



28.07.2020

Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten

Für alle Studierenden, die in diesem oder kommenden Semester ihre Seminar-, Bachelor-, WiWiZ- oder Masterarbeit am Lehrstuhl BWL III (Marketing & Konsumentenverhalten), am Lehrstuhl BWL VIII (Marketing & Dienstleistungsmanagement), am Lehrstuhl BWL XIV (Marketing & Innovation) oder an der Professur BWL MAS (Marketing & Sportmanagement) schreiben möchten, bietet der Lehrstuhl BWL III (Marketing & Konsumentenverhalten) ein Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten an. In diesem Proseminar werden die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt und eingeübt, wie sie für alle wissenschaftlichen Arbeiten im Bereich „Marketing und Services“ gelten. Hierzu zählen z. B. das Finden und Formulieren einer Forschungsfrage, die Entwicklung einer Gliederung, der Aufbau von Argumenten, die Zitiertechnik in wissenschaftlichen Arbeiten, die Literaturrecherche und die Literaturverwaltung.

Das Proseminar findet an folgenden Terminen statt:

Selbststudium: Montag, 03. August 2020 bis Dienstag, 11. August 2020
Interaktives Zoom-Meeting: Mittwoch, 12. August 2020 & Donnerstag, den 13. August 2020 jeweils von 9:00 - 12:00 Uhr

Nähere Informationen entnehmen Sie bitte dem **E-Learning-Kurs „Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten (SoSe 2020 – August)“**; Einschreibeschlüssel: ProSem2020

Die Teilnahme am Proseminar ist freiwillig, wird jedoch allen Studierenden, die im Bereich „Marketing und Services“ eine wissenschaftliche Arbeit schreiben wollen, dringend empfohlen. Die Kenntnisse des Proseminars (insb. Entwicklung der Forschungsfrage und Gliederung; Zitation; Argumentation und Literaturrecherche) werden bei Betreuung und Bewertung von wissenschaftlichen Arbeiten durch die jeweiligen Lehrstuhlmitarbeiter vorausgesetzt:

Alle Inhalte des Proseminars sind notenrelevant.

Eine vorherige Anmeldung zum Proseminar ist nicht notwendig. Die Folien zum Proseminar werden im E-Learning-Kurs zum Download bereitgestellt. Die Folien alleine können den Besuch des Proseminars und die aktive Auseinandersetzung mit dem Stoff jedoch nicht ersetzen. Die integrierten Übungseinheiten umfassen unter anderem die Einarbeitung in Datenbanken für marketingwissenschaftliche Fachliteratur und die Erläuterung des richtigen Umgangs mit den Bibliothekskatalogen. Wichtiger Bestandteil ist zudem das Paraphrasieren von wissenschaftlichen Beiträgen und die Zusammenfassung empirischer Ergebnisse. Aus diesem Grund richtet sich die Übung insbesondere an Studierende, die das erste Mal eine wissenschaftliche Arbeit im Bereich „Marketing und Services“ verfassen.

Für Rückfragen zur Veranstaltung wenden Sie sich bitte per Mail an Frau Larissa Diekmann (larissa.diekmann@uni-bayreuth.de).