

Bachelorseminar Betriebswirtschaftslehre – Wintersemester 2023/2024**Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein****„Influencer Marketing – Herausforderungen für Forschung
und Unternehmenspraxis“**

Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** statt (2 SWS). Die **Einführungsveranstaltung** findet am 17. Oktober 2023 und der Methodenkurs am 21. November 2023 statt. Die **Seminarpräsentation** findet als Blockveranstaltung, in der eine Zwischenpräsentation des Forschungsstands erfolgt, am 24 und 25. Januar 2024 statt. **Weitere Termine** (z.B. Diskussion des Zwischenstands zur empirischen Untersuchung) und Raumangaben finden **nach Ankündigung** statt.

Problemstellung und Ziel des Seminars:

Digitale Kommunikationskanäle haben sich im letzten Jahrzehnt dramatisch verändert. Mit dem Aufkommen von Social-Media-Plattformen (z.B. Instagram, TikTok, Twitter) haben sich die Möglichkeiten, wie Unternehmen ihre Zielgruppen erreichen können, erheblich erweitert. Insbesondere die Rolle von Influencer:innen hat sich als wichtiger Faktor in der heutigen Marketingstrategie herausgestellt. Influencer:innen, Personen mit großer Anhängerschaft und erheblichem Einfluss auf Social Media, sind zu wichtigen Akteuren in der Werbebranche geworden. Dies führt zu der Frage, wie die Wahrnehmung von Unternehmen auf Social-Media-Kanälen beeinflusst wird und welche Chancen und Risiken eine Zusammenarbeit mit Influencer:innen birgt.

In Bezug auf die Wissenschaft hat das Thema „Influencer Marketing“ eine erhebliche Relevanz. Die Interaktionen und Beziehungen zwischen Influencer:innen, ihren Follower:innen und den Unternehmen sind komplex und dynamisch, was ein weites Feld für Untersuchungen und Analysen eröffnet. Es geht z.B. um Fragen der Glaubwürdigkeit und Authentizität, die Wirkung von Influencer:innen auf die Kaufentscheidungen ihrer Follower:innen und die Auswirkungen auf das Image und die Wahrnehmung des beworbenen Unternehmens. Das Verständnis dieser Aspekte kann dazu beitragen, effektive Marketingstrategien zu entwickeln und bessere Einblicke in das Verbraucherverhalten zu gewinnen.

In der Unternehmenspraxis hat das Thema eine direkte Bedeutung, da Unternehmen ständig nach effektiven Wegen suchen, um ihre Zielgruppen zu erreichen und ihre Produkte und Dienstleistungen zu vermarkten. Influencer Marketing bietet die Möglichkeit, mit einem spezifischen und engagierten Publikum in Kontakt zu treten und Markenbotschaften auf eine persönlichere und ansprechendere Weise zu vermitteln. Dies kann zu höheren Konversionsraten, stärkerer Kundenbindung und letztlich zu einem verbesserten Geschäftsergebnis führen.

Das Seminar hat somit das Ziel, relevante Erkenntnisse für die Marketing-Forschung und -Praxis zum Themenfeld Influencer Marketing zu erarbeiten und daraus konkrete Implikationen für die Unternehmen zur Markenkommunikation abzuleiten. In diesem Zusammenhang sollen die Seminarteilnehmer:innen geleitet eine empirische Studie zu einer konkreten Fragestellung durchführen und ihre Ergebnisse präsentieren und in einer Hausarbeit vorstellen.

Zielgruppe:

Dieses Seminar richtet sich **vornehmlich an Studierende im Bachelorstudiengang BWL ab dem 2. Studienjahr**. 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 Teilnehmer:innen begrenzt.

Seminarstruktur:

Das Seminar „**Influencer Marketing – Herausforderungen für Forschung und Unternehmenspraxis**“ im Wintersemester 2023/2024 beginnt mit der Einführungsveranstaltung, die am 17. Oktober 2023 von 14:00 Uhr bis 16:00 Uhr (in Präsenz) stattfinden wird. Die Studierenden führen unter Anleitung 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 schriftlichen Hausarbeit ausgearbeitet 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 einen 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 hier herunterladen:

https://www.wiwi.uni-siegen.de/marketing/lehre/abschlussarbeiten/richtlinien_zur_anfertigung_wissenschaftlicher_arbeiten.pdf

An der Professur für Marketing und Handel gibt es zudem neue Richtlinien zur Nutzung KI-basierter Textgeneratoren (z.B. ChatGPT, Jasper, Neuroflash usw.) bei der Anfertigung von Seminar- oder Abschlussarbeiten. Diese müssen bei der Erstellung aller Seminar- und Abschlussarbeiten berücksichtigt werden. Die Richtlinien finden Sie hier:

https://www.wiwi.uni-siegen.de/marketing/dokumente/nutzung_ki.pdf

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. Im Rahmen der Veranstaltung sind zwei Individualleistungen zu erbringen (die Vorstellung des Forschungsstands im Rahmen einer Zwischenpräsentation und die Anfertigung 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 2023/2024 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:** 17. Oktober 2023, 14:00 bis 16:00 Uhr, Raum nach Ankündigung
- **Methodenkurs:** 21. November 2023, 12:00 bis 16:00 Uhr, Raum nach Ankündigung
- **Blockveranstaltung:** 24. und 25. Januar 2023, jeweils 8-16 Uhr, Raum nach Ankündigung
- **Abgabe der Hausarbeiten:** 31. März 2023.