

Master-Seminar Professur Marketing WT 2020

Liebe Studierende,

dieses Seminar wird einen „Forschungsworkshop“ für Studierende darstellen, die an wissenschaftlicher Forschung interessiert sind.

Wir werden grundlegende Aspekte der wissenschaftlichen Forschung besprechen (wie z.B. Theorien und Hypothesen) und ausgewählte Vorgehensweisen zur Beantwortung von Forschungsfragen (z.B. Experimente) betrachten. Sie werden u.a. ein Konzept zur Beantwortung einer Forschungsfrage entwickeln und dies auch in kleinem Umfang umsetzen (siehe hierzu die Leistungsnachweise). Die konkrete Forschungsfrage, anhand derer Sie „üben“ werden, wird an die Grundlagenforschung im Marketing angelehnt sein.

Bitte beachten Sie dringend:

Die Präsenztermine stellen Pflichttermine dar. Ausschließlich bei Krankheit mit Vorlage eines ärztlichen Attestes können wir etwaige Nachholmöglichkeiten eruieren. Abwesenheiten aus anderen Gründen sind nicht möglich.

Zwischen den Präsenzterminen müssen jeweils vorgegebene Aufgabenstellungen erarbeitet werden (siehe Ablauf und Leistungsnachweise). Wenn Sie ein Seminar mit gänzlich freier Zeiteinteilung suchen, ist dieses Seminar nicht für Sie geeignet.

Präsenztermine (Pflicht)

- 16. Januar (11 Uhr bis ca. 16 Uhr).
- 6. Februar (Zeiten werden bekannt gegeben)
- 12. März (Zeiten werden bekannt gegeben)

Forschungsfragen (Themen)

Geeignete, eng umrissene Forschungsfragen werden von uns identifiziert und am 16.1., zusammen mit der passenden Literatur, verteilt. Möglich sind z.B. Themen aus den folgenden Forschungsgebieten: Überzeugung (Persuasion) und Sozial Marketing, Marke, Kaufentscheidungen oder Auswirkungen von Dynamic Pricing. Themenwünsche können wir leider nicht entgegennehmen.

Ablauf und Leistungsnachweise

Erster Präsenztermin: 16.1.

- Zunächst werden grundlegende Inhalte zur wissenschaftlichen Forschung vermittelt und diskutiert.
- Vergabe von Aufgabe 1 (Leistungsnachweis 1)

Zeitraum 17.1. bis 5.2.

Sie arbeiten an Leistungsnachweis 1

(40% der Gesamtleistung, Gruppenarbeit 2-3 Personen):

Darstellung einer Forschungsfrage aus von uns vorgegebener Literatur;

Begründung, warum die Frage von Interesse ist; u.U. Herleitung und Begründung einer Hypothese;

Entwicklung eines Konzepts zur Beantwortung der Forschungsfrage (wie z.B. ein Studiendesign mit Stimuli und zentralen Bestandteile des Fragebogens oder ein Interviewleitfaden).

Einreichung per E-Mail am 6.2. bis 9 Uhr.

Zweiter Präsenztermin: 6.2.

- Sie stellen Leistungsnachweis 1 vor
- Diskussion der Forschungsfrage und Ihres Konzepts in der Gesamtgruppe, Sie erhalten Hinweise und u.U. Anregungen/Verbesserungsvorschläge

Zeitraum 7.2. bis 6.3.

Sie arbeiten an Leistungsnachweis 2

(60% der Gesamtleistung, Gruppenarbeit 2-3 Personen):

- Sie arbeiten etwaige Hinweise ein und finalisieren Ihr Konzept
- Sie setzen Ihr Forschungskonzept um (z.B. führen eine kleine Studie durch)
- Sie analysieren Ihre Ergebnisse
- Sie erstellen eine schriftliche Gesamtdarstellung, die Folgendes kurz aber präzise darstellt: Die Forschungsfrage und deren Relevanz; u.U. eine Hypothese und deren Begründung; die Kurzdarstellung Ihrer Vorgehensweise; Ihr Ergebnis und Ihr Fazit (4-5 Seiten). Diese muss am 6.3. bis 24 Uhr bei uns eingereicht werden (E-Mail).

Dritter Präsenztermin: 12.3.

- Endpräsentation: Sie stellen Ihre am 6.3. eingereichte Gesamtdarstellung des Projekts vor
- Diskussion und Feedback
- Leistungsnachweis 2 umfasst Ihre Arbeiten zur Beantwortung der Forschungsfrage (z.B. die Durchführung der Studie), die schriftliche Gesamtdarstellung und die Endpräsentation.

Anmeldung

Bitte melden Sie sich bei Interesse bis 6.12. um 18 Uhr zum Seminar an. Unser Sekretariat ist momentan krankheitsbedingt nicht besetzt, Anmeldungen deshalb direkt an:

sandra.praxmarer@unibw.de (Betreff: Masterseminar).

Geben Sie bei Ihrer Anmeldung bitte an, ob Sie „Empirische Forschung“ im Bachelor und welche unserer Veranstaltungen Sie im Master belegt haben.

Wir geben Ihnen bis Montag, den 9.12., um 18 Uhr Bescheid, ob wir Sie verbindlich berücksichtigen können. Da die Teilnehmerzahl begrenzt ist, können wir u.U. nicht alle Anmeldungen berücksichtigen.

Team der Professur Marketing