

Bachelorseminar Betriebswirtschaftslehre – Wintersemester 2021/2022

Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein

„Selbstregulation von Konsumenten im Kontext des Kauf- und Konsumverhaltens“

Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** statt (2 SWS). Die **Einführungsveranstaltung** findet am 13. Oktober 2021 und die **Seminarpräsentation** als Zwischenpräsentation am 19. und 20. Januar 2022 statt. **Weitere Termine** (Methodenkurs, Diskussion des Zwischenstands zur empirischen Untersuchung) und Raumangaben bzw. Angabe, ob die Termine online (per Zoom) abgehalten werden, finden **nach Ankündigung** statt.

Problemstellung und Ziel des Seminars:

Eine der basalen Kompetenzen, die Konsumenten im Entwicklungsverlauf erwerben und in ihrem Konsumverhalten benötigen, liegt in der Fähigkeit zur Selbstregulation. Darunter versteht man die Kompetenz, die Emotionen und das Verhalten so zu regulieren, dass sie in der Lage sind, die erwünschten Ziele zu erreichen. Bei den Zielen kann es sich dabei um eigene, also selbst gesetzte Ziele (z.B. Einhalten eines bestimmten Budgets oder einer bestimmten Konsummenge) oder um fremdgesetzte Ziele (z.B. Erwartungen des Umfelds, wie Reduktion des CO₂-Footprints, gesunde Ernährungsweise) handeln.

Konsumenten müssen dann idealerweise ihre Emotionen und ihr Verhalten so regulieren, dass sie ihre eigenen Ziele erreichen können bzw. die Erwartungen ihres Umfelds oder sonstiger Zielgeber erfüllen können, um fremdgesetzte Ziele zu erreichen, also z.B. bestimmte Verhaltensnormen oder -regeln einzuhalten, die seitens der Gesellschaft erwartet werden.

Im Kontext von Selbstregulation spielt v.a. die Frage eine Rolle, welche Emotionen oder Verhaltensweisen einer erfolgreichen Zielerreichung im Weg stehen. Dazu können z.B. Ängste, eigene Wünsche, andere Vorstellungen von „Optimalität“, Hedonismus oder Impulsivität zählen. Hinderliche Emotionen oder Verhaltenstendenzen sind dann so zu regulieren, dass die Zielerreichung entweder der eigenen oder der fremdgesetzten Ziele ermöglicht wird.

Optionen liegen z.B. darin, Selbstkontrolltechniken anzuwenden. Diese dienen dazu, die Aufmerksamkeit auf die Zielhandlung zu richten und alternative Handlungsimpulse zu unterdrücken. Dabei ist beispielsweise auch die willentliche Aufmerksamkeits- und Handlungskontrolle bedeutend. Darunter werden Leistungen der Selbstkontrolle zusammengefasst, die dazu dienen, bestimmte dominante Verhaltenstendenzen zugunsten weniger dominanten Verhaltenstendenzen zu verhindern, um auf diese Art und Weise eine Tätigkeit beizubehalten (oder durchzuführen), obwohl es eine attraktive(re) Handlungsalternative gäbe.

Selbstregulatorische Kompetenzen sind oft unterschiedlich, je nachdem, in welchem Entwicklungsstadium (bzw. Alter) sich die Verbraucher befinden. Zudem sind selbstgesetzte und fremdgesetzte Ziele im Konsumkontext nicht immer deckungsgleich.

In diesem Seminar werden daher folgende inhaltliche Aspekte betrachtet:

- Selbstregulation im Kauf- und Konsumkontext bei Kindern
- Selbstregulation im Kauf- und Konsumkontext bei Jugendlichen
- Selbstregulation im Kauf- und Konsumkontext bei Erwachsenen
- KI und Selbstregulation
- Objektiver vs. subjektiver Erfolg – eigen- vs. fremdgesetzte Ziele.

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 **„Selbstregulation von Konsumenten im Kontext des Kauf- und Konsumverhaltens“** im Wintersemester 2021/2022 beginnt mit der „Einführungsveranstaltung“ am 13. Oktober 2021 (8:30-10 Uhr) und endet mit der Abgabe der Hausarbeiten zum Ende des Wintersemester 2021/2022, in der die Ergebnisse der Seminararbeiten dargestellt und diskutiert werden. In den Methodenkursen erwerben die TeilnehmerInnen Kompetenzen im wissenschaftlichen Arbeiten (Methodenkurs I) sowie in der statistischen Datenauswertung (Methodenkurs II). In den Blockveranstaltungen am 19. und 20. Januar 2022 wird der aktuelle Stand der Themenbearbeitung präsentiert und die TeilnehmerInnen erhalten Feedback zu den bisher erarbeiteten Inhalten und bekommen Hinweise für die nächsten Schritte der Themenbearbeitung. Die Teilnehmerzahl des Seminars ist auf 25 TeilnehmerInnen begrenzt. Sollten weitere Termine notwendig und/oder sinnvoll erscheinen, werden die TeilnehmerInnen rechtzeitig informiert.

Der theoretische Bezugsrahmen, die Durchführung und die wesentlichen Ergebnisse des empirischen Forschungsprojekts müssen im Rahmen einer schriftlichen Hausarbeit dokumentiert und diskutiert sowie in der Blockveranstaltung – in Form einer Zwischenpräsentation – präsentiert werden.

Inhalte/Lernziele:

Die Studierenden sollen anhand ausgewählter Themen lernen, diese mithilfe der relevanten Literaturbeiträge selbstständig 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:

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. Im Rahmen der Veranstaltung sind zwei Individualleistungen zu erbringen (die Vorstellung einer Zwischenpräsentation und die Abgabe einer 15-seitigen Seminararbeit). Für eine erfolgreiche Beendigung des Seminars sind beide Teilbereiche mit mindestens 4,0 zu bestehen.

Regelungen für die Anmeldung von Seminaren:

Die Seminarplatzvergabe für das Wintersemester 2021/2022 erfolgt über die Veranstaltungsbelegung in Unisono. 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:** 13.10.2021, 8:30 Uhr bis 10:00 Uhr, Raum bzw. Videokonferenz nach Ankündigung
- **Methodenkurs:** Im November bzw. Dezember 2021, genaue Angabe von Datum, Zeit und Raum (bzw. Videokonferenz) nach Ankündigung
- **Blockveranstaltung:** 19.01.2022 und 20.01.2022, genaue Zeit und Raum (bzw. Videokonferenz) nach Ankündigung
- **Abgabe der Hausarbeiten:** 31. März 2022.