

Bachelorseminar Betriebswirtschaftslehre – Sommersemester 2019

Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein / Dr. Gerhard Wagner

„Regionalität als Marketinginstrument“

(Blockveranstaltung; 2 SWS; Einführung: 02. April 2019, 10 Uhr; Zwischenpräsentation: Juni 2019;
weitere Termine und Raumangaben nach Ankündigung)

Problemstellung und Ziel des Seminars:

Produkte und Marken sind Teil der physisch-materiellen Umwelt, d.h. sie weisen eine räumlich definierte und abgrenzbare Herkunft auf. Durch die Verwendung des Begriffes „Regionalität“ zur Kennzeichnung von Produkten und Marken wird auf die konkrete Herkunfts- oder Produktionsregion verwiesen. Dabei kann „Regionalität“ auf unterschiedliche Weise interpretiert bzw. für Marketingzwecke eingesetzt werden und dem überregionalen Absatz und/oder dem Absatz auf dem regionalen Markt („aus der Region – für die Region“) dienen.

Viele kleine und mittelständische Unternehmen sind in einem regional begrenzten Markt tätig, stehen dabei aber im Wettbewerb mit überregional agierenden Anbietern. Somit stellt sich die Frage inwiefern, auf welche Weise und mit welchem Erfolg Unternehmen Regionalität als Marketinginstrument einsetzen. Um dieser und weiteren Forschungsfragen nachzugehen, soll eine wissenschaftliche Untersuchung durchgeführt werden mit dem Ziel, neuartige und relevante Erkenntnisse zur Verwendung von Regionalität als Marketinginstrument zu generieren.

Zielgruppe:

Die Veranstaltung richtet sich **vornehmlich an Studierende im Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaftslehre“**. Studierende aus anderen Studiengängen sind ebenso herzlich willkommen; Grundlagenkenntnisse im Marketing, in der Markt- und Marketingforschung sowie von statistischen Methoden sind empfehlenswert. Informationen zur Anrechenbarkeit für andere Studiengänge an der Fakultät III sowie für Nebenfachstudierende entnehmen Sie bitte unisono (www.unisono.uni-siegen.de) oder den Modulhandbüchern. Die Teilnehmerzahl des Seminars ist auf 25 TeilnehmerInnen begrenzt.

Seminarstruktur:

Das Seminar **„Regionalität als Marketinginstrument“** im Sommersemester 2019 beginnt mit der Einführungsveranstaltung am 2. April 2019. Die Studierenden führen unter Anleitung semesterbegleitend ein empirisches Forschungsprojekt für die Beantwortung einer vorgegebenen Problem- bzw. Fragestellung zur Regionalität als Marketinginstrument durch. Die Durchführung und die wesentlichen Ergebnisse des empirischen Forschungsprojekts müssen im Rahmen einer schriftlichen Hausarbeit ausgearbeitet sowie in der Blockveranstaltung – in Form einer Zwischenpräsentation – im Sommersemester 2019 präsentiert werden.

Kreditpunkte:

Fakultät III: 6 Kreditpunkte für die erfolgreiche Bearbeitung (mindestens ausreichend) einer Themenstellung (inkl. Datenerhebung, schriftliche Ausarbeitung, Präsentation der Zwischenergebnisse mit anschließender Diskussion) sowie für die aktive Teilnahme an der Blockveranstaltung.

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 einem 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 der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Handel. Die „Richtlinien zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten“ können Sie von der Internetseite der Professur unter <http://www.wiwi.uni-siegen.de/marketing> unter dem Menüpunkt „Lehre → Seminare“ herunterladen.

Regelung zu Fehlversuchen:

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.

Regelungen für die Anmeldung von Seminaren:

Die Seminarplatzvergabe für das Sommersemester 2019 erfolgt über die Veranstaltungsbelegung in Unisono (Standard-Belegungszeiten; 1. Belegungsphase: 04.02.2019 bis 24.02.2019). Für Studierende entfällt damit eine Bewerbung am jeweiligen Lehrstuhl. Weitere Informationen und Regularien zur Anmeldung finden Sie unter <https://pafak3.wiwi.uni-siegen.de/info/pruefungen/seminare/>.

Pflichttermine:

- **Einführungsveranstaltung:** 2. April 2019, 10 Uhr, Raum nach Ankündigung
- **Methodenkurs:** im April oder Mai 2019, Zeit und Raum nach Ankündigung
- **Blockveranstaltung:** im Juni 2019, Zeit und Raum nach Ankündigung
- **Abgabe der Hausarbeiten:** Zum Ende des Sommersemesters 2019