

Diploma in Wines & Spirits

Anleitung für Kandidaten zum Verfassen der Seminararbeit –
Akademisches Jahr 2009/2010

Seminararbeitstitel 4:

Der Monopolmarkt

INHALT, EMPFOHLENE VORGANGSWEISE UND ABSCHNITTE DER SEMINARARBEIT:

1. Kontext

Monopolmärkte existieren in Nordamerika und Skandinavien. Viele Akteure auf einem freien Markt sehen Monopole als nicht mehr zeitgemäß an. Monopole entstanden aus einer Vielzahl von Gründen und dies hat zum Teil zu einer Reihe verschiedener Monopolstrukturen geführt.

2. Planung und erforderliche Abschnitte

a) Präsentation und Struktur:

Die Seminararbeit soll mit der korrekten Wortanzahl versehen werden sowie ein Literaturverzeichnis mit allen Quellen, auf die Sie sich im Rahmen Ihrer Seminararbeit beziehen, enthalten.

b) Monopolmärkte:

Geben Sie einen Überblick über die Geschichte und Entwicklung von staatlichen Monopolen, untersuchen Sie die Gründe, die für die Schaffung ausschlaggebend waren und nennen Sie Beispiele sowohl aus Nordamerika als auch Skandinavien.

c) Fallstudien:

Wählen Sie je ein Monopol aus Nordamerika und ein Monopol aus Skandinavien aus. Für jedes der beiden gewählten Monopole beschreiben Sie detailliert die Struktur und Funktionen des Monopol, inklusive welche Abschnitte der Supply Chain/Wertschöpfungskette (Produktion/Import/Distribution/Einzelhandel) kontrolliert werden. Stellen Sie dabei auch alle anderen gesetzlichen Restriktionen in Bezug auf Absatzförderung, Werbung etc. dar. Evaluieren Sie auch, inwieweit jedes Monopol seine ursprüngliche Mission erfüllt.

d) Auswahl für den Konsumenten:

Betrachten Sie, welche Auswirkungen Monopolmärkte auf das Angebot und die Auswahlmöglichkeit für den Konsumenten haben.

BEURTEILUNG

Struktur:

Die Seminararbeit soll eine Länge zwischen 1.500 und 2.000 Wörter aufweisen. Nicht zur Wortanzahl mitgezählt werden Anhänge, Tabellen oder Diagramme. Weiters muss auf der Seminararbeit die exakte Wortanzahl angegeben und ein Literaturverzeichnis mit allen Quellen, auf die Sie in Ihrer Arbeit verweisen, beigefügt werden. Die Anhänge sind für zusätzliche Karten, Diagramme, Tabellen etc. gedacht.

Die Verteilung der Punkte sieht folgendermaßen aus:

Abschnitt a) – setzt sich zusammen aus Struktur und Stil (Zusammenhang, Flair, Schreibfluss, Aufzeigen von Beispielen), einem Literaturverzeichnis, das eine Vielfalt von Informationsquellen, die ordnungsgemäß verwendet und zitiert werden, zeigt, sowie die Präsentation (Rechtschreibung, Grammatik, Lesbarkeit) 20 %

Abschnitt b) – Monopolmärkte 15 %

Abschnitt c) – Fallstudien 50 %

Abschnitt d) – Auswahl für den Konsumenten 15 %

Der Prüfer wird bei der Beurteilung folgende Punkte beachten:

- Klare Demonstration von sorgfältig durchdachtem Studium der Kursunterlagen sowie von zusätzlichen relevanten Untersuchungen und Publikationen.
- Demonstration, dass die in der Seminararbeit verwendeten Informationen aus der Wirtschaftspresse und anderen branchenrelevanten Quellen entnommen wurden.
- Beispiele und Informationen zur Untermauerung der Argumente, die in der Seminararbeit angeführt wurden.
- Hinweise, dass Informationen und Beispiele, die im Rahmen der Untersuchungen aufgedeckt wurden, sorgfältig studiert und analysiert wurden, bevor sie in der Seminararbeit verwendet wurden.
- Gute Präsentation und strukturiertes Denken. Hierzu gehören auch ein dementsprechendes Layout, Inhaltsverzeichnis und Quellenverzeichnis.
- Demonstration von eigenständigem Denken und Evaluieren.
- Die Kandidaten müssen alle genannten Abschnitte in ihrer Seminararbeit behandeln und benötigen 55 %, um eine positive Beurteilung zu erhalten.