Pastorello, S. (2020). Artificial intelligence, algorithmic pricing, and collusion. *American Economic Review*, 110(10), 3267-97.