



Forschungsprojekt im Masterstudium: SS 2024 und WS 2024/2025
(18. Fp der Professur: Univ.-Prof. Dr. Prof. h.c. B. Swoboda, A. Klink, M.Sc.)

„Die Zukunft des Konsumentenverhaltens im Online- und Omnichannel-Commerce“

Mittwoch, 08.30-12.00 Uhr, Teilnehmerzahl max. 20

Thema

Das Forschungsprojekt im Masterstudium widmet sich dem Online- und Omnichannel-Commerce, die heute und vor allem zukünftig das Geschäftsmodell für den Erfolg in Konsumgüterbranchen sein werden, egal ob für vormalige Hersteller, wie Nike, Adidas oder Apple, oder vormalige Händler, wie Zara, H&M oder Amazon. Die technologische Basis für deren Geschäftsmodelle – ob von der SAP oder Oracle – integriert Prozesse für Online- und Offline-Commerce und falls Produktion integriert ist, auch für integrierte Produktionsaktivitäten. Marktorientierte Unternehmen kennzeichnet, dass sie wissen sollten, was die Kernzielgruppen präferieren. Daher wird das Forschungsprojekt die Kundensicht fokussieren, d.h. es wird untersucht, wie Strategien oder Aktivitäten, die von Unternehmen ggf. im stillen Kämmerlein bestimmt werden aus Sicht der Zielgruppen bewertet werden, um hieraus wiederum Implikationen für diese Strategien oder Aktivitäten der Unternehmen zu gewinnen.

Das Forschungsprojekt beschäftigt sich mit der „Customer Experience“ der Kunden in der „Customer Journey“, der global verbreitet neuesten Sichtweise dem o.g. Kontext folgend. Dabei wird nicht nur der Online- und Omnichannel-Kaufprozess betrachtet, sondern wir planen diverse Themen, die Sie nach Interesse wählen und bearbeiten können. Denkbare Themen behandeln die Bedeutung von Customer Experience sowie die Relevanz verschiedener Touchpoints (wie z.B. Social Media, Werbung, Mitarbeiter oder das klassische Geschäft). Ihnen wird ermöglicht diverse praktisch höchstrelevante, die Zukunft prägende Themen in B2C-Branchen zu kennen (die Gruppeneinteilung erfolgt nach Ihren Wünschen).

Vorgehensweise

Der Ablauf des Forschungsprojektes erfolgt nach dem Muster einer theoriegeleiteten, empirischen Forschung, wie es sich an einer Universität gehört. Die Gruppen werden sich im ersten Teil des Projektes mit dem jeweiligen Thema konzeptionell und empirisch beschäftigen. Eine empirische Konzeption und empirische Analysen bilden die Teile im Sommersemester, sodass Sie einerseits alles bereits hier erlernen und im Wintersemester mit ERASMUS ins Ausland gehen können. Es erfolgt auch eine kleine Konsumentenbefragung (Pretests), um auch dies kennenzulernen, während im Wintersemester vertiefende Aspekte Gegenstand des Forschungsprojektes sind.

Voraussetzungen

- Für ein Up-To-Date Stand des Literaturstudiums ausreichende Kenntnisse der englischen Sprache.
- Hilfreich, aber keine Voraussetzung, sind die Kenntnis der Inhalte in IBM und HMan (MA-Studium) und/oder KV&Mafo (BA-Studium).

Einstiegsliteratur

- De Keyser, A., K. Verleye, K. N. Lemon, T. L. Keiningham, and P. Klaus, (2020), „Moving the customer experience field forward: introducing the touchpoints, context, qualities (TCQ) nomenclature,” *Journal of Service Research*, 23(4), 433-455.
- Lemon, K. N. and P. C. Verhoef (2016), „Understanding customer experience throughout the customer journey,” *Journal of Marketing*, 80 (6), 69-96.
- Fränzel N. and B. Swoboda, (2024), „Perceived Customer Experience in the Pre-purchase and Purchase Stages: Links, Effects and Moderations”, *European Marketing Academy (EMAC), May 28-31, 2024*.

Sämtliche Literatur wird Ihnen nach erfolgter Zuteilung zum Forschungsprojekt per Mail zugesendet. Die Kenntnis dieser zu lesenden Pflichtliteratur wird in einem kurzen Test während des ersten Termins überprüft, um sicherzustellen, dass alle Teilnehmer/-innen einen vergleichbaren Wissensstand haben.

Vorteile und Organisation

- Gemäß unserer Lehrphilosophie, betreuen wir Sie intensiv, damit Sie möglichst viel für Ihre Zukunft lernen! Die Betreuung erfolgt pro Gruppe in persönlichen Sprechstunden.



- Die erste Veranstaltung des Forschungsprojekts findet am 17. April 2024 statt. Hier wird die Kenntnis der Pflichtliteratur im kleinen Test geprüft, um Ihr Basiswissen sicherzustellen (unabhängig, ob Sie bereits zum Thema studierten) und es erfolgt eine inhaltliche Einführung zum Thema (inkl. der weiteren Terminierung).
- Sie erstellen im Laufe des Forschungsprojekts in Gruppenarbeit mehrere Präsentationen (erwerben entsprechende sehr wichtige Fähigkeiten für Ihr späteres Berufsleben) sowie einen Endbericht.
- Wir streben stets Präsenzveranstaltungen an, damit Sie „normal“ studieren und alle Vorzüge eines Studierendenlebens genießen können.
- Falls Sie mit ERASMUS ins Ausland gehen wollen, nehmen Sie im Sommersemester am Forschungsprojekt teil und können sich im Wintersemester recht flexibel die im Ausland erbrachten Seminarleistungen anerkennen lassen.
- Schließlich haben Sie die Möglichkeit an unserem Förderprogramm teilzunehmen und Unternehmen wie SAP, RTL, REWE, Luxair etc. exklusiv an je zwei Abenden in Trier und bei Exkursionen kennen zu lernen.