



Montag, 01. Juli 2019

## **Bachelorseminar Fach Marketing im Wintersemester 2019/20**

Die Spezialisierung Marketing richtet sich an Bachelor-Studierende der BWL im 5. und 6. Fachsemester. Die Spezialisierung besteht aus zwei Veranstaltungen.

### **Prüfungsordnung (ab 2012):**

1. Option:
  1. Perspektiven und Anwendungsfelder des Marketing I oder II
  - 2. Seminar zum Marketing**
2. Option:
  1. Perspektiven und Anwendungsfelder des Marketing I oder II
  2. Perspektiven und Anwendungsfelder des Marketing I oder II

**Studierenden, die eine Bachelorarbeit am Lehrstuhl BWL III – Marketing & Konsumentenverhalten planen, wird der Besuch des Seminars dringend empfohlen (1. Option).**

Teilnahmevoraussetzung für beide Module ist ein Leistungsnachweis der Veranstaltung „Grundlagen des Marketing“. Kenntnisse aus der Veranstaltung „Grundlagen des Marketing- und Dienstleistungsmanagement“ (bzw. „Strategisches Marketing und Marktanalyse“) sind von Vorteil, aber keine Voraussetzung.

Im Wintersemester 2019/20 bietet der Lehrstuhl BWL III – Marketing & Konsumentenverhalten im Modul H, I: Spezialisierung Marketing folgendes **Bachelorseminar zum Marketing** an:

### **„Marketing Insights – Datengestützte Entscheidungsfindung im Marketing“**

„Wer fragt bekommt Informationen, wer richtig fragt, bekommt Antworten“ –

Die datengestützte Entscheidungsfindung ist fundamental für die Entscheidungsqualität im Marketing. Wer weiß, was, wen und wie man fragt, bekommt nicht nur Informationen, sondern Antworten. Dabei spielen grundlegenden Kenntnisse über Forschungsdesigns, Sampling-Methoden, Forschungskontexte und Erhebungsinstrumente eine wesentliche Rolle für das Verständnis von Daten und damit im Alltag von Marketing-Experten.

Das Seminar „Marketing Insights – Datengestützte Entscheidungsfindung im Marketing“ soll Ihnen den Einstieg in das Thema Marktforschung erleichtern und Ihnen grundlegende Kenntnisse zur Erhebung und zum Verständnis von Daten vermitteln. Eine Kernkompetenz, die nicht nur in der Marktforschung, sondern darüber hinaus für jede/n Entscheidungsträger/in nützlich ist.

### **Anmeldung**

Die Anmeldung für das Seminar erfolgt über den Lehrstuhl BWL III Marketing & Konsumentenverhalten (via CampusOnline) in der Zeit vom **08. Juli 2019 ab 8:00 Uhr bis 12. Juli 2019**. Falls Sie Probleme mit der Anmeldung haben, wenden Sie sich bitte an Frau Diekmann ([larissa.diekmann@uni-bayreuth.de](mailto:larissa.diekmann@uni-bayreuth.de)). Die **Anmeldung über CampusOnline ist verpflichtend**. Eine nachträgliche An- oder Abmeldung außerhalb dieses Zeitraums ist nicht möglich. Sollten Sie auf Grund der Kapazitätsbegrenzung keinen Platz erhalten, können Sie sich über CampusOnline eigenständig in eine Warteliste eintragen. Sie erhalten von uns keine gesonderte Information, sollten Sie von der Warteliste auf die Teilnehmerliste nachrücken. Bitte informieren Sie sich hier eigenständig in CampusOnline. Sollten Sie auf der Warteliste stehen und eine Teilnahme nicht mehr wünschen gelten auch hier die oben angeführten Fristen zur Abmeldung.

### **Auftaktveranstaltung**

Die Vorbesprechung und die Themenvergabe finden an folgendem Termin statt:  
16. Juli 2019, 16:00 – 16:45 Uhr (Raum entnehmen Sie bitte zu gegebener Zeit CampusOnline).

### **Abgabe und Präsentation der Seminararbeiten**

Die Arbeiten müssen am Dienstag, den 15. Oktober 2019 bis 11 Uhr im E-Learning hochgeladen werden und in zweifacher Ausführung im Sekretariat BWL III abgegeben werden (bitte beachten Sie die Öffnungszeiten des Sekretariats).

Die Präsentation der Seminararbeiten wird in einem Blockseminar am 04. November 2019 (9-18 Uhr) und 05. November 2019 (14-18 Uhr). Die Räume entnehmen Sie bitte zu gegebener Zeit CampusOnline.

### **Proseminar zur Technik des wissenschaftlichen Arbeitens**

Zum Seminar findet am Donnerstag und Freitag, den 08. und 09. August 2019 jeweils von 9-14 Uhr (Vorlesung und Übung) ein Proseminar zur Technik des wissenschaftlichen Arbeitens statt, in dem die Grundlagen des Aufbaus, der Begründungsmuster und der Zitierweise in wissenschaftlichen Abschlussarbeiten am Marketing-Lehrstuhl behandelt werden. Die Teilnahme ist nicht verpflichtend, wird jedoch unbedingt vorausgesetzt, da die Inhalte beim Schreiben der Seminararbeit vorausgesetzt werden. Bitte bringen Sie Ihren eigenen Laptop mit vorinstalliertem VPN Client mit und stellen Sie sicher, dass eduroam bei Ihnen funktioniert. Die Räume entnehmen Sie zu gegebener Zeit CampusOnline.

## Themen des Bachelorseminars

1. Qualitative und quantitative Marktforschung – Grundlagen und Grenzen zweier Forschungsparadigmen
2. Mixed-Methods in der Marktforschung – Chancen und Herausforderungen eines integrativen Forschungsansatzes
3. Das Rad nicht neu erfinden – Vorgehensweise und Herausforderungen bei der Operationalisierung von Konstrukten
4. The Who is Who – Sampling-Methoden in der Qualitativen Marktforschung
5. The Who is Who – Sampling-Methoden in der Quantitativen Marktforschung
6. Social Media Monitoring – Möglichkeiten und Grenzen der Datenerhebung in sozialen Medien
7. Wirkung von X auf Y – Vorgehensweise bei der Nutzung experimenteller Designs zur Untersuchung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen
8. Objektivität, Reliabilität, Validität – Gütekriterien in der quantitativen Marktforschung
9. Vertrauenswürdigkeit, Übertragbarkeit & Co. – Gütekriterien in der qualitativen Marktforschung

Bei Fragen zu diesem Seminar wenden Sie sich bitte an Frau Larissa Diekmann ([larissa.diekmann@uni-bayreuth.de](mailto:larissa.diekmann@uni-bayreuth.de)).

gez. Prof. Dr. Claas Christian Germelmann