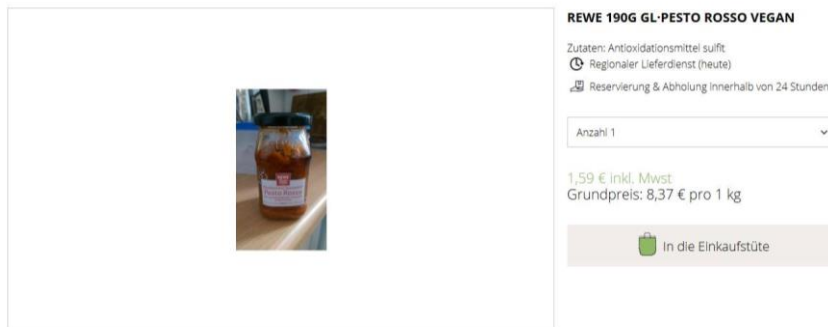


Masterseminar Betriebswirtschaftslehre – Wintersemester 2018/19**Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein / Dr. Gerhard Wagner****„Stationärer Einzelhandel und Digitalisierung – Passt das überhaupt zusammen?“**

(Blockveranstaltung; 2 SWS;

Einführung: 9. Oktober 2018, 10 – 12 Uhr; Blockveranstaltungen: 29. und 30. Januar 2019;
weitere Termine und Raumangaben nach Ankündigung)**Ziel des Seminars:**

Durch das stetige Wachstum des Online-Handels gerät der stationäre Einzelhandel zunehmend unter Druck. Handelsverbände, Unternehmensberatungen und die Politik propagieren, dass der stationäre Einzelhandel digitalisiert bzw. online aktiv werden muss, um konkurrenzfähig zu bleiben. Doch was passiert, wenn stationäre Einzelhändler einen Online-Shop eröffnen, in Sozialen Medien mitmischen oder ihre Produkte auf Online-Plattformen anbieten? Unter welchen Bedingungen sind diese Maßnahmen zielführend und wann gar kontraproduktiv? Wie wirkt sich die Online-Präsenz von stationären Einzelhändlern auf das Käuferverhalten aus? Und wie können stationäre Einzelhändler letztlich negative Folgen der eigenen Digitalisierung vermeiden?

Ziel des Seminars ist es sich mit diesen und weiteren Fragestellungen auseinanderzusetzen. Die Studierenden erlangen hierdurch einen vertieften Einblick in aktuelle Trends und Entwicklungen in diesem Themenbereich und identifizieren relevante Forschungslücken. Durch die selbstständige Durchführung einer empirischen Studie, erweitern die TeilnehmerInnen ihren Kenntnisstand hinsichtlich gängiger Forschungsmethoden und leisten einen Beitrag zur Schließung der identifizierten Forschungslücken. Die Ergebnisse bilden die Grundlage für die Ableitung von konkreten Handlungsempfehlungen für das Management und liefern überdies Implikationen für zukünftige Forschungsarbeiten.

Zielgruppe:

Die Veranstaltung richtet sich **vornehmlich an Studierende im Masterstudiengang „Management und Märkte“**. 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 15 TeilnehmerInnen begrenzt.

Seminarstruktur:

Das Seminar **„Stationärer Einzelhandel und Digitalisierung – Passt das überhaupt zusammen?“** im Wintersemester 2018/19 beginnt mit der Einführungsveranstaltung am 9. Oktober 2018 (10 – 12 Uhr). Die Studierenden führen unter Anleitung semesterbegleitend ein empirisches Forschungsprojekt für die Beantwortung einer vorgegebenen Problem- bzw. Fragestellung zur Digitalisierung des stationären Einzelhandels 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 – am Ende der Vorlesungszeit im Wintersemester 2018/19 präsentiert werden.

Kreditpunkte:

Fakultät III: 6 Kreditpunkte für die erfolgreiche Bearbeitung (mindestens ausreichend) einer Themenstellung (inkl. schriftliche Ausarbeitung, Präsentation der (Zwischen-)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 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.

Pflichttermine:

- **Einführungsveranstaltung/Themenvergabe:** 9. Oktober 2018, 10 – 12 Uhr, Raum nach Ankündigung
- **Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten und empirische Forschungsmethoden:** Zeit und Raum nach Ankündigung
- **Block-/Präsentationsveranstaltungen:** 29. und 30. Januar 2019 (Zeiten und Räume nach Ankündigung)
- **Abgabe der Hausarbeiten:** Zum Ende des Wintersemester 2018/19, der genaue Termin wird in Kürze bekanntgegeben.