

Bachelorseminar Betriebswirtschaftslehre – Wintersemester 2022/2023

Dr. Anne Fota

„Re-Start Corona – Digitalisierung des inhabergeführten Einzelhandels“

Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** statt (2 SWS). Die **Einführungsveranstaltung** findet am 13. Oktober 2022 und der Methodenkurs am 24. November 2022 statt. Die **Seminarpräsentation** findet als Zwischenpräsentation am 19. Januar 2023 statt. **Weitere Termine** (z.B. Diskussion des Zwischenstands zur empirischen Untersuchung) und Raumangaben finden **nach Ankündigung** statt.

Problemstellung und Ziel des Seminars:

Die letzten Jahre haben gezeigt, dass eine zunehmende Verdrängung des stationären Einzelhandels durch Online-Kanäle stattgefunden hat. Zusätzlich stellt die Covid-19-Pandemie den Einzelhandel vor neue Herausforderungen. Lockdowns, die seitens der Regierung angeordnet wurden, mussten vom Handel ausgestanden werden. Manche Händler, die zu dem Zeitpunkt noch nicht „digital“ waren, fanden Wege, um ihre Produkte online anzubieten. Entwicklungen zeigen jedoch, dass in weiten Teilen einige mittelständische, inhabergeführte Einzelhändler noch immer kein probates Mittel gefunden haben, sich dem Wettbewerbsumfeld zu stellen. Oft fehlen die Zeit und das Wissen, neue Vertriebs- und Kommunikationskonzepte zu entwickeln, in die auch neue Technologien integriert sind. Häufig scheitert es auch an der Akzeptanz als Grundvoraussetzung für den erfolgreichen Einsatz von Technologien im Einzelhandel. Händler sollten sich nicht gegen den Einsatz einer Technologie sträuben, wenn diese von den Kunden gefordert oder gar erwartet wird. Nicht jede Technologie ist hingegen für jede Kundengruppe relevant und dazu geeignet, Kundennutzen zu stiften.

Im Fokus der Seminarveranstaltung steht vor allem die Frage, wie und welche Technologien im Ladengeschäft (am sogenannten „Point-of-Sale“) sowohl Händler, im Sinne eines besseren Kundenservices, als auch Kunden, im Sinne eines umfassenden Einkaufserlebnisses, unterstützen können. Darüber hinaus sollen Themen wie z.B. die Grundeinstellung zu Technologien und die Anpassungsfähigkeit in Hinblick auf die Covid-19-Pandemie genauer untersucht werden.

Das Seminar hat das Ziel, relevante Erkenntnisse für die Marketing-Forschung und Handelspraxis zu erarbeiten und daraus konkrete Implikationen für den Einzelhandel abzuleiten. In diesem Zusammenhang sollen die Seminarteilnehmer/innen eine Situationsanalyse zum Status des Einzelhandels in verschiedenen Regionen am Point-of-Sale durchführen.

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 TeilnehmerInnen begrenzt.

Seminarstruktur:

Das Seminar „**Re-Start Corona – Digitalisierung des inhabergeführten Einzelhandels**“ im Wintersemester 2022/2023 beginnt mit der Einführungsveranstaltung, die am 13. Oktober 2022 von 10:00 Uhr bis 12:00 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 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 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 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 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 2022/2023 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. Oktober 2022, 10:00 bis 12:00 Uhr, Raum nach Ankündigung
- **Methodenkurs:** 24. November 2022, 10:00 bis 12:00 Uhr, Raum nach Ankündigung
- **Blockveranstaltung:** 19. Januar 2023, genaue Zeit und Raum nach Ankündigung
- **Abgabe der Hausarbeiten:** 31. März 2023.

Hinweis:

Bitte beachten Sie, dass **im Sommersemester 2023 kein Bachelorseminar** an der Professur für Marketing und Handel angeboten wird.