



21. November 2018

**Seminar Marketing im Master (MA-MA 6)**  
**„Retail Marketing“**  
**Sommersemester 2019**

**Inhalt des Seminars:**

Dieses Seminar befasst sich mit dem Marketing von Einzelhändlern („Retail Marketing“). Handels-Manager stehen bei ihren Marketing-Entscheidungen vor zahlreichen Herausforderungen. Z. B. stellt sich im stationären Handel die Frage der Ladengestaltung: Wie beeinflussen Musik, Düfte und Farben das Kaufverhalten? Wie lang sollten Warteschlangen an der Kasse sein, und kann man das Warten dort angenehmer gestalten? Darüber hinaus stellen sich viele Fragen zur Promotion-Politik, z. B.: Können Einzelhändler durch Promotions Kunden in ihre Geschäfte ziehen? Können Sie über Mobile Couponing Laufwege im Geschäft steuern? Welche Verteilmedien von Coupons (Direct Mail, In-Store, ...) sind besonders vorteilhaft? Sind Sonderangebote online mehr oder weniger wirksam als offline? Diese und weitere Fragestellungen sollen im Rahmen des Seminars „Retail Marketing“ diskutiert werden.

Ziel der Seminararbeiten ist es, einen Überblick über den Stand der Forschung zu den jeweiligen Themen zu geben. Erwartet wird eine gründliche Literaturrecherche, um insbesondere die aktuellen Beiträge in führenden nationalen und internationalen wissenschaftlichen Zeitschriften zu identifizieren. Auf dieser Grundlage sind die zentralen Erkenntnisse der Literatur in systematischer Form wiederzugeben. Darüber hinaus sollen die Seminarteilnehmer ggf. Praxisbeispiele zu ihrem jeweiligen Thema recherchieren und systematisieren. Mehr Informationen zu den einzelnen Themen und Einstiegsliteratur werden bei der Vorbesprechung bekanntgegeben.

Die Themen werden im Rahmen der Einführungsveranstaltung am 30.01.2019 vergeben. Einem Thema werden maximal 3 Seminarteilnehmer zugeordnet. Die Hausarbeiten werden als Einzelarbeit erstellt. Der Vortrag der Hausarbeit erfolgt im Rahmen des Blockseminars als Gruppenarbeit. Das Seminar findet als Blockseminar an der Universität Hamburg statt.

**Zeitplan (28 Stunden):**

1. **Vorbesprechung:** Mittwoch, 30.01.2019, 18.00 Uhr, ESA O 123
2. **Abgabe der Hausarbeit:** spätestens Donnerstag, 02.05.2019, 12 Uhr
3. **Feedback zu den Hausarbeiten** sowie Hinweise zu den Vorträgen spätestens eine Woche vor dem Seminar nach Vereinbarung.
4. **Blockseminar** mit Präsentation der Hausarbeiten von Dienstag, 11.06.2019 bis Donnerstag, 13.06.2019

**Seminararbeitsthemen (exemplarisch):**

- Impulskäufe im stationären Einzelhandel
- Musik am Point-of-Sale
- Der Einfluss von Warteschlangen auf das Kaufverhalten
- Mobile Couponing
- Online- versus Offline-Promotions

**Prüfungsleistungen:**

- Hausarbeit
- Vortrag