

Bachelorstudium Betriebswirtschaftslehre – Sommersemester 2017

Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein

„Events als Markenerlebnis – Möglichkeiten und Grenzen von Eventmarketing-Maßnahmen“

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

Ziel des Seminars:

Als Ergänzung zu den klassischen Instrumenten der Kundenbindung hat sich der Einsatz von Events bzw. Veranstaltungen zur Generierung von Kundenkontakten bei vielen Unternehmen bereits etabliert. Formen dieser Veranstaltungen reichen von Galas über Sportevents zu Ausflügen oder Konzerten, die von Unternehmen verschiedenster Branchen initiiert werden. Darüber hinaus entdecken auch andere Organisationen die potenzielle Überzeugungskraft dieses Kommunikationsinstruments. Universitäten, Städte, Vereine und andere Non-Profit Organisationen setzen bei der Imagebildung vermehrt auf Events und Veranstaltungen.

Ziel des Seminars ist es, basierend auf den Ergebnissen einer selbst durchgeführten Studie, Erkenntnisse zu den Wirkungsprozessen von Eventmarketing zu erlangen und in Kombination mit einer ausführlichen Literaturrecherche die Möglichkeiten und Grenzen von Events als Werkzeug in der Markenkommunikation von Non-Profit Organisationen zu erörtern.

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:

Die Studierenden führen unter Anleitung des Lehrstuhls für Marketing semesterbegleitend ein empirisches Forschungsprojekt für die Beantwortung einer vorgegebenen Problem- bzw. Fragestellung durch. Die Durchführung und die wesentlichen Ergebnisse des empirischen Forschungsprojekts müssen im Rahmen einer Hausarbeit dokumentiert und diskutiert, sowie in der Blockveranstaltung am Ende der Vorlesungszeit präsentiert werden.

Das Seminar beinhaltet die Teilnahme an einer Einführungsveranstaltung im März und einem Präsentationstermin im Juli. Darüber hinaus werden zwei Präsenztermine zur Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten angeboten. Die genauen Termine werden nach der Platzvergabe an die Teilnehmer kommuniziert.

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 Literaturbeiträge selbständig zu erfassen und kritisch zu würdigen. Im Vordergrund des Seminars steht dabei insbesondere die Übertragung und Anwendung theoretischer Erkenntnisse auf eine spezifische Fragestellung im Rahmen einer empirischen Studie. 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 und empirischen 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.

Bewerbung:

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 3. Februar 2017** entweder in das Postfach des LfM (Gebäude US) oder per Mail an: info@marketing.uni-siegen.de.
- **bis 8. Februar 2017** Auslosung der Seminarplätze und **Bekanntgabe** per E-Mail.
- **bis 13. Februar 2017** verbindliche Erklärung über Annahme des Seminarplatzes online über das HIS-POS. Sollte eine Anmeldung bis zum 13. Februar 2017 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 bestandenem Seminar“ (NB). Die Seminarveranstaltung wird mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet und als Fehlversuch auf die Anzahl der Wiederholungsmöglichkeiten angerechnet.