



Ankündigung zum Hauptseminar der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre:

**„Fallstudienseminar: Plattform-Geschäftsmodelle und Marketingstrategien in der digitalen Transformation“**

**Ablauf und Inhalt:**

Im Rahmen des Fallstudienseminars sollen die Geschäftsmodelle digitaler Innovatoren analysiert, sowie aktuelle strategische Probleme und Fragestellungen betrachtet werden. In den Implikationen soll eine passende Marketing- oder Geschäftsmodellstrategie erarbeitet werden. Die Ergebnisse sollen in einer schriftlichen Arbeit zusammengefasst und in einem Veranstaltungsblock vorgestellt und verteidigt werden. **Dabei bearbeiten zwei Personen zusammen jeweils ein Thema.** Die Ausarbeitungen zu den Themen haben eine Länge von 30 Seiten (+\ - 10 %). Jeder Teilnehmer hat seinen bearbeiteten Teil (ca. 15 Seiten) deutlich zu kennzeichnen. Zusätzlich wird eine aktive Mitarbeit der Seminarteilnehmer bei der späteren Präsentation der Themen ausdrücklich erwartet! Dieses Seminar kann für die Mastervertiefung Marketing und Services Modul V-3-3 (BWL) sowie B-1-5 (Sportökonomie) angerechnet werden. Auch eine Anrechnung im Ergänzungsmodul ist möglich.

**Termine:**

- Anmeldezeitraum: **20.01. bis 24.01.2025** über cm-life: <https://my.uni-bayreuth.de/cmlife/s/courses/Ly91YnRAY21jby9hcGkvY291cnNlcy8zNjAzMTI/overview>
- Kick-Off/Themenvergabe: Donnerstag, **30.01.2025, 09:30-10:30 Uhr, Raum TBA**
- Zwei individuelle Besprechungstermine: vss. **25.02.2025** (Idee und Gliederung), **01.04.2025** („Feinschliff“), digitale Abhaltung möglich
- Abgabe der schriftlichen Ausarbeitung: **23.04.2025 bis 23:59 per Mail an [maris.fortagne@uni-bayreuth.de](mailto:maris.fortagne@uni-bayreuth.de)**
- Präsentation der Seminararbeiten: **TBA, vss. Ende April/Anfang Mai 2025**

**Alle Termine sind Pflichtveranstaltungen!**

**Wer einen Platz auf der Warteliste hat, soll zur Einführungsveranstaltung erscheinen.**

**Nach der Anmeldung werden Sie dem e-learning Kurs hinzugefügt, in dem die weiteren Informationen folgen.**

**Themen:**

- 1. Managing Marketing Strategies at Tesla, Inc in 2023**
- 2. Using Football Sponsorship to Build a Digital Communications Strategy in the e-Trading Sector**
- 3. Bytedance Ltd: Navigating the Journey from Viewership to Profit**
- 4. GetYourGuide: Managing a Sudden Shock to Business Growth**
- 5. Too Good To Go: A Surprise Bag that Creates a Win for Business and the Environment**
- 6. Decathlon-Carousell Partnership: A Recommerce Market Entry Strategy**
- 7. Zoom Platform: Connecting the World**
- 8. McDonald's 'Famous Orders' Platform: A Big Boost to Mobile Growth Strategy?**

**Organisation:**

- Die schriftlichen Ausarbeitungen umfassen insgesamt ca. 15 Seiten je Teilnehmer. Diese sind zu Beginn des kommenden Semesters (PDF und Word) an Marius Fortagne (marius.fortagne@uni-bayreuth.de) zu senden. Einzelheiten zur Anfertigung der Seminararbeit und zur Zitierweise finden Sie auf unserer Lehrstuhlhomepage in Form der gängigen Zitierrichtlinien.
- Die Präsentation der Seminararbeiten findet nach der Abgabe in Form einer Blockveranstaltung statt.
- Ein konkreter Termin zur Gliederungsbesprechung mit den Seminarbetreuern, Einzelheiten zur Präsentation sowie die genaue Gruppeneinteilung werden in der Einführungsveranstaltung besprochen.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an: [marius.fortagne@uni-bayreuth.de](mailto:marius.fortagne@uni-bayreuth.de)  
oder erkundigen Sie sich auf unserer Homepage: <http://abwl.uni-bayreuth.de/de/index.html>