



## Vertiefungsfach Handel und E-Commerce

### A. Aufbau und Ziele Vorlesung und Übung

Grundlagen Handel und E-Commerce

Handelsmarketing und Handelsmanagement

Mehrere WPF zur Ergänzung (Retailing eher Handel und E-Commerce 1, Shopper Marketing und Handelsmarketingmanagement eher Handel und E-Commerce 2)

#### **Vorlesung**

Folien-Unterlagen auf Stud.IP.

Prüfungsform Klausur

#### **Workload**

Ständiger Workload sind Vor- und Nachbereiten der Vorlesung.

Weiterer Workload sind kleine Aufgabenstellungen, deren Inhalte prüfungsrelevant sind.

**Referate** (nur Vorlesung Handelsmarketing und Handelsmanagement)

- Bei Bestehen zwei Notenstufen besser (z.B. von 3,0 auf 2,3)

### **B. Grundlagen Handel und E-Commerce**

Einführung

Fragen und Antworten

Stationärer/nicht stationärer Handel

Handel als Arbeitgeber

Begriffe

Großhandel, Einzelhandel

Direktvertrieb, D2C

Vertikalisierung

Geschichte des Handels

Rechtlicher Rahmen des Handels

Struktur und Dynamik wichtiger Einzelhandelsbranchen

Food, Textilien und Bekleidung

Möbel, Do it yourself

Unterhaltungselektronik

Betriebstypen Handel und E-Commerce

Stationärer Einzelhandel, Food und Nonfood

Theorien zur Dynamik der Betriebstypen

Neue stationäre Betriebstypen

E-Commerce, auch Marktplätze

Konzept der Unternehmenspolitik  
Unternehmenskultur  
Grundbereiche der Unternehmenspolitik

Grundstrukturpolitik  
Standortpolitik  
Unternehmenswachstum  
Kooperation

Wiederholung  
Klausurbesprechung

**Basisliteratur:**

Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing, aktuelle Aufl., Herne.  
Wirtz, B.W.: Digital Business and Electronic Commerce, aktuelle Aufl., Cham.  
Zentes, J./Swoboda, B./Foscht, Th.: Handelsmanagement, aktuelle Aufl., München.

**Weiterführende Literatur:**

Ahlert, D./Kenning, P./Bock, Chr.: Handelsmarketing, aktuelle Aufl., Wiesbaden.  
Barth, K.: Betriebswirtschaftslehre des Handels, aktuelle Aufl., Wiesbaden.  
Haller, S.: Handelsmarketing, aktuelle Aufl., Herne.  
Kull, S.: Kundenzentriertes Handelsmarketing, atuelle Auf., Stuttgart.  
Mattmüller, R./Tunder, R.: Strategisches Handelsmarketing, aktuelle Aufl., München.  
Müller-Hagedorn, L./Toporowski, W./Zielke, S.: Der Handel, aktuelle Aufl., Stuttgart  
Oehme, W.: Handels-Marketing, aktuelle Aufl., München.  
Oehme, W.: Handelsmanagement, aktuelle Aufl., München.  
Rudolph, Th.: Modernes Handelsmanagement, aktuelle Aufl., München.  
Schröder, H.: Handelsmarketing, aktuelle Aufl., München.  
Theis, H.-J.: Handels-Marketing, aktuelle Aufl., Frankfurt a.M.

***C. Handelsmarketing und Handelsmanagement***

Einführung

Sortimentspolitik  
Ausgewählte Probleme, Instrumente/Strategien, Category Management  
Mass Customization  
Handelsmarken, Handels-, Konsumenten-, Herstellerperspektive

Preis- und Konditionenpolitik im Handel  
Preisstruktur  
Rahmenbedingungen  
Instrumente, Dynamic Pricing  
Strategien

Ausgewählte Aspekte der Kommunikationspolitik im Handel  
Persönlicher Verkauf  
Prospekte  
Instore-Marketing  
Internet-Marketing, Influencer, Mobile-Commerce

Controlling im Handel  
Kosten- und Leistungsrechnung  
Planung, Kennzahlen, Betriebsvergleich  
Balanced Scorecard

## Informationspolitik im Handel

Informationsphilosophie

Technische Standards, Elektronische Zahlung

Informationssysteme im Handel, WWS

Technologische Trends, Selfscan -> vollautomatischer Store, KI im Handel

Data Warehouse

## Ausgewählte Aspekte zu Organisation und Führung im Handel

Beispiele Strukturorganisation

Zentralisation und Dezentralisation

Führungstheorien

Personalpolitik im Handel

Personalkostenpolitik

## Wiederholung

Klausurbesprechung

## Referate

- Hausarbeit 10 Seiten
- Es gelten die formalen Richtlinien der Fakultät
- Vortrag, ca. 15 Minuten/Person
- Die Referate sollten beginnen mit wissenschaftlichen Grundlagen aus der Fachliteratur, dann folgen empirische Erkenntnisse/Beobachtungen (je ca. 50 %).

## Basisliteratur:

Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing, aktuelle Aufl., Herne.

Hurth, J.: Angewandte Handelspsychologie, aktuelle Aufl., Stuttgart.

Wirtz, B.W.: Digital Business and Electronic Commerce, aktuelle Aufl., Cham.

## Weiterführende Literatur:

Fend, L./Hofmann, J. (Hrsg.) (2022): Digitalisierung in Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen, Wiesbaden.

Hurth, J./Sievers, H.: Marketing für Handelsmarken, aktuelle Aufl., Frankfurt.

Knoppe, M./Rock, S./Wild, M. (Hrsg.) (2022): Der zukunftsfähige Handel, Wiesbaden.

## ***D. Weitere Informationsquellen zum Handel***

EHI (Hrsg.): Handel aktuell (erscheint jährlich)

[www.ehi.org](http://www.ehi.org)

HDE (Hauptverband des Einzelhandels)

[www.einzelhandel.de](http://www.einzelhandel.de)

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland

<https://bevh.org/>

Ausgewählte handelsrelevante Zeitschriften (Bibliothek)

- Lebensmittel Zeitung, Der Handel, Handelsjournal
- Marketing Review St. Gallen, Der Markt, Markenartikel