

PROJEKTSEMINAR IM MASTERPROGRAMM: *EXPERIMENTELLES MARKTDESIGN*

(WINTERSEMESTER 2014/2015, 4 SWS)

Beschreibung:

Im Seminar soll trainiert werden, die experimentelle Methodik auf Fragestellungen des Marktdesigns anzuwenden. Dabei durchlaufen die Teilnehmer alle Stufen, die zur Erstellung einer experimentellen Studie notwendig sind. Diese reichen von der Literaturrecherche, der Aufstellung von Hypothesen, der Entwicklung des experimentellen Designs, der Durchführung des Experiments bis zur statistischen Auswertung und Zusammenfassung der Experimentergebnisse.

Vorwissen:

Teilnahmevoraussetzung für das Seminar ist sind Grundkenntnisse in den Bereichen experimentelle Wirtschaftsforschung und Marktdesign (die beispielsweise durch den Besuch der Veranstaltungen "Theorie und Empirie des Marktdesigns" und "Experimentelle Wirtschaftsforschung", die zum Modul "Marktdesign" gehören, erworben werden können).

Vorbesprechung und Organisation:

Die Vorbesprechung (inkl. verbindlicher Anmeldung für das Seminar) findet in der ersten Vorlesungswoche am Montag, den 13.10.2014, um 16.00 Uhr im Raum R11 T06 C59 statt.

Literatur:

Methoden:

Bardsley, N., R. Cubitt, P. Moffatt, G. Loomes, C. Starmer, R. Sugden (2008): *Experimental Economics: Rethinking the Rules*, Princeton University Press.

Croson, R. (2005): The Method of Experimental Economics, *International Negotiation* 10, 131–148 (<http://cbees.utdallas.edu/~crosonr/research/%5B27%5D.pdf>)

Teil II aus Friedman, D., A. Cassar (2004): *Economics Lab. An Intensive Course in Experimental Economics*, Routledge, 23-80.

Überblick zu verschiedenen Themen der experimentellen Wirtschaftsforschung:

Camerer, C. (2003): *Behavioral Game Theory: Experiments in Strategic Interaction*, Princeton University Press.

Durlauf, S. N., L. E. Blume (2009): *Behavioural and Experimental Economics*, Palgrave.

Friedman, D., A. Cassar (2004): *Economics Lab. An Intensive Course in Experimental Economics*, Routledge.

Roth, A.E., J. H. Kagel (1995): *The Handbook of Experimental Economics*, Princeton University Press.

(vorläufiger) Terminplan:

Die Gesamtzahl der Teilnehmer ist auf 12 beschränkt. Das heißt, es wird maximal vier Seminargruppen mit je drei Teilnehmern („A“, „B“ und „C“) geben.

- 27.10.14: Präsentation und Diskussion der Experimentideen**
(Jede Gruppe präsentiert drei Experimentideen: Was soll untersucht werden und warum?)
Je Gruppe wird eine Experimentidee ausgewählt.
- 3.11.14: Treffen der Seminargruppen (Vorbereitung Literaturüberblick/Hypothesen)**
- 07.11.14: Einreichung der Seminararbeiten bis 16.00 Uhr**
(Die Teilnehmer „A“ reichen eine Seminararbeit ein. Diese Arbeit enthält einen Überblick zur relevanten Literatur und zu den Hypothesen, die im Experiment getestet werden sollen.)
- 10.11.14: Präsentation der Seminararbeiten**
(Die Teilnehmer „A“ präsentieren ihre Seminararbeit. Der Inhalt der Arbeit wird im Anschluss an den Vortrag von allen Teilnehmern diskutiert.)
- 17.11.14: Treffen der Seminargruppen (Vorbereitung Experimentdesign/Instruktionen)**
- 21.11.14: Einreichung der Seminararbeiten bis 16.00 Uhr**
(Die Teilnehmer „B“ reichen eine Seminararbeit ein. Diese Arbeit enthält das experimentelle Design und die Instruktionen.)
- 24.11.14: Präsentation der Seminararbeit**
(Die Teilnehmer „B“ präsentieren ihre Seminararbeit. Der Inhalt der Arbeit wird im Anschluss an den Vortrag von allen Teilnehmern diskutiert.)
Das Design einer Seminargruppe wird für die experimentelle Studie ausgewählt.
- 01.12.14: Vorbereitung der experimentellen Studie I**
- 08.12.14: Vorbereitung der experimentellen Studie II**
- 15.12.14: Pilotexperiment**
(Ort: Labor für Experimentelle Wirtschaftsforschung an der Universität Duisburg-Essen)
- 12.01.15: Vorbereitung der experimentellen Studie III (ORSEE Einladungen, etc.)**
- 19.01.15: Experiment**
(Ort: Labor für Experimentelle Wirtschaftsforschung an der Universität Duisburg-Essen)
- 26.01.15: Treffen der Seminargruppen (Vorbereitung Datenanalyse/Schlussfolgerungen)**
- 30.01.15: Einreichung der Seminararbeiten bis 16.00 Uhr**
(Die Teilnehmer „C“ reichen eine Seminararbeit ein. Diese Arbeit enthält die statistische Auswertung der Daten und die Schlussfolgerungen aus dem Experiment.)
- 02.02.15: Präsentation der Seminararbeit**
(Die Teilnehmer „C“ präsentieren ihre Seminararbeit. Der Inhalt der Arbeit wird im Anschluss an den Vortrag von allen Teilnehmern diskutiert.)