



22. November 2023

Seminar Marketing im Master (MA-MA 6)
„Sales Promotions“
Sommersemester 2024

Inhalt des Seminars:

Verkaufsförderungsaktionen bzw. Sales Promotions sind zeitlich begrenzte Maßnahmen mit Aktionscharakter. Bei Preis-Promotions (z. B. Sonderangeboten und Coupons) wird Konsumenten ein niedrigerer Preis angeboten. Nicht-Preis-Promotions können auf Preis-Promotions hinweisen, aber auch allein eingesetzt werden (z. B. Handzettel und Displays) oder das Produkt in den Mittelpunkt stellen (z. B. Produktzugaben). Verkaufsförderung ist ein wichtiges Marketing-Instrument, da Hersteller meist erhebliche Budgets investieren und Händler oft wesentliche Teile ihres Umsatzes in Promotions erzielen. Gleichzeitig ist das Management von Promotions nicht trivial, u. a. da viele Instrumente in verschiedenen Ausprägungen zur Verfügung stehen, bei der Erfolgsmessung zahlreiche kurz- und langfristige Effekte zu berücksichtigen sind und Hersteller und Händler unterschiedliche Ziele verfolgen. In diesem Seminar wollen wir die Wirkungen und die Gestaltung von Sales Promotions untersuchen.

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 25.01.24 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:** Donnerstag, 25.01.24, 18.00 Uhr (s.t.), Moorweidenstr. 18, R 0005.1
2. **Abgabe der Hausarbeit (digital):** spätestens Mittwoch, 17.04.24, 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, 21.05.24 bis Donnerstag, 23.05.24.

Seminararbeitsthemen (exemplarisch):

- Kurzfristige Wirkungen von Preis-Promotions
- Wirkungen von Preis-Promotions auf die Markentreue
- Framing von Multi-Item-Promotions
- Mobile Couponing
- Promotions mit Unsicherheit
- Produktzugaben

Prüfungsleistungen:

- Hausarbeit
- Vortrag