

Berlin, 10.03.2009

Diplomstudiengang Betriebswirtschaftslehre Marketing-Seminar „B2B-Marketing/Dienstleistungsmarketing“ Sommersemester 2009

Im Sommersemester 2009 wird vom Marketing-Department ein Marketing-Seminar angeboten. Im Rahmen des Seminars sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer typische Problemfälle des Business-to-Business- und des Dienstleistungsmarketings kennenlernen, dazu eigenständig methodisch gestützte Problemlösungen erarbeiten und diese im Plenum zur Diskussion vorstellen.

Erwerb von Bonuspunkten/ Prüfungsleistungen

Entsprechend der Diplomprüfungsordnung vom 9. Februar 2000 können Prüfungsleistungen erbracht und Bonuspunkte erworben werden. Für die erfolgreich erbrachten Prüfungsleistungen werden 4 Bonuspunkte angerechnet (gemäß DPO 2000, §20, Abs. 3).

Die Prüfungsleistung umfasst dabei (gem. DPO 2000, §6, Abs. 4):

- die selbständige Erstellung einer schriftlichen Hausarbeit,
- den mündlichen Seminarvortrag sowie
- die durchgängige Teilnahme an den Seminarsitzungen (Plenumsdiskussionen).

Bei der Seminarvorbesprechung am 22.04.2009, 12.00-14.00h, Raum 102, Garystraße 21, liegt eine Liste mit den Namen der TeilnehmerInnen und den zugeordneten Themen aus. Alle TeilnehmerInnen dokumentieren durch ihre Unterschrift ihr Einverständnis mit dem Thema. Liegt die Unterschrift am 29.04.2009 (bis 12.00 Uhr, oder Datum des Poststempels) nicht vor, gilt dies als Verzicht auf den Seminarplatz und ein(e) NachrückerIn erhält den Seminarplatz und das Thema. Bei der

Eintragung in die Teilnehmerliste ist gleichzeitig die Zuordnung, für welches Fach die Seminarleistung (Bonuspunkte) gegebenenfalls angerechnet werden soll, vorzunehmen. Studierende, die eine mindestens ausreichende Seminarleistung (siehe unten) erbringen, erhalten vier Bonuspunkte. TeilnehmerInnen, die eine solche Leistung nicht erbringen, erhalten vier Maluspunkte.

Angemeldete Studierende, die bis zum 29.04.2009, 12.00 Uhr (oder Datum des Poststempels) durch unterschriebene schriftliche Erklärung auf die Teilnahme verzichten und ihr Thema zurückgeben, erhalten keine Maluspunkte.

Die Seminarnote setzt sich aus folgenden Einzelbewertungen mit den angegebenen Gewichtungen zusammen:

- Schriftliche Hausarbeit 50 %
- Präsentation der Hausarbeit 30 %
- Teilnahme an den Plenumsdiskussionen 20 %

Wichtiger Hinweis:

Das Seminar hat die Veranstaltungsnummer -S- 10025111-I. Wenn Sie schon ein anderes Marketing-Seminar mit derselben Veranstaltungsnummer erfolgreich absolviert haben, dann können Sie an dem Seminar nicht mehr teilnehmen. Termine und Veranstaltungsorte

- 22.04.2009, 12.00h-14.00h, Einführungsveranstaltung, Raum 102, Garystraße 21.
- 18.06.2009, Blockveranstaltung, Raum 108, Garystraße 21
- 19.06.2009, Blockveranstaltung, Raum 108a, Garystraße 21
- 20.06.2009, Blockveranstaltung, Raum 108, Garystraße 21

Teilnehmerzahl

Um gute Arbeitsbedingungen zu gewährleisten, ist die Teilnahme auf 30 Personen beschränkt.

Anmeldefrist und Zulassungsvoraussetzungen

Die Anmeldefrist läuft von Montag, den 16.02.2009 bis einschließlich Montag, den 06.04.2009 (12.00h). Die Anmeldungen sollen umfassen: Angaben zur Person:

- Name, Vorname, Matrikel-Nr., Telefon, E-Mail-Adresse, Photo, Bescheinigungen:
- Kopie des Studierendenausweises, Kopie des Zwischenzeugnisses,
- Angabe des Studienfachs und der Semesterzahl,
- Bescheinigungen über die Teilnahme an den Veranstaltungen im Fach Marketing,

- Die Angabe von zwei Prioritäten für die zur Auswahl stehenden Themen (es sollen möglichst alle Prioritäten berücksichtigt werden, was allerdings nicht garantiert werden kann).

Unvollständige Anmeldungen sowie solche, die nach Ablauf der Frist eingehen, können nicht berücksichtigt werden. Gehen mehr Bewerbungen ein, als Plätze zur Verfügung stehen, wird eine Auswahl aufgrund der schriftlichen Ausarbeitungen getroffen.

Die Anmeldungen können persönlich im Sekretariat des Marketing-Departments (Otto-von-Simson-Str. 19, Öffnungszeiten: Mo, Di, Do 10-12 und 14-16h; weitere bzw. geänderte Öffnungszeiten während der vorlesungsfreien Zeit erfahren Sie telefonisch oder auf unserer Homepage) abgegeben werden.

Themen der Seminararbeiten

Die Themen greifen grundlegendes und methodisches Marketingwissen auf. Die ReferentInnen haben die Aufgabe, mit wissenschaftlichen Methoden die Themen zu bearbeiten und in einer schriftlichen Hausarbeit und in einem Referat den Problemlösungsbeitrag zu den im Seminar behandelten Fällen herauszuarbeiten. Dabei werden alle Themen jeweils zweimal vergeben. Folgende Themen werden im Rahmen des Seminars behandelt (Eine einführende Literaturliste wird bei der Themenvergabe zur Verfügung gestellt):

22.04.2009: Einführungsveranstaltung und Themenvergabe

18.06.2009:

1. Rolle des Servicescape im B2B-Dienstleistungsmarkt
2. Dimensionen der Qualität von Social Network Communities
3. Wahrnehmung von Dienstleistungsqualität im Internet
4. Kundenbeiräte als Qualitätsindikator für Customer Integration-Konzepte
5. Determinanten der Kundenerwartungen im Dienstleistungssektor

19.06.2009:

6. Konsequenzen der Kundenerwartungen im Dienstleistungssektor
7. Kundenabwanderung und -rückgewinnung in B2B-Märkten
8. Prävention von Kundenabwanderungen im Industriegütermarketing
9. Bewertung von B2B-Pricingstrategien von Fluggesellschaften im Internet
10. Vergleich der Preiskommunikation von Versicherungsunternehmen für Privat- und Geschäftskunden

20.06.2009:

11. Bedeutung von „Pennies-a-day“-Preisstrategien im Dienstleistungssektor
12. Rolle der Preiskenntnis in der Kundenrückgewinnung am Beispiel von Telekommunikationskunden
13. Determinanten des Konsumentenverhaltens im Markt von E-Books
14. Kooperationsmodelle zwischen Internet-Unternehmen und Verlags-häusern am Beispiel von zwei Fallstudien
15. Web 2.0-Anwendungen im B2B-Marketing am Beispiel von zwei Fallstudien

Alle Termine auf einen Blick

Anmeldefrist: Montag, 16.02.2009 bis Montag, 06.04.2009 (12.00h)

Auswahl der TeilnehmerInnen: bis Dienstag, 14.04.2009
(Bekanntgabe auf der Website des Marketing-Departments)

Vergabe der Seminarthemen: Mittwoch, 22.04.09, 12.00-14.00h
(Einführungsveranstaltung) Raum 102, Garystraße 21

Bestätigung bzw. Rückgabe der Hausarbeitsthemen: Mittwoch,
29.04.2009 (12.00)

Vergabe zurückgegebener Hausarbeitsthemen an NachrückerInnen:
Donnerstag, 30.04.2009, 14.00h Marketing-Department, Otto-von-Simson-Str. 19

Abgabetermin für die Seminararbeiten: Freitag, 29.05.2009 (12.00h)

Blockveranstaltung: Donnerstag/Freitag/Samstag 18./19./20.06.2009,
Räume 108 (18.06. und 20.06.) und 108a (19.06.), Garystraße 21

Weitere Informationen

Dr. Doreén Pick
Marketing-Department
Otto-von-Simson-Str. 19
Tel.: 030/ 838-52493, E-Mail: marketing@wiwiss.fu-berlin.de,
Sprechzeiten in der vorlesungsfreien Zeit: nach Vereinbarung