

Marketing-Seminar im Sommersemester 2000

Thema: Absatzkanalmanagement in der Ernährungswirtschaft

Inhalt:

1. Handelsgerichtetes Marketing: Zur Zusammenarbeit zwischen Lebensmittelindustrie und Lebensmittelhandel
2. Das Internet als Handelsplattform der Zukunft: Grundlagen des Electronic Commerce und Umsetzung in der Land und Ernährungswirtschaft

Zielgruppe des Seminars: Das Seminar richtet sich an Studenten der Studienrichtungen Agrarökonomie und Agribusiness im 6. Semester, die einen Leistungsschein erwerben wollen (=50 % der Modulnote) und/oder an Studenten mit allgemeinem Interesse an Marketingthemen. In begrenztem Umfang ist eine Teilnahme auch ohne Leistungsscheinerwerb möglich!

Termine: Das Seminar findet hauptsächlich als Wochenend-Seminar statt: Freitag, 19.5.2000 (eigene Anreise bis spätestens 16:00) bis Sonntag, 21.5.2000 (ca. 19:00). Zusätzlich wird es zwei bis drei Vorbereitungstermine geben, deren genaue Terminierung noch bekannt gegeben wird. Tagungshaus: Kraftzwerg e. V., Selbernaal 1, 38678 Clausthal-Zellerfeld

Anmeldung: Persönliche und verbindliche(!) Anmeldung für eines der u. g. Themen ab sofort bei Frau Schmidt (MZG 2010). Spätester Anmeldetermin: 31.03.2000. Alle Themen werden nur einmal vergeben!

Seminarüberblick

Block I: Handelsgerichtetes Marketing: Zur Zusammenarbeit zwischen Lebensmittelindustrie und Lebensmittelhandel

1 Zur Wettbewerbsstruktur im Lebensmitteleinzelhandel

- Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel: Eine Wettbewerbsstrukturanalyse
- Zum Preiskrieg im Lebensmitteleinzelhandel: Eine wettbewerbsstrategische Analyse
- Mythos Aldi: Eine Unternehmensanalyse
- Mythos Wal Mart: Eine Unternehmensanalyse

2 Fallstudie: Hipp – Auslistung bei Schlecker

3 Handelsgerichtete Marketingkonzeptionen

- Push-, Pull- und Kooperationsansätze: Die empirische Studie von Feige/Tomczak
- Jahresgespräche zwischen Industrie und Handel: Ablauf und Ansätze zur Verhandlungsoptimierung aus Sicht der Ernährungsindustrie
- Handelsmarkenpolitik aus Sicht der Nahrungsmittelindustrie
- Neue Konditionenmodelle zwischen Industrie und Handel am Beispiel Procter & Gamble
- Efficient Replenishment als Logistikstrategie
- Problemfelder und neuere Lösungsansätze im Rahmen der Verkaufsförderungspolitik
- Key Account und Category Management als handelsgerichtete Organisationsmodelle

4 Rollenspiel zur Verhandlungsführung in Jahresgesprächen

(Bei Rückfragen zu den Themen des ersten Blocks richten Sie sich bitte an Dr. Spiller, Tel.:...)

Bock II: Das Internet als Handelsplattform der Zukunft: Grundlagen des Electronic Commerce und Umsetzung in der Land und Ernährungswirtschaft

1 Grundlagen des E-Commerce

- Das Internet als Voraussetzung für elektronischen Handel - Ein Überblick über geschichtliche Entwicklung, Strukturen und Datensicherheit im Netz
- Wie verhält sich der Verbraucher beim Einkaufen im Netz?
- Chancen und Probleme von Online-Befragungen als neues Instrument der Marktforschung
- Der gläserne Konsument: Datenschutz und Verbraucherrechte im Online-Handel
- Electronic Commerce im Business-to-Business-Bereich: Veränderung von Unternehmens- und Handelsstrukturen durch elektronische Warenwirtschaftssysteme

2 Elektronischer Handel in der Agrar- und Ernährungswirtschaft

- Vom Surfen zum Kaufen: Marketingstrategien zur Kundengewinnung und Kundenbindung
- Direktmarketing und Direktvermarktung: Digitale Möglichkeiten der direkten Kundenbindung für landwirtschaftliche Direktvermarkter
- Wird die "gute alte" Gemüse-Kiste durch moderne Lebensmittellieferdienste verdrängt? State-of-the-art des Online-Lebensmittelhandels und der traditionellen Abo-Kiste

3 Fallstudie

- Entwicklung einer Konzeption für den Internet-Auftritt eines landwirtschaftlichen Direktvermarkters (auch möglich für den eigenen Betrieb)

(Bei Rückfragen zu den Themen des zweiten Blocks richten Sie sich bitte an Dr. Enneking, Tel. 04441/15279)

Seminar-Ordnung

Hausarbeit

Die Hausarbeit soll vom Umfang her in Abhängigkeit vom zu bearbeitenden Thema zwischen 12 und 15 Seiten betragen. Bei der Erstellung der Hausarbeit sind die Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens zu beachten. Hierzu existiert ein Merkblatt. Abgabetermin: 12.Mai.2000

Die Gliederung der Hausarbeit ist unbedingt mit dem jeweiligen Betreuer des Themas abzustimmen. Dies sollte zu einem möglichst frühen Zeitpunkt geschehen, um evtl. Korrekturen berücksichtigen zu können.

Referat

Das Referat sollte in freier Rede vorgetragen werden, wobei die Ausführungen durch Folien etc. zu unterstützen sind. Das Ablesen der angefertigten Hausarbeit ist nicht erwünscht. Das Referat fließt mit 30 % in die Notenfindung ein. Die Referatsdauer beträgt 30 Minuten mit anschließender Diskussion.

Thesenpapier zum Referat

Zur Strukturierung des Referats und als Diskussionsgrundlage ist ein Thesenpapier zu erstellen. Es enthält auf maximal 3 Seiten die Kernaussagen der Arbeit (d.h. ohne die einzelnen Begründungsstränge) und kann um einzelne Anlagen ergänzt werden. In die Note fließt es mit 10 % ein.

Ein Entwurf des Thesenpapiers ist mit Abgabe der Hausarbeit spätestens am 11. Mai 2000 während der Sprechzeiten persönlich am Lehrstuhl abzugeben.

Die Referenten sollten das Thesenpapier vor Beginn ihres Vortrages an die Teilnehmer des Seminars verteilen und folglich in entsprechender Anzahl zuvor kopieren.

Teilnehmerzahl

Aufgrund der räumlichen Voraussetzungen muß die Zahl der Teilnehmer leider auf 20 Personen beschränkt werden.

Seminartermin

Das Seminar findet hauptsächlich als Wochenend-Seminar statt: Freitag, 19.5.2000 (selbständige Anreise bis spätestens 16:00) bis Sonntag, 21.5.2000 (ca. 19:00). Zusätzlich wird es zwei bis drei Vorbereitungstermine geben, deren genaue Terminierung noch bekannt gegeben wird. Die Anreise per Bahn und Bus ist möglich. Bahnfahrer sollten sich jedoch rechtzeitig beim Tagungshaus Kraftzweig e.V. über die genaue Verbindung informieren.

Ort

Tagungshaus Kraftzweig e. V., Selbernaal 1, 38678 Clausthal-Zellerfeld (Tel.: 05323 - 84122)

Anmeldung

Persönliche und verbindliche(!) Anmeldung ab sofort bei Frau Schmidt (MZG 2010). Spätester Anmeldetermin: 31.03.2000