



Vertiefungsfach Handelsbetriebslehre

A. Aufbau und Ziele Vorlesung und Übung

Grundlagen der Handelsbetriebslehre (HBL 1)
Handelsmarketing und Handelsmanagement (HBL 2)

Vorlesung

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

Darüber hinaus 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 der Handelsbetriebslehre

Der folgende **erste** Teil der Veranstaltung wird als Foliensatz ausgegeben.

Einführung

Fragen und Antworten zum Handel

Handel als Arbeitgeber

Begriffe Handel

Handelswissenschaft

Großhandel, Einzelhandel

Direktvertrieb

Vertikalisierung

Geschichte des Handels

Rechtlicher Rahmen des Handels

Struktur und Dynamik wichtiger Einzelhandelsbranchen

Food, Textilien und Bekleidung

Möbel, Do it yourself
Unterhaltungselektronik

Der folgende **zweite** Teil der Veranstaltung findet sich im Buch Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing, aktuelle Aufl., Herne.

Betriebstypen im Handel und Betriebstypenentwicklung
Stationärer Einzelhandel, Food und Nonfood
Theorien zur Dynamik der Betriebstypen
Neue stationäre Betriebstypen
Nicht stationärer Einzelhandel
Exkurs Shopping Center

Konzept der Unternehmenspolitik im Handel
Unternehmenskultur
Grundbereiche der Unternehmenspolitik

Grundstrukturpolitik im Handel
Standortpolitik
Betriebsgröße, Diversifikation
Kooperation

Wiederholung
Klausurbesprechung

C. Handelsmarketing und Handelsmanagement

Der folgende **erste** Teil der Veranstaltung (Handelsmarketing) findet sich im Buch Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing, aktuelle Aufl., Herne.

Sortimentspolitik
Sortimentspolitik, Ausgewählte Probleme, Ziele, Instrumente
Handelsmarken
Servicepolitik

Preis- und Konditionenpolitik im Handel
Begriffe
Rahmenbedingungen, Preisauszeichnung, Rabattgesetz
Ziele, Instrumente
Dauerniedrigpreisstrategie

Kommunikationspolitik im Handel
Persönlicher Verkauf
Werbung, Handzettel
Verkaufsförderung
Warenpräsentation und Ladengestaltung

Der folgende **zweite** Teil der Veranstaltung (Handelsmanagement) wird als Foliensatz ausgegeben.

Controlling im Handel

Kosten- und Leistungsrechnung
Planung, Kennzahlen, Betriebsvergleich
Balanced Scorecard

Informationspolitik im Handel

Informationsphilosophie
Technische Standards, Elektronische Zahlung
Informationssysteme im Handel, WWS, Data Warehouse

Ausgewählte Aspekte zu Organisation und Führung im Handel

Beispiele Strukturorganisation
Zentralisation und Dezentralisation
Führungstheorien
Personalpolitik im Handel
Leistungsorientierte Vergütung
Mitarbeiterbeteiligung

Ausgewählte aktuelle Themen

E-Commerce
Efficient Consumer Response
Customer Relationship Management

Wiederholung

Klausurbesprechung

D. Literaturhinweise

Basisliteratur:

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

Weiterführende Literatur:

Barth, K.: Betriebswirtschaftslehre des Handels, aktuelle Aufl., Wiesbaden.

Haller, S.: Handelsmarketing, aktuelle Aufl., Herne.

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

Zentes, J./Swoboda, B./Foscht, Th.: Handelsmanagement, aktuelle Aufl., München.

Wichtige Informationsquellen zum Handel

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

www.ehi.org

HDE (Hauptverband des Einzelhandels)

www.einzelhandel.de

Ausgewählte handelsrelevante Zeitschriften (Bibliothek)

- Lebensmittel Zeitung, Der Handel, Handelsjournal
- Marketing Review St. Gallen, Der Markt, Journal of retailing