

Modulnummer	327 – letztmalig im SS 2012
Modulname	Global Wine Economics
Studiengang und -abschnitt	MSc Agrarwissenschaft; MSc Ökotrophologie; Wahlmodul
Häufigkeit des Angebots	Jährlich im SS
Modulverantwortlicher	Prof.. Dr. R.A.E. Müller
Studienberatung zum Modul	Prof. Dr. R.A.E. Müller
Lehrveranstaltungen und Dozenten	Vorlesung: Wine Economics, Prof. Dr. R.A.E. Müller, Prof. Dr. U. Orth, Prof. Dr. G. Rimbach Seminar: Wine Economics, Prof. Dr. R.A.E. Müller und Mitarbeiter, Prof. Dr. Orth Exkursionen: Wine production and marketing, Prof. Dr. R.A.E. Müller und Mitarbeiter
Vorkenntnisse	Grundlagen der Preis-, Verbraucher- und Handelstheorie
Sprache	Globish (English with a reduced vocabulary and poor grammar))
Plätze	Modulteilnehmer: 20 Anmeldung in der 1. Vorlesungswoche im Vorzimmer Prof. Dr. R.A.E. Müller/Institut für Agrarökonomie
Lehrformen (Präsenzstunden/ Workload)	Vorlesung: 30 h/90 h; Seminar: 15 h/60 h; Exkursion: 30 h/30 h
Ablauf	Vorlesung: wöchentlich in der Vorlesungszeit; Exkursionen: während der 1. Semesterhälfte; wenn erforderlich auch abends und an Wochenenden nach Absprache Seminar: wöchentlich und doppelstündig während der 2. Semesterhälfte
Art und Gewichtung der Prüfungsleistungen	Mündlich: 40% R.A.E. Müller (Juli 2012) nur Wiederholungsprüfungen im Oktober 2012 (Orth/Rimbach) Hausarbeit: 40% R.A.E. Müller (Juli 2012) nur Wiederholungsprüfungen im Oktober 2012 (Orth/Rimbach) Protokolle: 20% R.A.E. Müller (Juli 2012) nur Wiederholungsprüfungen im Oktober 2012 (Orth/Rimbach)
Ausweis	Zur Prüfung erforderlich
European Credit Points des Moduls	6
Ziele des Moduls	Die Studierenden haben Einsichten gewonnen in die besonderen Bedingungen der Weinmärkte; sie überblicken die verschiedenen Produktvarianten, Herkünfte und Vermarktungswege und sie verstehen deren ökonomische Wechselbeziehungen; sie haben die Fähigkeit empirische wissenschaftliche Untersuchungen zur Preisbildung auf Weinmärkten zu interpretieren; sie können Vermarktungsstrategien für Wein und Weinmarktpolitiken analysieren, beurteilen und entwerfen.
Inhalte des Moduls	Ökonomie der Herstellung von Trauben und Wein, Produktionsstandorte, Rebsorten und Weinarten; wert bestimmende Eigenschaften und Beurteilung der Qualität von Wein; Trends im Verbrauch, Anbieterketten, Vermarktung und internationaler Handel mit Wein; Marktordnungen und -regulierungen für den Weinhandel; F&E in der Weinwirtschaft; Wein als regionales Kulturgut.
Vermittelte Kompetenzen	Fach- und Methodenkompetenz; Weinbeurteilung als "Softskill"
Studienhilfsmittel	Anderson, K. (ed). 2004. The world's wine markets. Cheltenham: Edward Elgar. Hoffmann, D. 200*. Der Weinmarkt in der Welt. Agrarwirtschaft, versch. Jhg.; Hoffmann,, D. 1997. 25 Jahre Weinmarktordnung in Europa: eine kritische Ziel-Realitäten-Analyse. In: Märkte der Agrar- und Ernährungswirtschaft, S.193- 204; Robinson, J. 2003. Das Oxford-Weinlexikon. Gräfe und Unzer Verlag. Material auf der Website der Abteilung Innovation und Information; Links zu Informationsressourcen bei http://del.icio.us/raem