

Masterseminar Betriebswirtschaftslehre – Sommersemester 2021

Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein

„Aktuelle Fragestellungen des Internationalen Marketing“

Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** statt (2 SWS). Die **Einführungsveranstaltung** findet am 15. April 2021 statt. Die **Seminarpräsentation** findet als Zwischenpräsentation am 30. Juni 2021 und 01. Juli 2021 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:

Online-Shopping stellt gerade auch in Krisenzeiten einen wichtigen Einkaufskanal dar und ist inzwischen als traditionelles Einkaufsformat etabliert. Beim Online-Shopping ist eine Vielzahl von Einflussfaktoren auf die Einkaufsentscheidungen relevant.

Aus dieser Vielzahl von Faktoren heraus sticht die Frage, woher die Ware stammt und in welchem Land der jeweilige Online-Shop ansässig ist. Dass die Ware selbst in den unterschiedlichsten Ländern hergestellt wird, ist für die Kunden normal. Trotzdem sind Country-of-Origin-Einflüsse – also die Frage, welches Image mit dem Herkunftsland der Ware verbunden ist, - wichtig. Ähnliches gilt für die Herkunftsländer der Online-Shops. Hier stellt sich die Frage, ob es für die Verbraucherinnen und Verbraucher relevant ist, in welchen Ländern sie Produkte bestellen.

In diesem Seminar werden diese Aspekte näher beleuchtet. Sie werden in diesem Seminar daher:

- Mehr über den so genannten "Country of Origin"-Effekt erfahren,
- analysieren, ob dieser Effekt für Verbraucher bei der Auswahl eines Online-Shops relevant ist,
- ein eigenes Studienprojekt (Umfrage & Datenanalyse) durchführen, um dies herauszufinden.

Zielgruppe:

sich **vornehmlich an Studierende im Masterstudiengang „Management und Märkte“**. 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 **„Aktuelle Fragestellungen des Internationalen Marketing“** im Sommersemester 2021 beginnt mit der Einführungsveranstaltung, die am 15. April 2021 von 8:30 Uhr bis 10:00 Uhr stattfinden wird. Diese wird, je nachdem, wie sich die Veranstaltungssituation an der Universität Siegen gestaltet, entweder als Präsenzveranstaltung stattfinden oder sie wird online angeboten (per Zoom-Konferenz) (genauer wird angegeben, sobald es bekannt ist). Die Studierenden führen unter Anleitung semesterbegleitend ein **empirisches Forschungsprojekt** zum internationalen Marketing 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 – im Sommersemester 2021 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 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 bestandenem 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 2020/2021 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:** 15.04.2021, 8:30 Uhr bis 10:00 Uhr, Raum bzw. Videokonferenz nach Ankündigung
- **Methodenkurs:** Im April bzw. Mai 2021, genaue Angabe von Datum, Zeit und Raum (bzw. Videokonferenz) nach Ankündigung
- **Diskussion des Zwischenstands zur empirischen Untersuchung:** Im April bzw. Mai 2021, genaue Angabe von Datum, Zeit und Raum (bzw. Videokonferenz) nach Ankündigung
- **Blockveranstaltung:** 30.06.2021 und 01.07.2021, genaue Zeit und Raum (bzw. Videokonferenz) nach Ankündigung
- **Abgabe der Hausarbeiten:** 30. September 2021.