

Bachelorseminar Betriebswirtschaftslehre – Sommersemester 2020**Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein****„Schutz oder Verunsicherung? – Der Umgang des Verbrauchers mit der Datenschutzgrundverordnung“**

(Blockveranstaltung; 2 SWS; Einführung: 08. April 2020, 10 Uhr; Zwischenpräsentation: 08. Juni 2020 und 15. Juni 2020; weitere Termine und Raumangaben nach Ankündigung)

Problemstellung und Ziel des Seminars:

Um Online-Angebote und -Dienste nutzen zu können, werden VerbraucherInnen vermehrt dazu angehalten, personenbezogene Daten elektronisch preis zu geben. Damit steigt gleichzeitig der Bedarf, solche Daten intensiver zu schützen. Um einen souveränen Umgang mit und im Internet zu gewährleisten, soll die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) helfen. Absicht ist, das Datenschutzrecht auf das heute notwendige Level anzupassen und einen übernationalen Geltungsrahmen im Bereich des Datenschutzes zu festigen. Es stellt sich jedoch die Frage, ob die Ziele, die mit Einführung der DSGVO verbunden sind, tatsächlich erreicht worden sind.

- Haben VerbraucherInnen überhaupt eine Vorstellung davon, was sich konkret verändert hat und welche Rechte sie haben?
- Oder werden die neuen Ausführungen der Unternehmen, Vereine oder Ärzte auf Basis der DSGVO in Vertrauen auf die neue Schutzordnung unterschrieben und schlicht überflogen, weil VerbraucherInnen die Dienste weiterhin in Anspruch nehmen wollen?

In der Literatur lassen sich bisher wenige bis nahezu keine Studien zu Verbraucherschutzaspekten im Kontext der DSGVO finden, insbesondere nicht solche, welche die Perspektive der VerbraucherInnen selbst berücksichtigen. Daher soll im Rahmen einer wissenschaftlichen Untersuchung der Umgang des Verbrauchers mit der DSGVO analysiert werden, um nicht direkt ersichtliche oder zentrale Probleme und Hindernisse sowie erforderliche Maßnahmen bei der Einführung derartiger Gesetze abzuleiten. Die Befunde des empirischen Forschungsvorhabens sollen weiterhin dabei helfen, Verbraucherschutzaspekte zu identifizieren, VerbraucherInnen besser zu verstehen, sie in ihrer Rolle als aktive Konsumenten mit konkreten Maßnahmen zu unterstützen und auch mögliche Barrieren und Risiken, wie beispielsweise mangelnde Transparenz oder ungewollte Datennutzung, zu berücksichtigen und zu minimieren.

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 **„Schutz oder Verunsicherung? – Der Umgang des Verbrauchers mit der Datenschutzgrundverordnung“** im Sommersemester 2020 beginnt mit der Einführungsveranstaltung am 08. April 2020. Die Studierenden führen unter Anleitung semesterbegleitend ein **empirisches Forschungsprojekt** für die Beantwortung einer vorgegebenen Problem- bzw. Fragestellung zur Regionalität als Marketinginstrument 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 2020 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:

Seminarbeitnahmen, 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 erfolgt über die Veranstaltungsbelegung in Unisono (Standard-Belegungszeiten; 1. Belegungsphase: 10.02.2020 bis 01.03.2020). 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:** 08. April 2020, 10 Uhr, Raum nach Ankündigung
- **Methodenkurs:** im April oder Mai 2020, Zeit und Raum nach Ankündigung
- **Blockveranstaltung:** 08. Juni 2020 und 15. Juni 2020, Zeit und Raum nach Ankündigung
- **Abgabe der Hausarbeiten:** 30. September 2020