

Masterseminar Betriebswirtschaftslehre – Sommersemester 2023

Dr. Tobias Röding / Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein

„Das Ende einer Handelstradition? Die aktuelle Bedeutung analoger und digitaler Kommunikationsinstrumente von Handelsunternehmen“

(Blockveranstaltung; 2 SWS; Einführung: in der ersten Woche der Vorlesungszeit;
Zwischenpräsentation: 22.06.2023; weitere Termine und Raumangaben nach Ankündigung)

Problemstellung und Ziel des Seminars:

Der traditionelle Handzettel bzw. das Papierprospekt sind seit Jahrzehnten ein wesentliches Kommunikationsinstrument für den Einzelhandel. Der aktuelle Trend zeigt jedoch, dass aus unterschiedlichen Gründen, wie z.B. verändertes Verbraucherverhalten, höhere (Energie-)Kosten, intensiveres Bewusstsein für die ökologische Nachhaltigkeit und der ständigen Verfügbarkeit von digitalen Kommunikationsinstrumenten, ein Umdenken bei der Produktwerbung seitens der Handelsunternehmen stattfinden darf. Dies betrifft auch die Kommunikation von Sonderangeboten. So bündeln beispielsweise Apps wie „KaufDa“ oder „Mein Prospekt“ digitale Prospekte und Angebote lokaler Geschäfte und bieten den Konsument:innen digitalen Zugriff via Smartphone oder Tablet. Gleichermaßen machen Handelsunternehmen ihre Kund:innen auch anhand eigener Apps auf Sonderangebote aufmerksam. Für Handelsunternehmen stellt sich vermehrt die Frage, welche Arten und welche Menge analoger Kommunikationsinstrumente im Rahmen der werblichen Kommunikation sinnvoll sind. Zum Beispiel diskutieren aktuell einige Handelsunternehmen offen darüber, ob z.B. die klassischen Handzettel noch zeitgemäß sind, ob der Druck noch sinnvoll ist, welche Kundengruppen über dieses Medium noch erreichbar sind und welche finanziellen Kosten und welche Nachhaltigkeitswirkungen mit Blick auf die Umwelt damit verbunden sind.

Im Rahmen des Seminars werden diese Fragestellungen aufgegriffen und in Kooperation mit dem Handelsunternehmen REWE praxisrelevante Forschungsfragen auf Basis der aktuellen Fachliteratur erarbeitet und unter Einsatz empirischer Forschungsmethoden beantwortet. Die Teilnehmer:innen des Seminars erweitern ihren Kenntnisstand im Hinblick auf den Umgang mit gängigen Forschungsmethoden und setzen sich aktiv mit dem Thema der Strategieentwicklung sowie den Besonderheiten von Handelsunternehmen auseinander. Die Ergebnisse bilden die Grundlage für die Ableitung konkreter Handlungsempfehlungen für das Management von Handelsunternehmen und liefern Implikationen für zukünftige Forschungsarbeiten.

Zielgruppe:

Die Veranstaltung richtet sich **vornehmlich an Studierende im Masterstudiengang „Management und Märkte“**. Studierende aus anderen Masterstudiengängen 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 Teilnehmer:innen begrenzt.

Seminarstruktur:

Das Seminar „**Das Ende einer Handelstradition? Die aktuelle Bedeutung analoger und digitaler Kommunikationsinstrumente von Handelsunternehmen**“ beginnt mit der Einführungsveranstaltung, die in der ersten Vorlesungswoche des Sommersemesters 2023, am 04.04.2023, stattfinden wird (Veranstaltungszeit und Veranstaltungsort werden noch bekannt gegeben). Die Studierenden führen unter Anleitung semesterbegleitend ein **empirisches Forschungsprojekt** für die Beantwortung einer vorgegebenen Problem- bzw. Fragestellung zum Thema „**Das Ende einer Handelstradition? Die aktuelle Bedeutung analoger und digitaler Kommunikationsinstrumente von Handelsunternehmen**“ 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 2023 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 auf der Internetseite der Professur für Marketing und Handel unter <http://www.wiwi.uni-siegen.de/marketing> unter dem Menüpunkt „Lehre -> Abschlussarbeiten“ herunterladen.

Regelung zu Fehlversuchen:

Seminarpartizipationen, die nicht angetreten oder abgebrochen werden, gelten bereits seit dem SoSe 2013 als „nicht bestanden 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 2023 erfolgt über die Veranstaltungsbelegung in Unisono. Für Studierende entfällt damit eine Bewerbung am jeweiligen Lehrstuhl. Weitere Informationen, Termine und Regularien zur Anmeldung finden Sie unter <https://pafak3.wiwi.uni-siegen.de/info/pruefungen/seminare/>.

Pflichttermine:

- **Einführungsveranstaltung:** 04. April 2023, Zeit und Raum nach Ankündigung
- **Methodenkurs:** im Mai 2023, konkretes Datum, Zeit und Raum nach Ankündigung
- **Blockveranstaltung:** 22. Juni 2023, Zeit und Raum nach Ankündigung
- **Abgabe der Hausarbeiten:** 31. Oktober 2023