



9. Mai 2025

**Seminar Marketing im Bachelor (BA-MARKET 5(D))
„E-Commerce“
Wintersemester 2025/26**

Inhalt des Seminars:

Dieses Seminar beschäftigt sich mit aktuellen Fragen des E-Commerce. Wie sollten Online-Händler ihr Marketing-Mix gestalten, um möglichst erfolgreich zu sein? Wie groß sollten z. B. Sortimente sein? Wirken Promotions online anders als offline? Welche Versandkostenstruktur ist sinnvoll? Helfen Knappheits-Hinweise dabei, Kaufentscheidungen zu beschleunigen? Wie lassen sich Warenkorbabbrüche durch gezielte Maßnahmen reduzieren? Wie ändert sich das Kaufverhalten durch Chatbots? Und sollten Multi-Channel-Händler ihr Marketing in beiden Kanälen konsistent gestalten oder nicht? Diese und weitere Fragestellungen sollen im Rahmen des Seminars „E-Commerce“ 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. Mehr Informationen zu den einzelnen Themen und zur Einstiegsliteratur werden bei der Vorbesprechung bekanntgegeben.

Die Themen werden im Rahmen der Einführungsveranstaltung am 07.07.25 vergeben. Einem Thema werden maximal 3 Seminarteilnehmer:innen zugeordnet. Die Hausarbeiten werden als Einzelarbeit erstellt. Der Vortrag der Hausarbeit erfolgt im Rahmen des Blockseminars als Gruppenarbeit. Das Seminar findet als Blockseminar statt.

Zeitplan (28 Stunden):

1. **Vorbesprechung:** Montag, 07.07.25, 18.00 Uhr, Zoom
2. **Abgabe der Hausarbeit (digital):** spätestens Sonntag, 02.11.25, 23:59 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 Freitag, 05.12.25 (ab 16 h) bis Sonntag, 07.12.25.

Seminararbeitsthemen (exemplarisch):

- Optimale Sortimentsgröße
- Online-Coupons
- Gestaltung von Versandkosten
- Wirkung von Knappheits-Hinweisen
- Strategien gegen Warenkorbabbrüche
- Chatbots
- Multi-Channel Retailing

Prüfungsleistungen:

- Hausarbeit
- Vortrag