

Analytisch-konzeptionelles Arbeiten im Marketing

Professur für Marketing und Innovationsmanagement

Verantwortlich: Prof. Dr. Maik Hammerschmidt

Zielgruppe: Bachelor- und Masterstudierende der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät, insbesondere diejenigen die eine Seminar- oder Abschlussarbeit an der Professur für Marketing und Innovationsmanagement anfertigen oder kurz davor stehen.

Lernziele: Nach erfolgreicher Teilnahme sind die Studierenden in der Lage, komplexe und neue Ausgangssituationen im Bereich des Marketingmanagements zu erfassen, präzise Problemstellungen und Forschungsfragen zu formulieren und in einen sinnvollen Gesamtzusammenhang („Big Picture“) einzuordnen. Die erlernten Kompetenzen im Umgang mit komplexen Aufgaben können unmittelbar bei der Anfertigung von akademisch anspruchsvollen Texten wie Seminar-, Synergiemodul-, Projektseminar- und Abschlussarbeiten angewendet werden. Gleichmaßen unterstützen die erworbenen Kenntnisse Studierende bei der Erstellung von Marktanalysen, Managementkonzepten und Projektplänen im beruflichen Umfeld.

Format: Blockveranstaltung

Termine: Jeweils zwei Einzeltermine im Winter- und Sommersemester

Kapazität: Max. 50 Studierende pro Semester, Studierende des Schwerpunkts MEB werden bevorzugt berücksichtigt.

Aufbau der Veranstaltung:

1. Analytisch-konzeptionelles Arbeiten an der Professur

- 1.1. Relevanz analytisch-konzeptioneller Fähigkeiten
- 1.2. Analytisch-konzeptionelle Fähigkeiten im wissenschaftlichen Arbeiten
- 1.3. Zielsetzung wissenschaftlicher Arbeiten
- 1.4. Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten
- 1.5. Betreuung und Literaturempfehlungen

2. Definieren, Einordnen und Abgrenzen relevanter Begriffe

- 2.1. Grundlagen und Konkretisierung
- 2.2. Beispiel und Übung

3. Verstehen und Anwenden von Theorien, Modellen und Frameworks

- 3.1. Zielsetzung
- 3.2. Theorie des geplanten Verhaltens
- 3.3. Technologie-Akzeptanz-Modell
- 3.4. Erweitertes Technologie-Akzeptanz-Modell

3.5. Generische Wirkungsmodelltypen: Moderation

3.6. Übung

4. Recherchieren, Bewerten und Aufbereiten relevanter Fachliteratur

4.1. Grundlagen

4.2. Entwicklung einer Suchstrategie

4.3. Literatursuche über die SUB

4.4. Literatursuche in Datenbanken: EBSCOhost, ScienceDirect, Web of Science, Google Scholar

4.5. Literatursuche in Datenbanken: Suchoperatoren

4.6. Bewertung der Literatur und Auswahl von Fachartikeln

4.7. Literaturverwaltungsprogramme

4.8. Analyse bestehender Studienergebnisse

4.9. Übung

5. Strukturieren und Schreiben wissenschaftlicher Texte

5.1. Übung zur Gliederung

5.2. Argumentieren: Grundlagen

5.3. Argumentieren: Gruppenstruktur im Pyramidenprinzip

5.4. Anforderungen an das wissenschaftliche Schreiben

5.5. Problematisierung, Forschungsziel und –fragen –Grundlagen

5.6. Übung

6. Ausgewählte Bachelorarbeitsthemen