

Seminarausschreibung

Virtuelles Seminar „Nachhaltiges Dienstleistungsmanagement“

Nachhaltigkeit wird von Unternehmen als große Herausforderung der Zukunft gesehen. Dabei stützt sich Nachhaltigkeit in der Regel auf drei Säulen: eine ökonomische, eine ökologische und eine soziale. In ökologischer Hinsicht geht es zum einen um die Vermarktung nachhaltiger, insbesondere umweltfreundlicher Dienstleistungen, wie z.B. nachhaltiger Tourismusdienstleistungen, aber auch um das Marketing ökologischer Aspekte bereits existierender Dienstleistungen, z.B. von Hotels durch eine Öko-Zertifizierung. Soziale Aspekte betreffen die Behandlung von Mitarbeitern, z.B. das sog. „Gender-Gap“ der Entlohnung, aber auch die Vermarktung von Dienstleistungen, die sich an benachteiligte Gruppen richten (Bottom of the Pyramid, ethnische Minderheiten). Der ökonomische Aspekt betrifft Kostendeckung oder die Gewinnerzielung. Im Rahmen des Seminars werden grundlegende Aspekte, aber auch spezifische Aspekte des Managements nachhaltiger Dienstleistungen behandelt. Die Grundlage hierfür bilden die Seminararbeiten.

Das Seminar ist als virtuelles Seminar konzipiert, d.h. es gibt keine Präsenzveranstaltung. Das virtuelle Seminar umfasst zwei Phasen: In der ersten Phase erstellen Sie eine Seminararbeit, die die Grundlage der zweiten Phase bildet.

Die erste Phase beginnt mit einer virtuellen Kick-off-Veranstaltung, in der wir eine gemeinsame Grundlage der Nachhaltigkeit auf der Basis der Einführungsliteratur erarbeiten. Sie erhalten eine Einführung in die Seminarthemen sowie in das wissenschaftliche Arbeiten und die Literaturrecherche. Bei der Literatur handelt es sich im Wesentlichen um englischsprachige wissenschaftliche Artikel. Die vier Themen werden vierfach vergeben. Sie können Präferenzen für die Themen angeben und bei dem Ihnen zugewiesenen Thema einen Schwerpunkt setzen.

Nach Abgabe der Seminararbeit findet die virtuelle Phase im Flipped Classroom-Format statt, d.h. asynchrone Selbst- und Gruppenarbeitsphasen in der Moodle-Lernumgebung wechseln sich mit Online-Meetings in Adobe Connect ab. Während des Flipped Classroom-Formats bearbeiten Sie auf der Basis der Seminararbeiten und/oder eines ausgewählten Journal-Artikels und/oder eines Praxisbeispiels allein oder in Gruppen Fragestellungen zu jedem der vier Themenblöcke und posten die Ergebnisse in Moodle. In den Online-Meetings werden wir den Inhalt des jeweiligen Themenblocks im Plenum und in Gruppenarbeiten weiter vertiefen.

Die Seminarleistung umfasst die Anfertigung der Seminararbeit mit einem Umfang von 4.200 Wörtern (ca. 15 Seiten), das Erarbeiten der von uns vorgegebenen Literatur, die Bearbeitung der Aufgaben in Moodle, sowie die Teilnahme und aktive Beteiligung an den vier Adobe-Connect-Sitzungen.

Themenblöcke

1. Corporate Social Responsibility und Unternehmensstrategien von Dienstleistern

Um Corporate Social Responsibility (CSR) dauerhaft in einem Unternehmen zu verankern, muss CSR in die Unternehmensstrategie integriert werden, so dass das Unternehmen eine Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. In der Literatur werden verschiedene Vorschläge unterbreitet, wie eine solche Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt werden kann. Dabei wird zum einen diskutiert, wie eine Nachhaltigkeitsstrategie inhaltlich auszugestalten ist, welche Aspekte sie umfassen soll, auf welcher Ebene sie zu integrieren ist oder auch ob eine Nachhaltigkeitsstrategie von der Unternehmensleitung entwickelt und dann „Top-down“ implementiert werden soll oder ob sie im Sinne einer Strategy-as-practice aus dem Unternehmen heraus „Bottom-up“ entwickelt werden soll. In der Seminararbeit sollen die verschiedenen Aspekte der Strategieentwicklung vor dem Hintergrund der Literatur dargestellt und im Hinblick auf Dienstleistungsunternehmen kritisch diskutiert werden. Es kann ein Schwerpunkt gesetzt werden.

2. Corporate Social Responsibility – Konzept, Konstrukt und empirische Messung

Corporate Social Responsibility (CSR) bezeichnet ganz allgemein die gesellschaftliche Verantwortung eines Unternehmens und gibt damit Aufschluss darüber, in welchem Maße ein Unternehmen diese Verantwortung wahrnimmt und ihr gerecht wird. In wissenschaftlicher Hinsicht handelt es sich um ein theoretisches Konstrukt mit vielen verschiedenen Facetten. Entsprechend den vielfältigen Definitionen existieren auch verschiedene Konzeptualisierungen und darauf aufbauend verschiedene Messansätze im Rahmen der empirischen Forschung. In der Seminararbeit sind ausgewählte Definitionen, Konzeptualisierungen und empirische Messansätze darzustellen und kritisch zu analysieren.

3. Die Eignung von Ansätzen des New Service Development zur Entwicklung von Green Services – eine kritische Betrachtung

Grüne Dienstleistungen (green services) sind solche, die das Ziel ökologischer Nachhaltigkeit verfolgen, indem sie beispielsweise weniger Ressourcen wie Energie, Wasser oder Boden verbrauchen. Dabei wird in der Literatur häufig davon ausgegangen, dass konventionelle Dienstleistungen in grüne Dienstleistungen verwandelt werden, aber auch die Entwicklung völlig neuer „grüner“ Dienstleistungen ist denkbar. Zur Entwicklung neuer Dienstleistungen existieren in der Literatur verschiedene Modelle (new service development). Im Rahmen der Seminararbeit soll zunächst bestimmt werden, was unter Green Services verstanden wird. Es sind dann ausgewählte Modelle vorzustellen und im Hinblick auf ihre Eignung zur Entwicklung grüner Dienstleistungen zu bewerten. Dabei kann auch ein Branchenschwerpunkt gesetzt werden.

4. Access-Based Services – eine Lösung für Nachhaltigkeitsprobleme?

Access-Based Services sind solche Dienstleistungen, bei denen Kunden Zugang zu Produkten erhalten, ohne sie kaufen zu müssen. Beispiele sind mieten, leihen oder teilen im Sinne der Sharing Economy. Der Grundgedanke besteht darin, dass weniger Produkte hergestellt werden und daher Ressourcen gespart werden können, wenn sich Personen Produkte teilen, wie z.B. Bohrmaschinen, Autos (Car-Sharing) oder Kleidung. Im Rahmen der Seminararbeit sind auf theoretischer Basis (z.B. Property-Rights-Ansatz) die Grundprinzipien von Access-Based-Services darzulegen, bevor diese Dienstleistungen im Hinblick auf ihren Beitrag zur Nachhaltigkeit bewertet werden. Es kann ein Branchenschwerpunkt oder auch ein Schwerpunkt bei der Art des Access-Based-Services gesetzt werden, z.B. teilen, mieten oder leihen.

Einführungsliteratur

Agudelo, M. A. L., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1), 1-23.

Ashrafi, M., Magnan, G. M., Adams, M., & Walker, T. R. (2020). Understanding the conceptual evolutionary path and theoretical underpinnings of corporate social responsibility and corporate sustainability. *Sustainability*, 12(3), 760.

Teilnahmevoraussetzungen

- Allgemeinen Teilnahmevoraussetzungen gemäß Prüfungsordnung
- Einschreibung in einem der folgenden Studiengänge: Bachelor oder Master Wirtschaftswissenschaft, Bachelor oder Master Volkswirtschaft oder Wirtschaftswissenschaft für Ingenieur/-innen und Naturwissenschaftler/-innen
- Bestandene Klausur in einem der DLM-Module (31561, 32691 oder 32791)
- Technisches Equipment (Headset mit Mikrofon sowie Kamera) für die virtuellen Seminarsitzungen

Leistungen

- Teilnahme an der Kick-off-Veranstaltung und an allen vier Seminarsitzungen
- Schriftliche Seminararbeit von ca. 15 Seiten (4.200 Wörter)
- Aktive Beteiligung während der Flipped-Classroom-Phase (offline und online)

Termine

Phase: Seminararbeit		
Seminar Kick-off		
01.04. - 04.04.2022	Vorstellungsrunde (Videos)	Adobe Connect
05.04.2022 16:30 - 18:30 Uhr	Online Kick-off Veranstaltung: Einführung in das Seminar und das wissenschaftliche Arbeiten	Adobe Connect
06.04.2022, 18:00 - 20:00 Uhr	Obligatorisches Online-Seminar zur Literaturrecherche	Achim Baecker, Universitätsbibliothek der FernUni Adobe Connect
06. - 15.04.2022	Individuelle Exposébesprechung	telefonisch oder online
22.05.2022, 23.59 Uhr	Abgabe der Seminararbeit	Moodle
30.05.2022	Bekanntgabe der Seminararbeitsnoten und Auftakt der zweiten Phase	
Phase: Flipped Classroom		
1 Corporate Social Responsibility und Unternehmensstrategien von Dienstleistern		
01.06. - 14.06.2022	asynchrone Arbeitsphase	Moodle
14.06.2022, 16:30 - 18:30 Uhr	Online-Meeting	Adobe Connect
2 Corporate Social Responsibility – Konzept, Konstrukt und empirische Messung		
15.06. - 28.06.2022	asynchrone Arbeitsphase	Moodle
28.06.2022, 16:30 - 18:30 Uhr	Online-Meeting	Adobe Connect
3 Die Eignung von Ansätzen des New Service Development zur Entwicklung von Green Services – eine kritische Betrachtung		
29.06. - 12.07.2022	asynchrone Arbeitsphase	Moodle
12.07.2022, 16:30 - 18:30 Uhr	Online-Meeting	Adobe Connect
4 Access-Based Services – eine Lösung für Nachhaltigkeitsprobleme?		
13.07. - 26.07.2022	asynchrone Arbeitsphase	Moodle
26.07.2022, 16:30 - 18:30 Uhr	Online-Meeting	Adobe Connect
27.07.2022	Bekanntgabe der Seminarnoten	E-Mail
nach Vereinbarung	Feedbackgespräch	Adobe Connect

Ansprechpartner*innen für Fragen

Organisatorisch

Stefanie Vogt
Tel. + 49 2331 987 2533
d1m@fernuni-hagen.de

Inhaltlich

Katharina Hauptmann
Tel.: +49 2331 987 4562
katharina.hauptmann@fernuni-hagen.de

Werbung in eigener Sache

<https://www.fernuni-hagen.de/bwld1m/>

Folgen Sie uns auch auf [Twitter](#) & [Facebook](#)!