

M.Sc. Modul 225/235 (PO 2011) bzw. Modul 4/5 (PO 2018)  
Wintersemester 2019/2020

## **Omni-Channel-Management**

### **Betreuende/r Professor/in**

Prof. Dr. Matthias Neu

### **Lehrform**

Vorlesung mit Seminararbeit (**Vorlesung donnerstags 8.30 bis 11.45 Uhr**)

### **Beschreibung**

Die rasante Entwicklung des E-Commerce hat in den vergangenen Jahren den Vertrieb über verschiedene Kanäle stark vorangetrieben. Der Mehrkanalvertrieb ist für sehr viele Unternehmen hoch relevant sowie mit unterschiedlichen Problemstellungen und Herausforderungen verbunden. Da Unternehmen mittlerweile zwischen verschiedenen Vertriebs- und Kommunikationskanälen auswählen können, stellt sich für sie die Frage, mit welchen Kanälen (stationäre Geschäftsstellen, Print, E- bzw. M-Commerce) sie ihre Kunden am besten erreichen (Touchpoints) und wie sie die Kanäle miteinander verzahnen. Dieses aktuelle Thema soll Gegenstand des Wahlmoduls sein.

Innerhalb der Veranstaltung werden zunächst innerhalb einer Vorlesung die Grundlagen der akquisitorischen Distributionspolitik sowie des Mehrkanalvertriebs dargestellt. Dabei wird auch auf die technologiegetriebene Revolution des Mehrkanalhandels, die Verknüpfung von Kanälen sowie die Kanalnutzung bei unterschiedlichen Produktkategorien eingegangen.

Voraussetzung um an der abschließenden Klausur teilzunehmen, ist die Ausarbeitung und Präsentation einer praxisorientierten Gruppenarbeit. Für die Seminararbeit wählt die Gruppe ein Unternehmen aus, stellt die derzeitigen Omni-Channel-Aktivitäten dar und macht konzeptionelle Vorschläge zur Ergänzung der Omni-Channel-Strategie. Alternativ kann auch ein theoretisches Thema gewählt werden.

### **Lernziele**

- Kenntnis über distributionspolitische Grundlagen sowie Fachkenntnis aus dem Bereich Omni-Channel-Management
- Anwendung theoretischer Kenntnisse in Form einer Seminararbeit
- Arbeiten im Team und Durchführung einer wissenschaftlichen Untersuchung
- Transfer theoretischer Inhalte auf praktische Relevanz
- Zielgruppenorientierte Gestaltung von Präsentationen

### **Prüfungsart und -leistungen**

Klausur 55 %, wissenschaftliche Seminararbeit mit Präsentation 45 %

### **Maximale Teilnehmerzahl**

20