

Bachelorseminar Betriebswirtschaftslehre – Wintersemester 2019/20**PD Dr. Sascha Steinmann****„Aktuelle Fragestellungen der Käuferverhaltensforschung“**

(Blockveranstaltung; 2 SWS;

Einführung: 8. Oktober 2019, 12 – 14 Uhr; Methodenkurs I: 29. Oktober 12 – 16 Uhr;

Methodenkurs II: 25. November 2019: 12 – 16 Uhr; Blockveranstaltungen: 28. und 29. Januar 2020;
weitere Termine und Raumangaben nach Ankündigung)**Themenbereiche und Ziele des Seminars:**

Wer im Wettbewerb bestehen und die Unternehmensziele erreichen will, muss sich an den Interessen, Verhaltensweisen und Erfolgen seiner aktuellen und potenziellen Kunden orientieren. Dies bedeutet, dass Hersteller, Händler sowie Dienstleister Wissen über ihre Kunden generieren müssen, um langfristig im Markt bestehen zu können. Diese Erkenntnis ist für ein erfolgreiches Marketing, das sich an den Anforderungen und Präferenzen der Käufer orientiert, ebenso zentral wie unbestritten. Die Erforschung des Käuferverhaltens ist somit ein strategischer Erfolgsfaktor.

Im Seminar beschäftigen sich die TeilnehmerInnen mit der Analyse des Käuferverhaltens in unterschiedlichen Umfeldern (online, offline) und unterschiedlichen Kontexten und den hiermit verbundenen Wirkungen. In einer in Gruppenarbeit durchgeführten empirischen Studie soll hierbei z.B. das Verhalten beim grenzüberschreitenden Online-Shopping, die Bedeutung von Technologie in der Kundenberatung, die Relevanz von Zweitplatzierungen im Lebensmitteleinzelhandel, Aspekte der Werbewirkung sowie das Erleben von Marken und Produkten untersucht werden. Die Ergebnisse bilden die Grundlage für die Ableitung von konkreten Handlungsempfehlungen für das Unternehmensmanagement und liefern überdies Implikationen für zukünftige Forschungsarbeiten.

Im Rahmen des Seminars werden spannende, aktuelle Fragestellungen der Käuferverhaltensforschung thematisiert und bearbeitet. 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 ihre Methodenkompetenz und tragen zum Forschungsstand im betrachteten Themenfeld bei. Die konkreten Themenstellungen werden im Rahmen der Einführungsveranstaltung am 8. Oktober (12 – 14 Uhr, Raum nach Ankündigung) vorgestellt.

Zielgruppe:

Die Veranstaltung richtet sich **vornehmlich an Studierende im Bachelorstudium „Betriebswirtschaftslehre“**. Studierende aus anderen Studiengängen sind ebenso herzlich willkommen; Grundlagenkenntnisse im Marketing, in der Markt- und Marketingforschung sowie von statistischen Methoden werden erwartet oder müssen im Verlauf des Seminars angeeignet werden. 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.

Seminarstruktur:

Das Seminar „**Aktuelle Fragestellungen der Käuferverhaltensforschung**“ im Wintersemester 2019/20 beginnt mit der „Einführungsveranstaltung und Themenvergabe“ am 8. Oktober 2019 (12 – 14 Uhr) und endet mit der Abgabe der Hausarbeiten zum Ende des Wintersemesters 2019/20, 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 28. und 29. Januar 2020 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 – am Ende der Vorlesungszeit im Wintersemester 2019/20 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.

Teilnahmevoraussetzungen:

Erfolgreiche Teilnahme an der Grundlagenveranstaltung Marketing sowie Kenntnisse in Marktforschung und Statistik werden empfohlen.

Neue Regelungen für Seminare:

Seminarteilnahmen, 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.

Termine:

- **Einführungsveranstaltung/Themenvergabe:** 8. Oktober 2018, 12 – 14 Uhr, Raum nach Ankündigung
- **Methodenkurs I: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten:** 29. Oktober 2019, 12 – 16 Uhr, Raum nach Ankündigung
- **Methodenkurs II: Empirische Forschungsmethoden:** 25. November 2019, 12 – 16 Uhr, Raum nach Ankündigung
- **Block-/Präsentationsveranstaltungen:** 28. und 29. Januar 2019 (Zeiten und Räume nach Ankündigung)
- **Abgabe der Hausarbeiten:** Zum Ende des Wintersemester 2019/20, der genaue Termin wird in Kürze bekanntgegeben.

Themenstellungen:

Die konkreten Themenstellungen werden in der Einführungsveranstaltung am 8. Oktober 2019 bekanntgegeben.