

Bachelorstudium Betriebswirtschaftslehre – Sommersemester 2015**Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein****„Unternehmenskommunikation auf neuen Wegen:
Wirkungen und Akzeptanz aus Konsumentenperspektive“**

(Blockveranstaltung; 2 SWS; Uhrzeiten und Raumangaben nach Ankündigung)

Ziel des Seminars:

Die Unternehmenskommunikation ist stetigen Veränderungen unterworfen: Während die Ausgaben der Unternehmen für die klassischen Kommunikationskanäle stabil bleiben oder sinken, steigen seit Jahren die Aufwendungen für neuere Formen der Kommunikation. Zu diesen „nicht-Klassikern“ der Kommunikation werden zum Beispiel Mobile Advertising, Social Media Advertising, In-game Advertising oder Ambient Ads gezählt. Anders als die klassischen Kommunikationskanäle werden die neueren Formen der Kommunikation erst in den letzten Jahren zunehmend erforscht.

Dieses Seminar hat das Ziel, Methoden und Erkenntnisse der Forschung zur Wirkung der Unternehmenskommunikation in nicht-klassischen Kanälen zu erarbeiten und daraus zukünftige Entwicklungen zu diskutieren. In diesem Zusammenhang sollen die Seminarteilnehmer/innen wichtige, englischsprachige Forschungsarbeiten zu einzelnen Kommunikationsinstrumenten suchen, sichten, analysieren und diskutieren.

Zielgruppe:

Die Veranstaltung richtet sich **vornehmlich an Studierende im Bachelorstudiengang BWL ab dem 2. Studienjahr**. Informationen zur Anrechenbarkeit für andere Studiengänge an der Fakultät III sowie für Nebenfachstudierende entnehmen Sie bitte dem LSF (<https://lsf.zv.uni-siegen.de>) oder den Modulhandbüchern.

Seminarstruktur:

Das Seminar „**Unternehmenskommunikation auf neuen Wegen**“ im Sommersemester 2015 beginnt mit der Themenvergabe und endet mit einem Blockseminar, in dem die Ergebnisse der Seminararbeiten präsentiert werden. Die Teilnehmerzahl des Seminars ist auf 20 Studierende begrenzt.

Die Studierenden führen unter Anleitung semesterbegleitend die Recherche, Analyse und Diskussion der englischsprachigen Forschungsarbeiten zu einem zugeteilten Kommunikationsinstrument durch. Das Resultat muss im Rahmen einer Hausarbeit dokumentiert und diskutiert sowie in der Blockveranstaltung am Ende der Vorlesungszeit im Sommersemester 2015 präsentiert werden.

Kreditpunkte:

6 Kreditpunkte für die erfolgreiche Bearbeitung (mindestens ausreichend) einer Themenstellung (inkl. schriftliche Ausarbeitung, Präsentation der Ergebnisse mit anschließender Diskussion) sowie für die aktive Teilnahme an den Blockveranstaltungen.

Inhalte/Lernziele:

Die Studierenden sollen anhand ausgewählter Themen lernen, diese mithilfe der relevanten Forschungsliteratur selbständig zu erfassen und kritisch zu würdigen. Ein Thema soll vertieft für die Anfertigung einer Hausarbeit (15 Textseiten) und einen darauf aufbauenden Vortrag mit Diskussion bearbeitet werden. Dabei lernen die Studierenden Methoden und Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens ebenso kennen, wie Vortrags- und Präsentationstechniken.

Anforderungen an die Hausarbeit:

Es gelten die Formvorschriften des Lehrstuhls für Marketing. Die „Richtlinien zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten“ können Sie sich von den Webseiten des Lehrstuhls für Marketing unter <http://www.marketing.uni-siegen.de> unter dem Menüpunkt „Lehre → Seminare“ herunterladen.

Teilnahmevoraussetzungen:

Erfolgreiche Teilnahme an der Grundlagenveranstaltung Marketing sowie ausreichende Kenntnisse in Mathematik und Statistik (nachzuweisen durch Studienkontoauszug oder Bachelorzeugnis).

Bewerbung & Themenvergabe:

Bewerbung um einen Seminarplatz durch Ausfüllen des vorgefertigten Formulars, das Sie auf der Homepage des Lehrstuhls für Marketing (<http://www.marketing.uni-siegen.de>) herunterladen können.

- **Abgabe des ausgefüllten Bewerbungsformulars bis spätestens zum 30. Januar 2015** entweder in das Postfach des LfM (Gebäude H, Ebene 5 C) oder per Mail an: info@marketing.uni-siegen.de.
- **bis 04. Februar 2015** Auslosung der Seminarplätze und **Bekanntgabe der Themenvergabe** per E-Mail.
- **bis 09. Februar 2015 verbindliche Erklärung über Annahme des Seminarplatzes online über das HIS-POS.** Sollte eine Anmeldung bis zum 09. Februar 2015 **nicht** erfolgen, so verfällt die Seminarzusage.

Neue Regelungen für Seminare:

Seminarteilnahmen, die nicht angetreten oder abgebrochen werden, gelten bereits seit dem SoSe 2013 als „nicht bestandenenes Seminar“ (NB). Die Seminarveranstaltung wird mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet und als Fehlversuch auf die Anzahl der Wiederholungsmöglichkeiten angerechnet.

Termine:

Die Termine des Seminars werden in Kürze bekanntgegeben.

Themenstellungen:

Die konkreten Themenstellungen werden in Kürze bekanntgegeben.