

Georg-August-Universität Göttingen Modul B.WIWI-BWL.0040: Handelsmanagement <i>English title: Retail Management</i>	6 C 3 SWS
Lernziele/Kompetenzen: Die Studierenden sind nach erfolgreicher Teilnahme in der Lage, die theoretischen Grundlagen des Handelsmanagements zu erläutern und zu nutzen. Des Weiteren kennen sie Methoden und Instrumente, die im Handel bei der Ausgestaltung des Marketing-Mix benötigt werden, können diese anwenden und kritisch beurteilen.	Arbeitsaufwand: Präsenzzeit: 42 Stunden Selbststudium: 138 Stunden
Lehrveranstaltung: B.WIWI-BWL.0040.VL Handelsmanagement (Vorlesung) <i>Inhalte:</i> 1. Entscheidungstatbestände des Handelsmanagements • Abgrenzung des Begriffs Handel • Managementzyklus • Strategische und operative Entscheidungen • Absatzpolitische Instrumente 2. Standortpolitik • Zentrale Elemente einer Standortentscheidung • Prognose der erzielbaren Umsätze • Kostenprognose 3. Sortimentspolitik • Planungs- und Steuerungselemente der Sortimentspolitik • Servicepolitik • Handelsmarkenpolitik 4. Preispolitik • Begriffliche Grundlagen der Preispolitik • Ziele, Einflussfaktoren und Aktionsparameter der Preispolitik • Ermittlung der Reaktion der Nachfrager 5. Kommunikationspolitik • Instrumente des Kommunikationsmix • Aktionsparameter, Ziele und Umweltgrößen von Werbemaßnahmen • Analyse von Wirkungen von Werbemaßnahmen • Gestaltung von Werbemitteln • Streuplanung 6. Verkaufsraumgestaltung • Aktionsparameter, Ziele und Umweltgrößen der Verkaufsraumgestaltung • Bildung und Anordnung von Platzierungseinheiten • Zuteilung von Regal- und Flächenkapazität • Gestaltung der Einkaufsatmosphäre 7. Service und Beratungspolitik	2 SWS

• Aktionsfelder und Wirkungen der Servicepolitik • Aktionsfelder und Wirkungen des Verkaufsgespräches • Einsatz moderner Technologien	
Lehrveranstaltung: B.WIWI-BWL.0040.Ue Handelsmanagement (Übung) <i>Inhalte:</i> Fallstudien zu Entscheidungen hinsichtlich Standort, Betriebsform, Sortiment, Preis, Kommunikation, Verkaufsraumgestaltung, Gestaltung von Online-Shops	1 SWS
Prüfung: Klausur (90 Minuten) B.WIWI-BWL.0040.Mp: Handelsmanagement	6 C
Prüfungsanforderungen: Nachweis von Fähigkeiten zur Analyse von ausgewählten Problemen des Handelsmanagements. Beherrschung von Instrumenten, mit denen der Marketing-Mix eines Handelsunternehmens ausgestaltet wird. Kritische Diskussion der Ergebnisse solcher Instrumente.	
Zugangsvoraussetzungen: keine	Empfohlene Vorkenntnisse: B.WIWI-BWL.0005 Marketing
Sprache: Deutsch	Modulverantwortliche[r]: Prof. Dr. Waldemar Toporowski
Angebotshäufigkeit: jedes Wintersemester	Dauer: 1 Semester
Wiederholbarkeit: zweimalig	Empfohlenes Fachsemester: 4 - 6
Maximale Studierendenzahl: nicht begrenzt	