

Einführungsveranstaltung zu „Master-Thesis und Diplomarbeiten im Fach Marketing“



Wintersemester 2014/2015



Prof. Dr. Markus Voeth
Universität Hohenheim



Institut für Marketing & Management
Lehrstuhl für Marketing & Business Development

Agenda

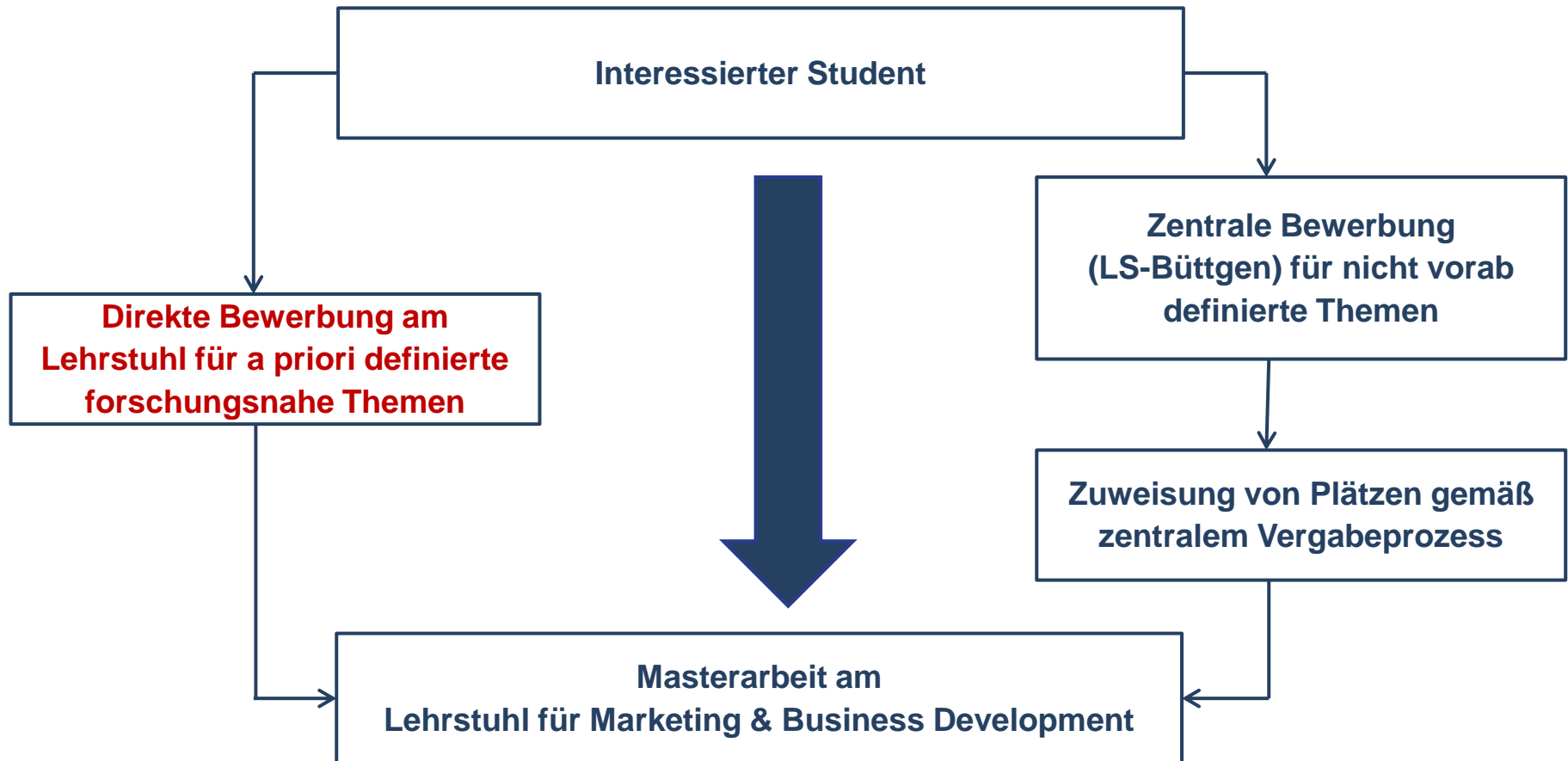
1. Alternative Wege zur Masterarbeit am Lehrstuhl
2. Betreuungskonzept
3. Phasenansatz einer wissenschaftlichen Arbeit
4. You better know...

Agenda

1. Alternative Wege zur Masterarbeit am Lehrstuhl
2. Betreuungskonzept
3. Phasenansatz einer wissenschaftlichen Arbeit
4. You better know...

„Verschiedene Wege führen zum Lehrstuhl für Marketing & Business Development“

Für den bevorstehenden Anmeldezeitraum gibt es zwei Möglichkeiten, einen Platz zur Verfassung der Diplom-/Masterarbeit zu erhalten:



1. Alternative: Vorab definierte forschungsnaher Abschlussarbeiten

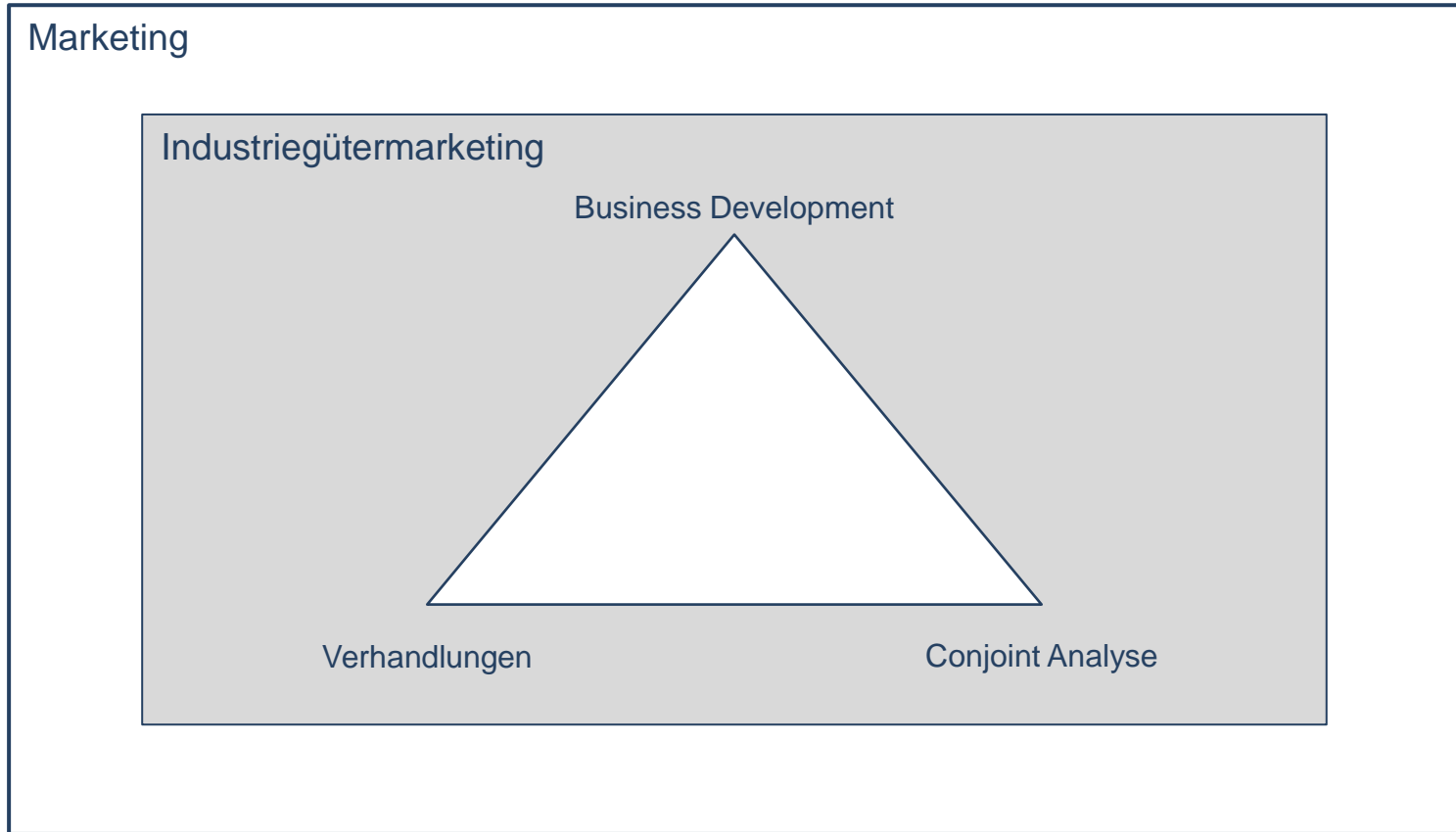
Wie komme ich zu einer forschungsnahen Abschlussarbeit?

Seit dem Wintersemester 2012/13 kann sich jeder Studierende **direkt** für die Bearbeitung eines forschungsnahen Themas am Lehrstuhl für Marketing & Business Development bewerben:

- Auf der Homepage wird eine Liste an Themen veröffentlicht, die einen engen Bezug zu den Forschungsschwerpunkten des Lehrstuhls aufweisen:
 - Verhandlungsmanagement (z.B. Renegotiation, Outsourcing of Negotiation)
 - Business Development (z.B. Business Models, Digitalisierung, Innovationsmanagement)
 - B2B-Marketing (z.B. B2B-Branding, Pricing)
 - Conjoint-Analyse (z.B. Anreizmechanismen, Gruppenentscheidungsverhalten bei der CA, etc.)
- In der Liste finden Sie auch die Kontaktdaten des jeweils verantwortlichen Mitarbeiters.
- Sollten Sie sich für eines der ausgeschriebenen Themen interessieren, so können Sie sich per E-Mail bei dem verantwortlichen Mitarbeiter informieren.
- Wir freuen uns natürlich, wenn Sie in Ihrer E-Mail begründen würden, weshalb Sie das jeweilige Thema interessiert.
- Gerne können Sie auch einen aktuellen Notenspiegel anhängen (optional).

1. Alternative I: Vorab definierte forschungsnahe Abschlussarbeiten

Übersicht forschungsnaher Masterarbeiten für das Sommersemester 2015



1. Alternative I: Vorab definierte forschungsnahe Abschlussarbeiten

Übersicht forschungsnaher Masterarbeiten für das Sommersemester 2015

Business Development

- 1) Umsetzung von Business Development – Organisation, Erfolgsfaktoren, Grenzen
- 2) Der Business Development Prozess: Eine Analyse der Ideengenerierung, -bewertung und -implementierung
- 3) Business Development durch Digitalisierung – eine Analyse von Chancen und Herausforderungen
- 4) Potenziale von Industrie 4.0 für den Vertrieb in B2B-Unternehmen

Ansprechpartner für Business Development



Andreas Arnegger, M.Sc.



Theresa Eidhoff, M.Sc.



Jana Pölzl, M.Sc.



Sarah Stief, M.Sc.

Die Kontaktdaten der Ansprechpartner finden Sie unter www.ls-voeth.de.

1. Alternative I: Vorab definierte forschungsnahe Abschlussarbeiten

Übersicht forschungsnaher Masterarbeiten für das Sommersemester 2015

Verhandlungen

- 5) Pausen in Verhandlungen – Effektivitätssteigernd oder Effizienzbremse?
- 6) Tatsächlich verhandlungssicher? – Einfluss der Verhandlungssprache auf den Verhandlungserfolg
- 7) Analyse von branchen- und geschäftstypenspezifischen Verhandlungskosten
- 8) Verhandeln Spartengewerkschaften wirklich härter? – eine Analyse der Verhandlungsstrategien von GdL, Cockpit und anderen Spartengewerkschaften

Ansprechpartner für Verhandlung



Prof. Dr. Voeth



Stephan Kasprzak, M.Sc.



Hannah Tast, Dipl.-Psych.

Die Kontaktdaten der Ansprechpartner finden Sie unter www.ls-voeth.de.

1. Alternative I: Vorab definierte forschungsnahe Abschlussarbeiten

Übersicht forschungsnaher Masterarbeiten für das Sommersemester 2015

Allgem. Marketing

- 9) "Wir stehen früher auf." – Wie gut sind die Vermarktungslogans der Bundesländer?
- 10) GeMark 2.0 – Weiterentwicklung des bibliometrischen Zeitschriftenrankings GeMark

Ansprechpartner für allgem. Marketing

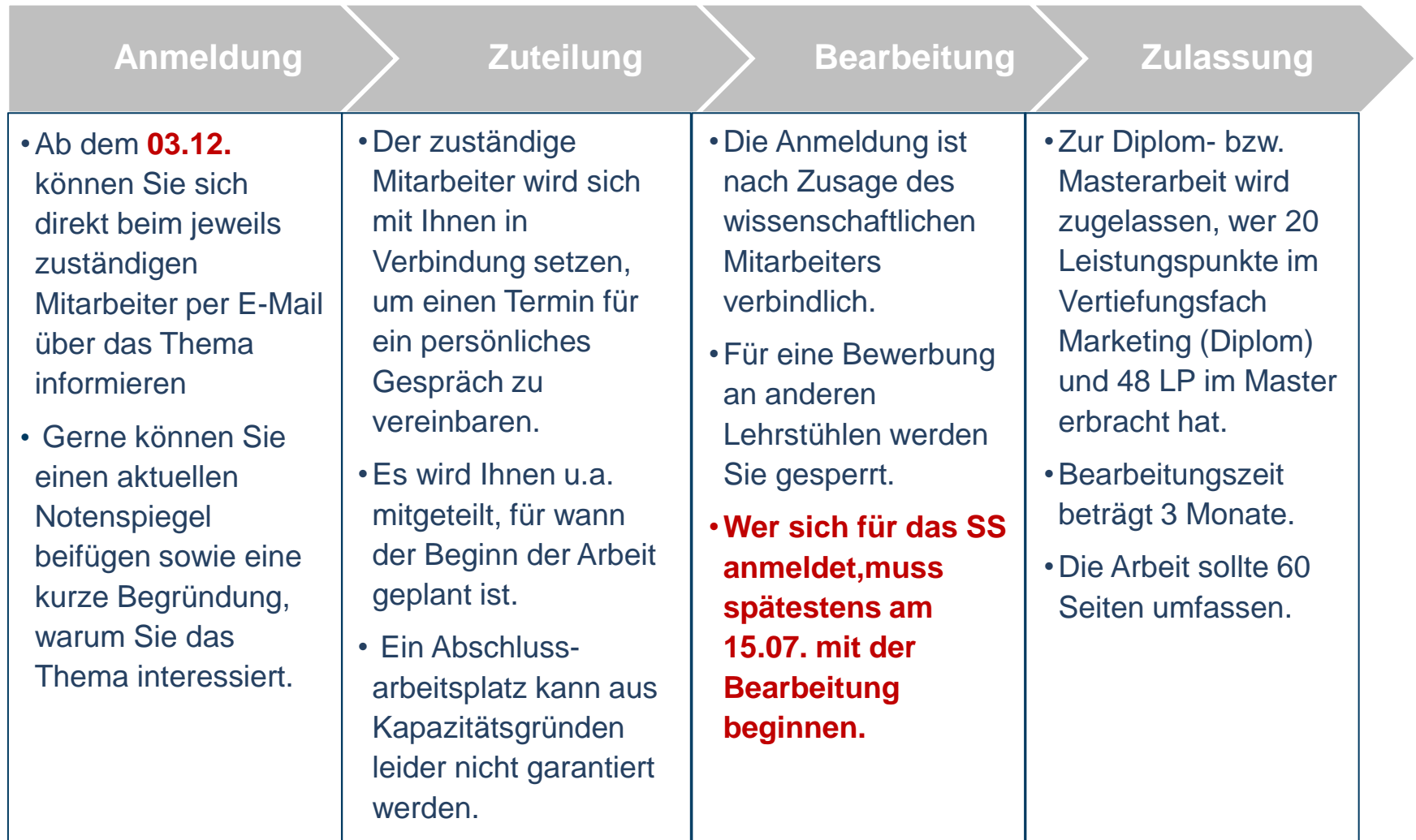


Prof. Dr. Voeth

Die Kontaktdaten der Ansprechpartner finden Sie unter www.ls-voeth.de.

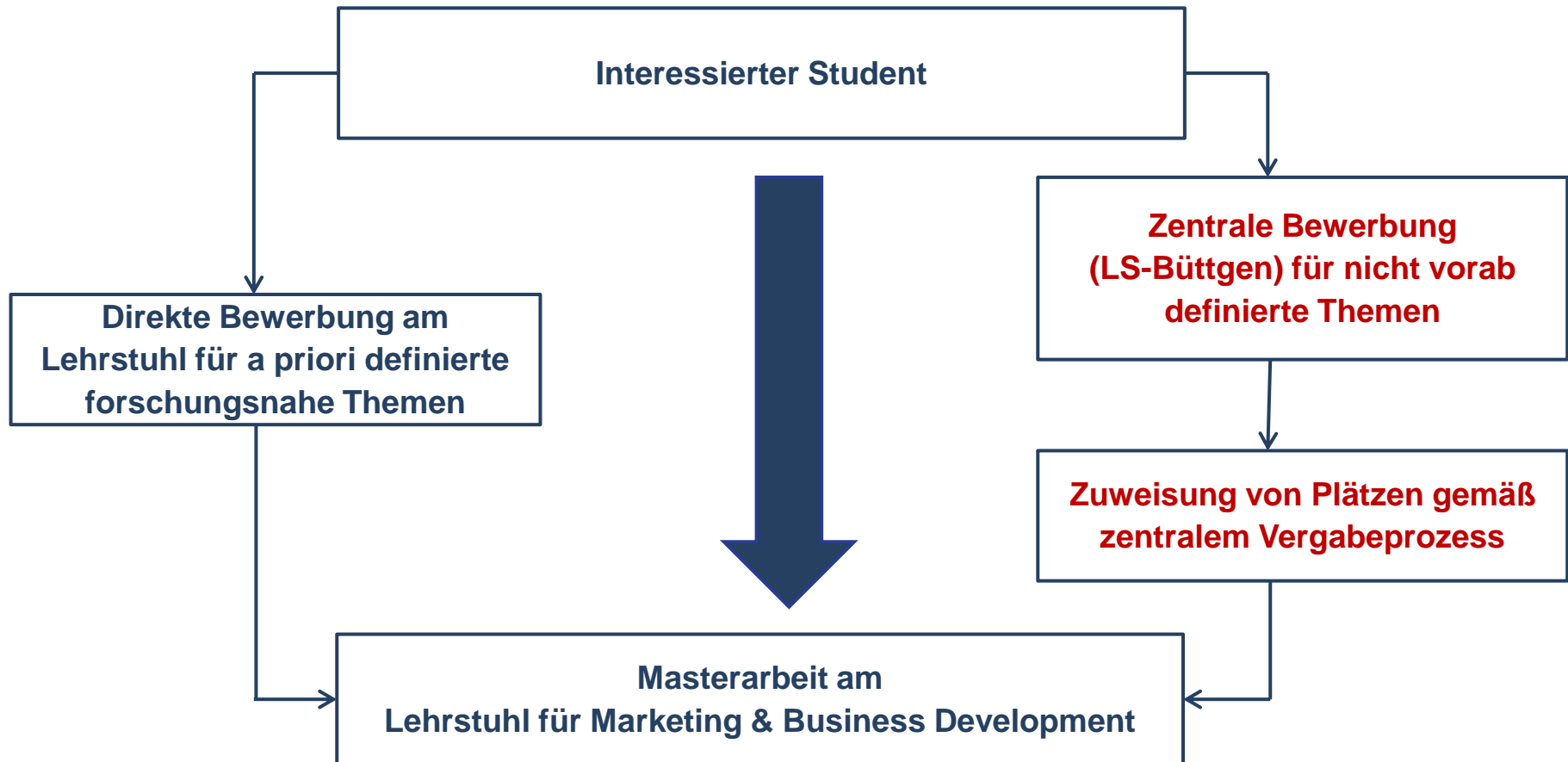
1. Alternative: Vorab definierte forschungsnahe Abschlussarbeiten

Bewerbungsprozess für vorab definierte forschungsnahe Themen



„Verschiedene Wege führen zum Lehrstuhl für Marketing & Business Development“

Für den bevorstehenden Anmeldezeitraum gibt es zwei Möglichkeiten, einen Platz zur Verfassung der Diplom-/Masterarbeit zu erhalten:



2. Alternative: Nicht vorab definierte Abschlussarbeiten

Wie erhalte ich einen Platz für ein nicht vorab definiertes Thema?

Neben dem direkten Vorgehen ist auch eine zentrale Bewerbung für eine Abschlussarbeit über den Lehrstuhl Büttgen möglich:

- Innerhalb der vorgegebenen Fristen können Sie sich zentral auf der Lehrstuhlhomepage von Prof. Büttgen für einen Abschlussarbeitsplatz unter Angabe Ihrer Präferenzen bewerben (ein eigenes Bewerbungstool ist hierfür eingerichtet).
- Die zentrale Vergabe der Masterarbeitsplätze wird gemeinsam mit den beteiligten Lehrstühlen des HMM für den Schwerpunktbereich Marketing und Management organisiert (Prof. Büttgen / Prof. Hadwich / Prof. Gerybadze / Prof. Schramm / Prof. Hüttl-Maack / Prof. Kuckertz).
- Die Zusage und die Zuteilung des Betreuers erfolgen per E-Mail, in der auch die von Ihnen belegten Veranstaltungen des Lehrstuhls und Ihre Interessensgebiete abgefragt werden.
- Da bei der zentralen Bewerbung die Themen nicht vorab definiert sind, wird das Thema gemeinsam erarbeitet. Gerne können Sie einen eigenen Themenvorschlag einreichen, der bei der Themenfindung berücksichtigt wird.

2. Alternative: Nicht vorab definierte Abschlussarbeiten

Bewerbungsprozess für nicht vorab definierte Themen über Lehrstuhl Büttgen

Anmeldung	Zuteilung	Bearbeitung	Zulassung
<ul style="list-style-type: none">• Anmeldung erfolgt über Lehrstuhl Büttgen.• Anmeldezeiträume: Starttermin im SS 15.01. – 15.02. Starttermin im WS 15.06. – 15.07.• Jeder Studierende äußert drei Präferenzen.• Die Zuteilung erfolgt unter Beachtung der angegebenen Präferenz.	<ul style="list-style-type: none">• Nach Anmeldeschluss werden Sie darüber informiert, ob Sie einen Platz erhalten haben und welchem Betreuer Sie zugewiesen wurden.• Ein Abschlussarbeitsplatz kann aus Kapazitätsgründen leider nicht garantiert werden.• Ein nachträglicher Tausch zwischen Studenten ist nicht möglich.	<ul style="list-style-type: none">• Die Anmeldung ist nach Vergabe der Abschlussarbeitsplätze verbindlich.• Wer sich bis zum 15.02. anmeldet, sollte bis zum 15.07. mit der Bearbeitung beginnen und umgekehrt.	<ul style="list-style-type: none">• Zur Diplom- bzw. Masterarbeit wird zugelassen, wer 20 Leistungspunkte im Vertiefungsfach Marketing (Diplom) und 48 LP im Master erbracht hat.• Bearbeitungszeit beträgt 3 Monate.• Die Arbeit sollte 60 Seiten umfassen.

2. Alternative: Nicht vorab definierte Abschlussarbeiten

Wie finde ich zu meinem nicht vorab definierten Thema? (I)

Themenfindung gehört zu den wichtigsten Entscheidungen im Rahmen der Abschlussarbeit:

- Es ist empfehlenswert, sich im Vorfeld Gedanken über die eigenen Interessengebiete zu machen.
- Schauen Sie sich alte Diplomarbeiten und Masterarbeiten an, die in der Bibliothek des Lehrstuhls vorhanden sind.
- Eigene Themenvorschläge und Ideen sind willkommen und werden bei der Themenfindung berücksichtigt.
- Im Rahmen des Gesprächs werden für Sie interessante Themenbereiche eingegrenzt, ohne jedoch den konkreten Wortlaut des Themas festzulegen.
- Im Anschluss an das Gespräch erhalten Sie von Ihrem Betreuer Literaturvorschläge, um sich in das gewählte Themenfeld einlesen zu können.
- Die konkrete Themenstellung wird am Tag der Anmeldung Ihrer Abschlussarbeit vom Betreuer verbindlich mitgeteilt.

2. Alternative: Nicht vorab definierte Abschlussarbeiten

Wie finde ich zu meinem nicht vorab definierten Thema? (II)

- Wählen Sie ein Thema, das Sie wirklich interessiert.
 - Die Arbeit sollte als persönliche Chance begriffen werden und Spaß machen.
 - Sie haben die Möglichkeit, sich mit Thematiken und wissenschaftlichen Fragestellungen vertieft auseinanderzusetzen, die Ihrer Neigung entsprechen.
- Das Thema sollte einen klaren Bezug zum Fach Marketing und Business Development aufweisen.
 - Eine Kombination mit wissenschaftlichen Fragestellungen aus anderen Bereichen (z.B. Wirtschaftsethik, Dienstleistungsmanagement etc.) ist möglich.
- Das Thema darf in dieser Form noch nicht bearbeitet worden sein.
 - Aus der Bearbeitung Ihres Themas sollten auch Erkenntnisse für die Wissenschaft resultieren.
- Zum anvisierten Themengebiet muss eine angemessene Fachliteratur existieren.
 - Das Thema darf nicht „überforscht“ sein und es sollte ein Raum für offene Fragestellungen bestehen.
 - Eine kritische Mindestmasse an Publikationen sollte vorliegen.
- Das Thema sollte im vorgegebenen Zeitraum bearbeitet werden können.

2. Alternative: Nicht vorab definierte Abschlussarbeiten

Welche Themen sind möglich?

- Am Lehrstuhl für Marketing & Business Development sind Themen aus allen Bereichen des Marketing und des Business Development möglich!
- Beispiele für Themen am Lehrstuhl für Marketing & Business Development:

... aus unseren Forschungsschwerpunkten / -interessen:

Business Development durch Digitalisierung – eine Analyse von Chancen und Herausforderungen
Analyse von branchen- und geschäftstypenspezifischen Verhandlungskosten
Potenziale von Industrie 4.0 für den Vertrieb in B2B- Unternehmen

... aus aktuellem Anlass:

Trend "Green Marketing" - Anforderungen und Umsetzung in der Automobilindustrie
Der Markt für Marketing: Lehrbücher im deutschsprachigen Raum - Eine empirische Analyse
Erfolgsfaktoren bei Verhandlungen im Profifußball

... aus diversen Marketing-Bereichen:

Preisaktionen auf B2C- und B2B-Märkten - Eine vergleichende Analyse von Anwendung, Verbreitung und Wirkung
Kunden und Mitarbeiter als Testimonials in der Werbung – Einsatzmöglichkeiten und Grenzen
Top or Flop – Aktuelle Trends in der Markennamegebung

2. Alternative: Nicht vorab definierte Abschlussarbeiten

Abschlussarbeit in Kooperation mit einem Unternehmen (I)

- Die Zusammenarbeit mit Unternehmen, insbesondere bei empirischen Arbeiten, kann sinnvoll sein!
- Bei gegebener wissenschaftlicher Relevanz (kein Projektbericht) wird die Zusammenarbeit mit Unternehmen vom Lehrstuhl grundsätzlich befürwortet!
- Sehr gute Möglichkeiten der Überprüfung theoretischer Inhalte an einem realen Praxisfall!
- Verbesserte Möglichkeiten der Datenerhebung auch bei ansonsten nur schwer zugänglichen Daten!
- Persönlicher Kontakt für möglichen Einstieg!
- Aber: Man dient zwei Herren!

2. Alternative: Nicht vorab definierte Abschlussarbeiten

Abschlussarbeit in Kooperation mit einem Unternehmen (II)

Beispiele für Praxis-Arbeiten:

- Internationale Marktauswahl für englischsprachige Online-Shop Angebote (Porsche)
- Einsatzmöglichkeiten von Markenpersönlichkeitsskalen in der Neuproduktplanung – eine Untersuchung am Beispiel der Automobilindustrie (Mercedes Benz)
- Markenführung für Industriegüter – Eine Analyse unter besonderer Berücksichtigung der Buying Center Problematik (BOSCH)
- Einsatz von Toolkits auf industriellen Märkten – Eine konzeptionelle und empirische Analyse (BASF)
- Der Einfluss von Produktinformationen auf die HILCA-Validität bei innovativen Gütern (Daimler)
- Die Wahrnehmung von Arbeitgebermarken im internationalen Vergleich – eine konzeptionelle und empirische Analyse der Einflussfaktoren am Beispiel der Automobilindustrie (Daimler)
- Internationale Besonderheiten in der Vermarktung von Konsumgütern in Südostasien (Nestlé)



Mercedes-Benz



Agenda

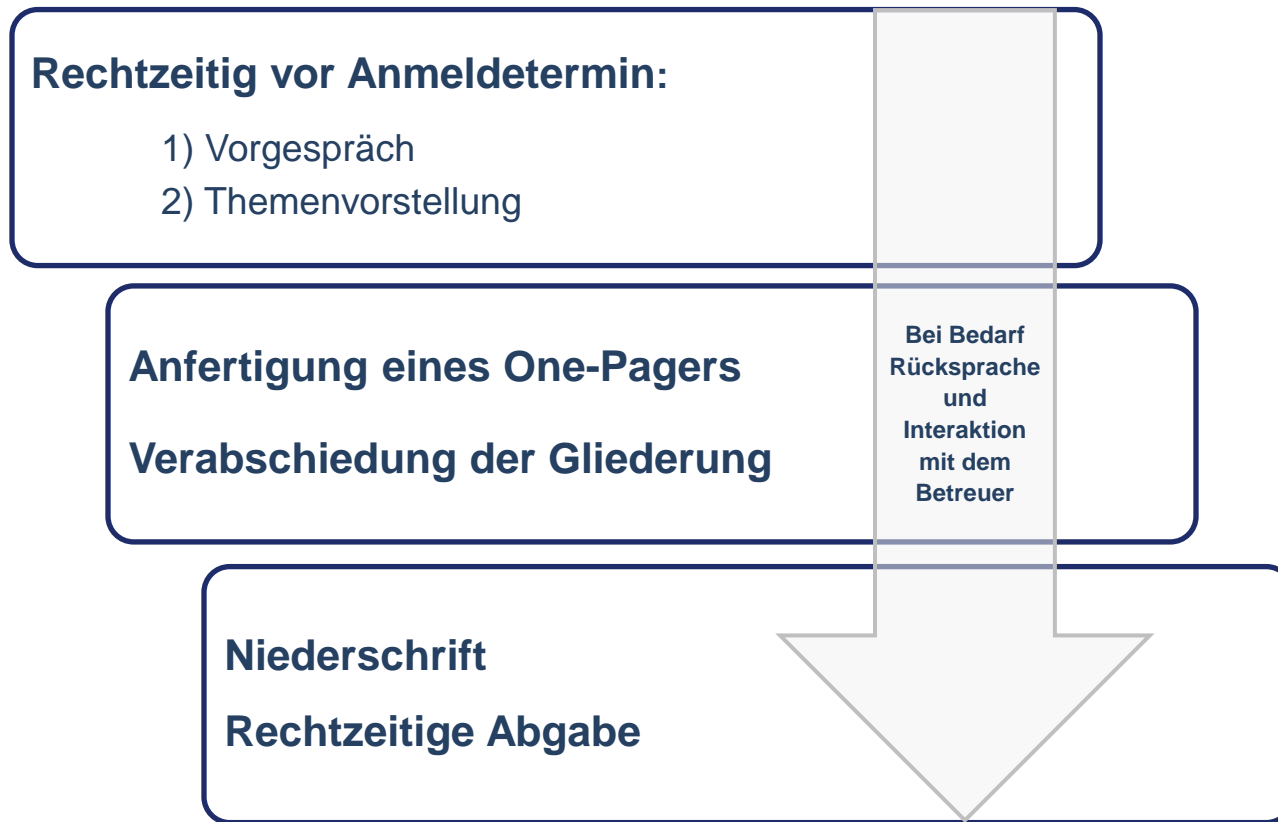
1. Alternative Wege zur Masterarbeit am Lehrstuhl
2. Betreuungskonzept
3. Phasenansatz einer wissenschaftlichen Arbeit
4. You better know...

Betreuungskonzept

Ich habe meinen Platz, doch wie geht es weiter?

Die Betreuung erfolgt individuell, nach den Erfordernissen der Arbeit.

Folgender Grob Ablauf hat sich als zielführend erwiesen und wird daher von jedem Studierenden (mit vorab und nicht vorab definiertem Thema) durchlaufen:

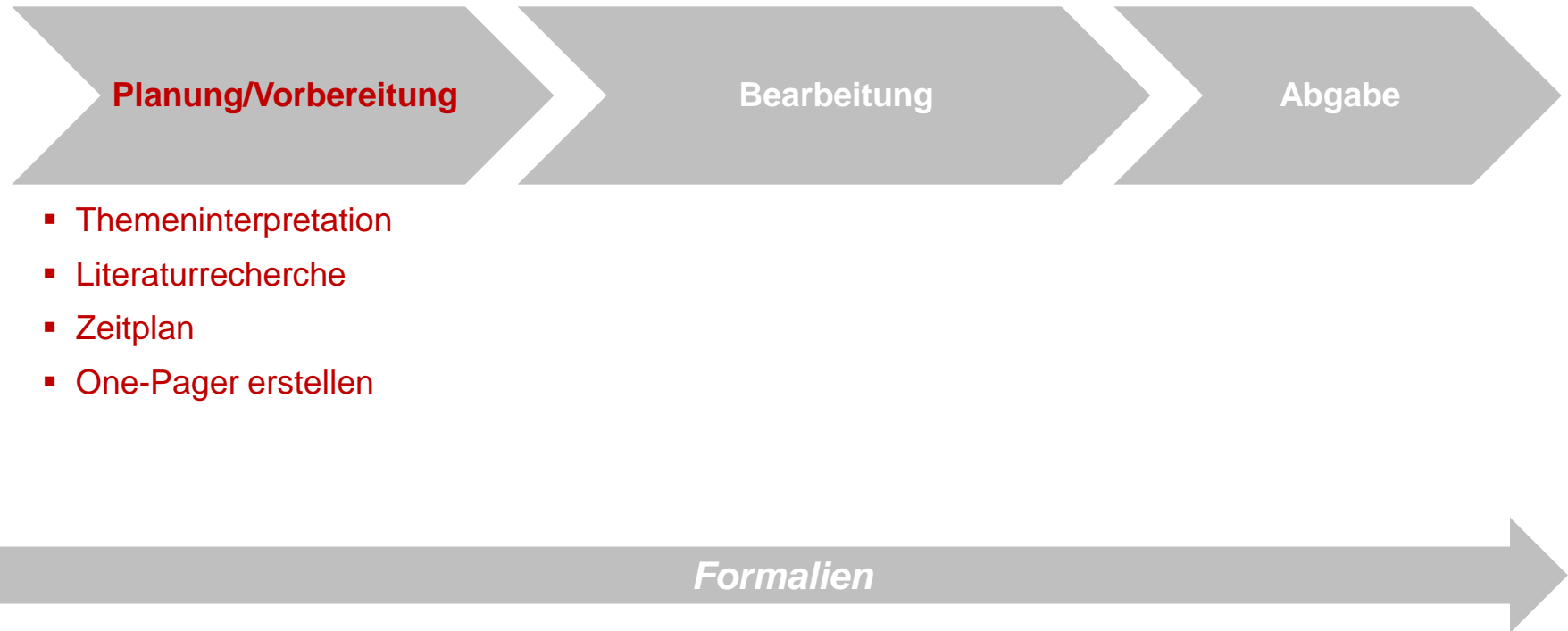


Agenda

1. Alternative Wege zur Masterarbeit am Lehrstuhl
2. Betreuungskonzept
3. Phasenansatz einer wissenschaftlichen Arbeit
4. You better know...

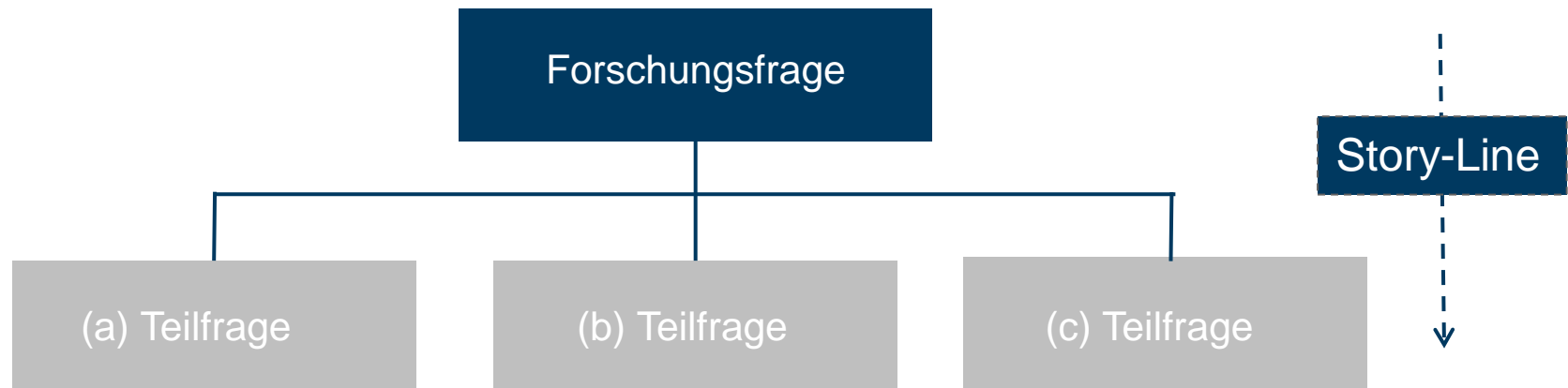
Phasenansatz einer wissenschaftlichen Arbeit

Prozess des wissenschaftlichen Arbeitens



Themeninterpretation:

- Nehmen Sie sich Zeit für die erste allgemeine Interpretation Ihres Abschlussarbeitsthemas und schauen Sie dabei auch über den „Tellerrand“.
 - Warum ist das Thema von großer Bedeutung?
 - Welche aktuellen Ereignisse untermauern die Notwendigkeit der Bearbeitung?
 - Welche Aspekte müssen analysiert und bearbeitet werden um die Hauptfragestellungen beantworten zu können?
- Untergliedern Sie das Thema in einzelne Fragestellungen.
- Leiten Sie relevante Teilfragestellungen ab, um die aus dem Titel hervorgehende Hauptfragestellung zu beantworten und zu systematisieren



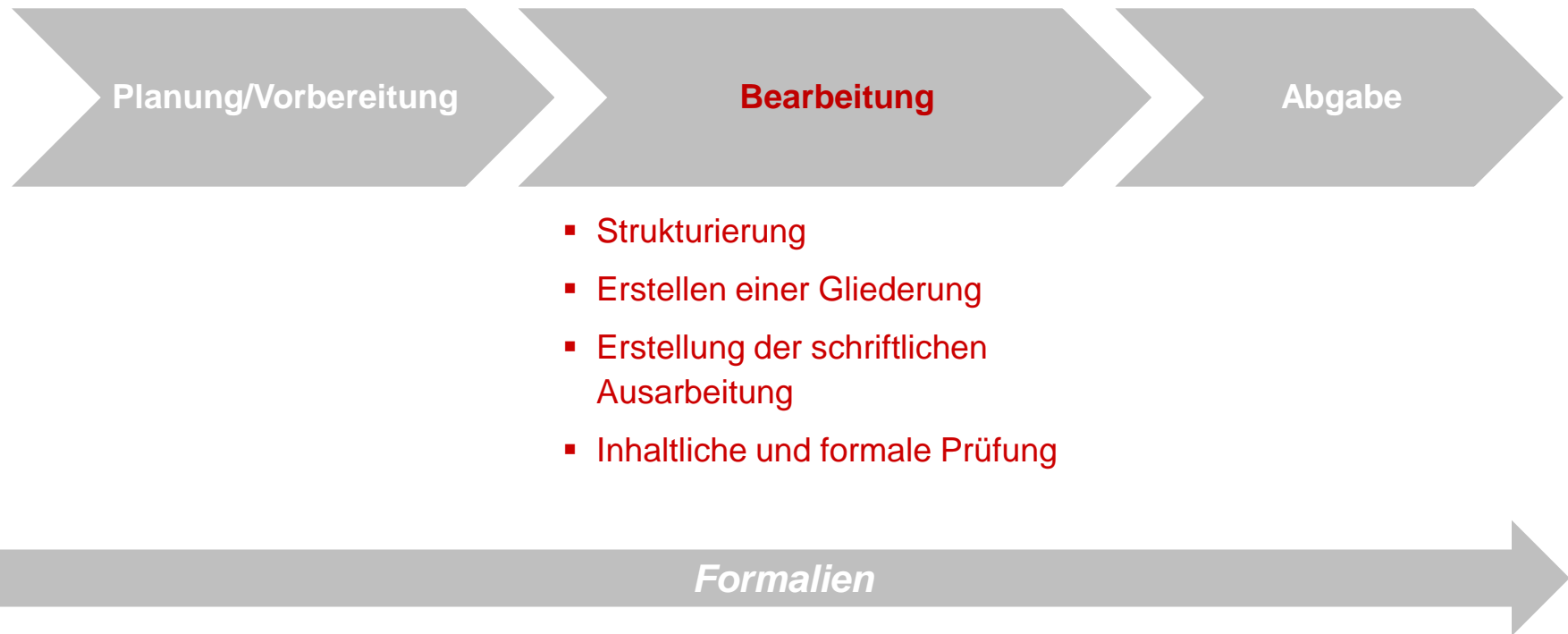
Phasenansatz einer wissenschaftlichen Arbeit

Prozess des wissenschaftlichen Arbeitens

- Eine rechtzeitige und gründliche Planung ist für die erfolgreiche Erstellung der wissenschaftlichen Abschlussarbeit sehr wichtig.
- Setzen Sie sich realistische Fristen, bis wann Sie was erledigt haben wollen und halten Sie diese auch ein!

Ein grober Zeitplan könnte beispielsweise folgendermaßen aussehen:





Phasenansatz einer wissenschaftlichen Arbeit

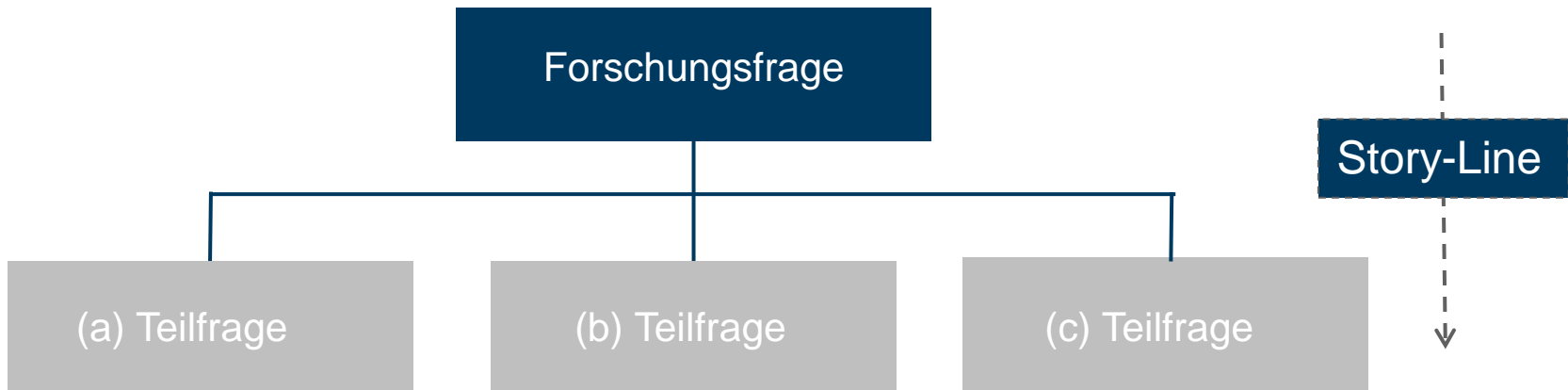
Prozess des wissenschaftlichen Arbeitens

Nach abgeschlossener Vorbereitung startet die konkrete Bearbeitungsphase:



Beispiel:

„Kundenzufriedenheitsmessung in Industriegüterunternehmen“

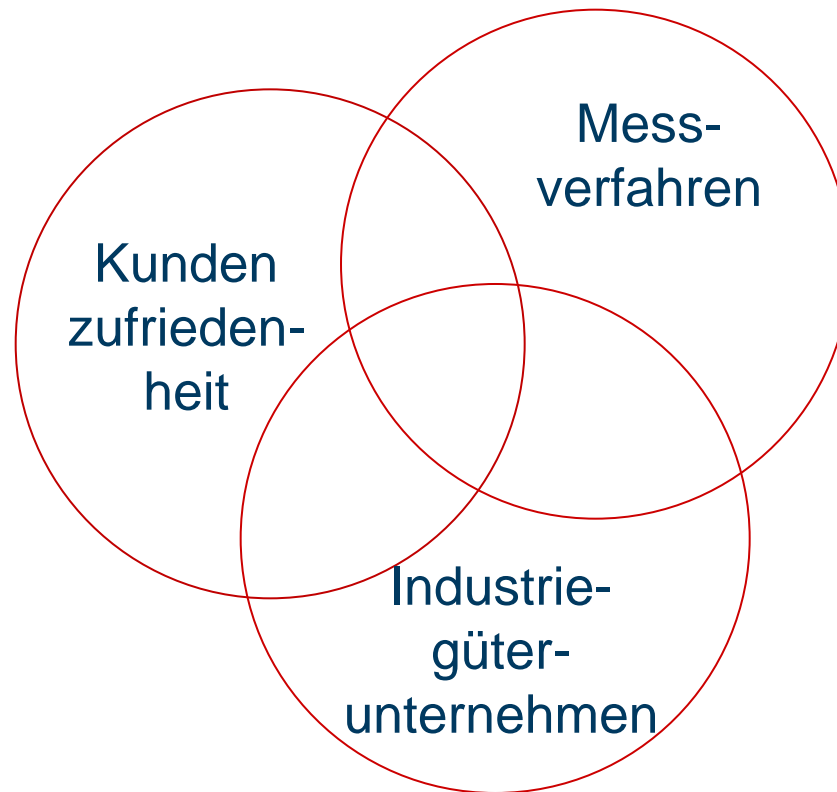


z.B.

- (a) Welche Verfahren der Kundenzufriedenheitsmessung eignen sich für Industriegüterunternehmen?
- (b) Welche dieser Verfahren werden in der Praxis bereits eingesetzt?
- (c) Wie lässt sich die Verbreitung adäquater Verfahren steigern?

Beispiel:

„Kundenzufriedenheitsmessung in Industriegüter- unternehmen“



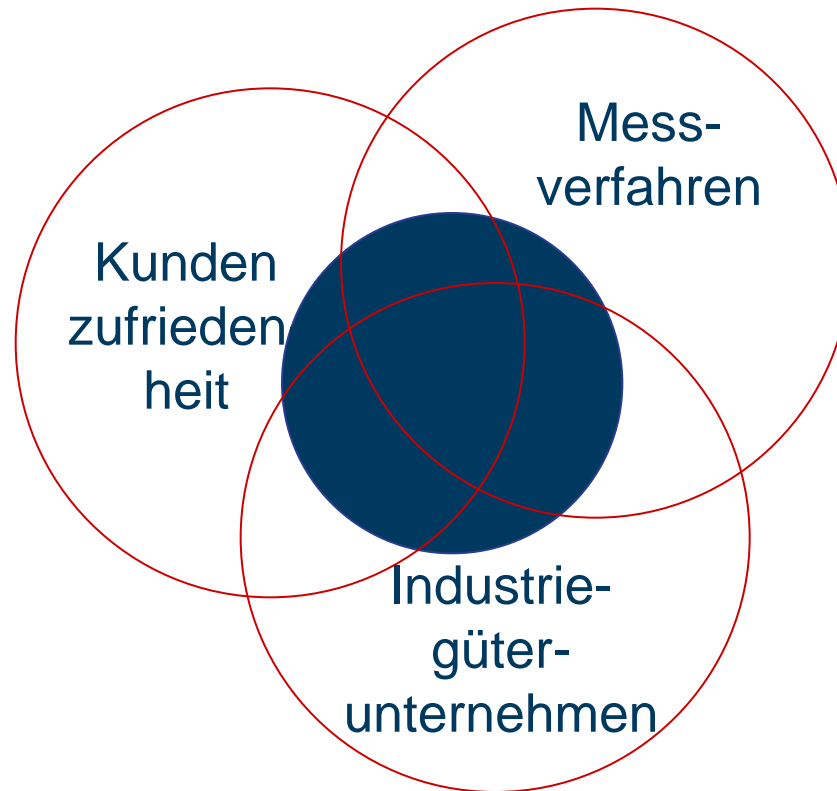
Beispiel:

**„Kundenzufriedenheitsmessung in Industriegüter-
unternehmen“
- schlechte Gliederung -**

1. Einleitung
2. Besonderheiten von Industriegütermärkten
3. Verfahren zur Messung der Kundenzufriedenheit
4. Einsatzmöglichkeit von Verfahren der Kundenzufriedenheitsmessung in Industriegüterunternehmen
5. Zusammenfassung und Ausblick

Beispiel:

„Kundenzufriedenheitsmessung in Industriegüter- unternehmen“



Beispiel:

**„Kundenzufriedenheitsmessung in Industriegüter-
unternehmen“
- gute Gliederung -**

1. Einleitung
2. Anforderungen an eine Kundenzufriedenheitsmessung auf Industriegütermärkten
3. Verfahren zur Messung der Kundenzufriedenheit auf Industriegütermärkten
4. Zum Stand der Anwendung der Messverfahren in der Praxis
5. Zusammenfassung und Ausblick

Der Leser muss eine logische und sinnvolle Struktur / Story-Line erkennen:

Einleitung

- Begründung der Themenstellung
- Ziel der Arbeit
- Abgrenzung des Themas
- Geschichte und Stand der Forschung
- Überblick über Aufbau und Argumentationsfolge
- Ca. 3 Seiten

Hauptteil

- Aufbau und Inhalt der einzelnen Kapitel ist eine Folge der gewählten Argumentationsfolge
- Gleichgeordnete Texte liegen auf vergleichbaren Argumentationsebenen
- Verbindung durch Übergänge, Zusammenfassungen

Schluss

- Zusammenfassung der zentralen Erkenntnisse und der Argumentationsweise
- Implikationen/Handlungsempfehlungen für die Praxis
- Rückblick, Ausblick (kritische Auseinandersetzung mit der eigenen Arbeit, weiterer Forschungsbedarf etc.)
- Ableitung von Handlungsempfehlungen und Implikationen

Inhaltliche und formale Prüfung der Arbeit:

- **Angemessenheit der Sprache**
→ Schreibstil, Fachwörter, ...
- **Rechtschreibung, Grammatik und Ausdrucksweise**
- **Zitierweise und Literaturdarstellung**
→ umfassend, aktuell, international, qualitativ hochwertig, ...
- **Layout**
→ Tabellen, Abbildungen, Schriftarten...
- **Vollständige und richtige formale Architektur**
→ Deckblatt, Inhaltsverzeichnis, ...

Vorlagen und Hinweise zu formalen Anforderungen finden Sie auf der Homepage:

STARTSEITE | **AKTUELLES** | **LEHRSTUHL** | **STUDIUM & LEHRE** | **FORSCHUNG** | **PRAXIS** | **KONTAKT**

Standort: Studium & Lehre > Abschlussarbeiten

Suche:

Studium & Lehre

- Unsere Serviceversprechen
- Veranstaltungs-konzept
- Aktuelle Veranstaltungen
- Veranstaltungsarchiv
- Bachelor-Studium
- Master-Studium
- Abschlussarbeiten**

Allgemeine Informationen zum Thema Abschlussarbeiten

Der Lehrstuhl für Marketing & Business Development bietet Themen für Abschlussarbeiten (Master-/Diplom- und Bachelorarbeiten) zu allen Teilbereichen des Marketings an, vor allem zu aktuellen Problemstellungen und Forschungsfeldern. Die Themenbereiche erstrecken sich über das bekannte Lehrangebot hinaus und decken alle relevanten Bereiche des Marketings ab.

Regelmäßig wird zudem von Prof. Voeth jeweils eine **Einführungsveranstaltung** für Bachelor-/ Master- und Diplomarbeitkandidaten angeboten.

- Die Präsentation aus der Informationsveranstaltung zu Master-/Diplomarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development vom 03. Dezember 2013 finden Sie [hier](#).
- Die Präsentation aus der Informationsveranstaltung zur Bachelor-Thesis am Lehrstuhl für Marketing & Business Development vom 25. November 2013 finden Sie [hier](#).

Im Rahmen dieser Einführungsveranstaltungen erläutert Prof. Voeth das Betreuungskonzept des Lehrstuhls. Interessierte Kandidaten erhalten Informationen zu inhaltlichen Fragestellungen, möglichen Themenfeldern sowie dem zeitlichen Ablauf.


Bewerbung

Die Zuteilung der **Bachelorarbeiten erfolgt über das KVS-System**. Hier geben Sie bitte Ihre drei präferierten Professoren an. Der Anmeldezeitraum für einen Start im Sommersemester erstreckt sich vom 15.01. - 15.02., für einen Start im Wintersemester vom 15.06. - 15.07.

Bei Diplom- und Masterarbeiten beachten Sie bitte, dass es zwei Alternativen mit jeweils unterschiedlichen Bewerbungsprozeduren gibt:

- (1) Vorab definierte forschungsnahen Themenstellungen ([PDF](#) [hier](#))
- (2) Nicht vorab definierte Themenstellungen ([PDF](#) [hier](#))

Ansprechpartner zum Thema Abschlussarbeiten



Anne Theresa Eidhoff (M.Sc.)

Tel. 0711 459-22911

E-Mail: eidhoff@uni-hohenheim.de

Bisherige Themen

Hier finden Sie alle seit 2009 bereits im Rahmen einer Abschlussarbeit am Lehrstuhl behandelten Themen:

> Themen bisheriger Abschlussarbeiten

Downloads

- [Formatvorlage Bachelorarbeiten](#)
- [Formatvorlage Masterarbeiten](#)
- [Formatvorlage Diplomarbeiten](#)
- [Anmeldeformular Diplomarbeiten](#)

Phasenansatz einer wissenschaftlichen Arbeit

Prozess des wissenschaftlichen Arbeitens

Literatur zum wissenschaftlichen Arbeiten:



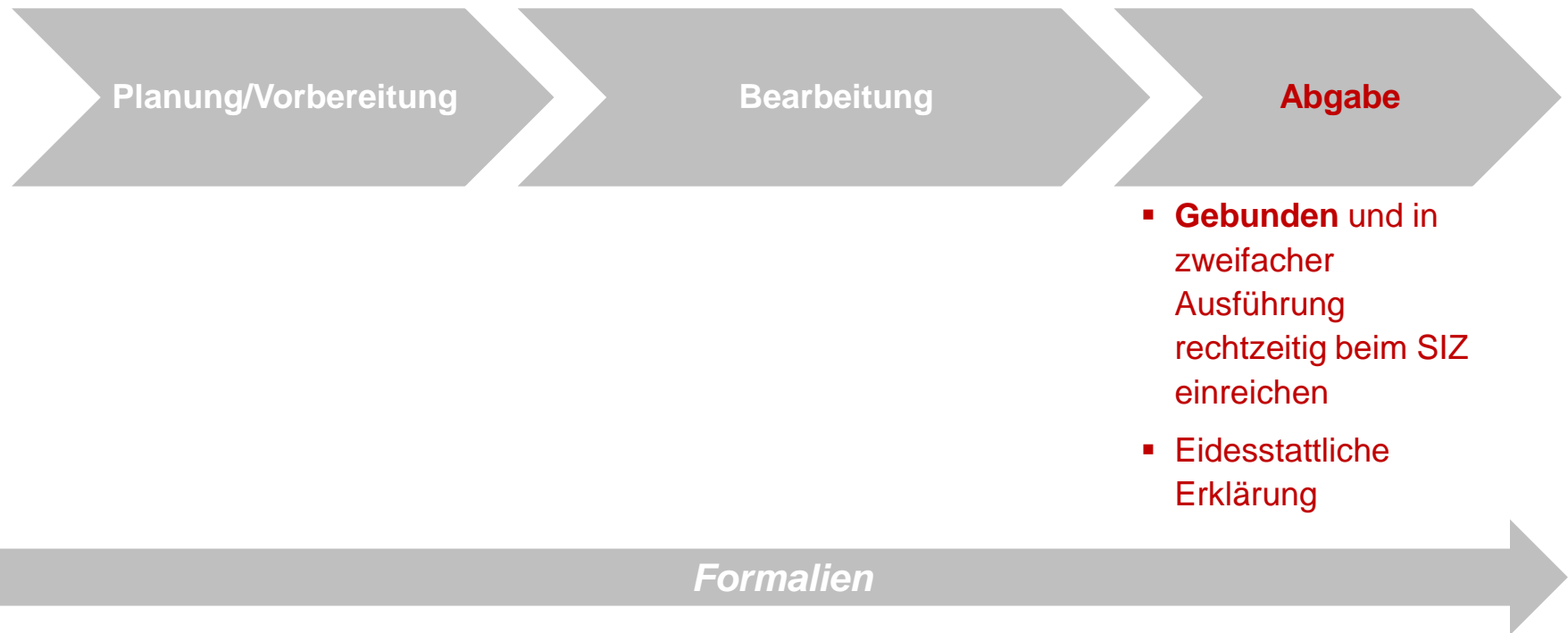
Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken. Erfolgreich studieren – gewusst wie!

von: Sticker-Wolf, C./ Wolf, J.
2011, 6. Auflage



Wissenschaftliches Arbeiten

von: Theisen, M.R.,
2011, 15. Auflage

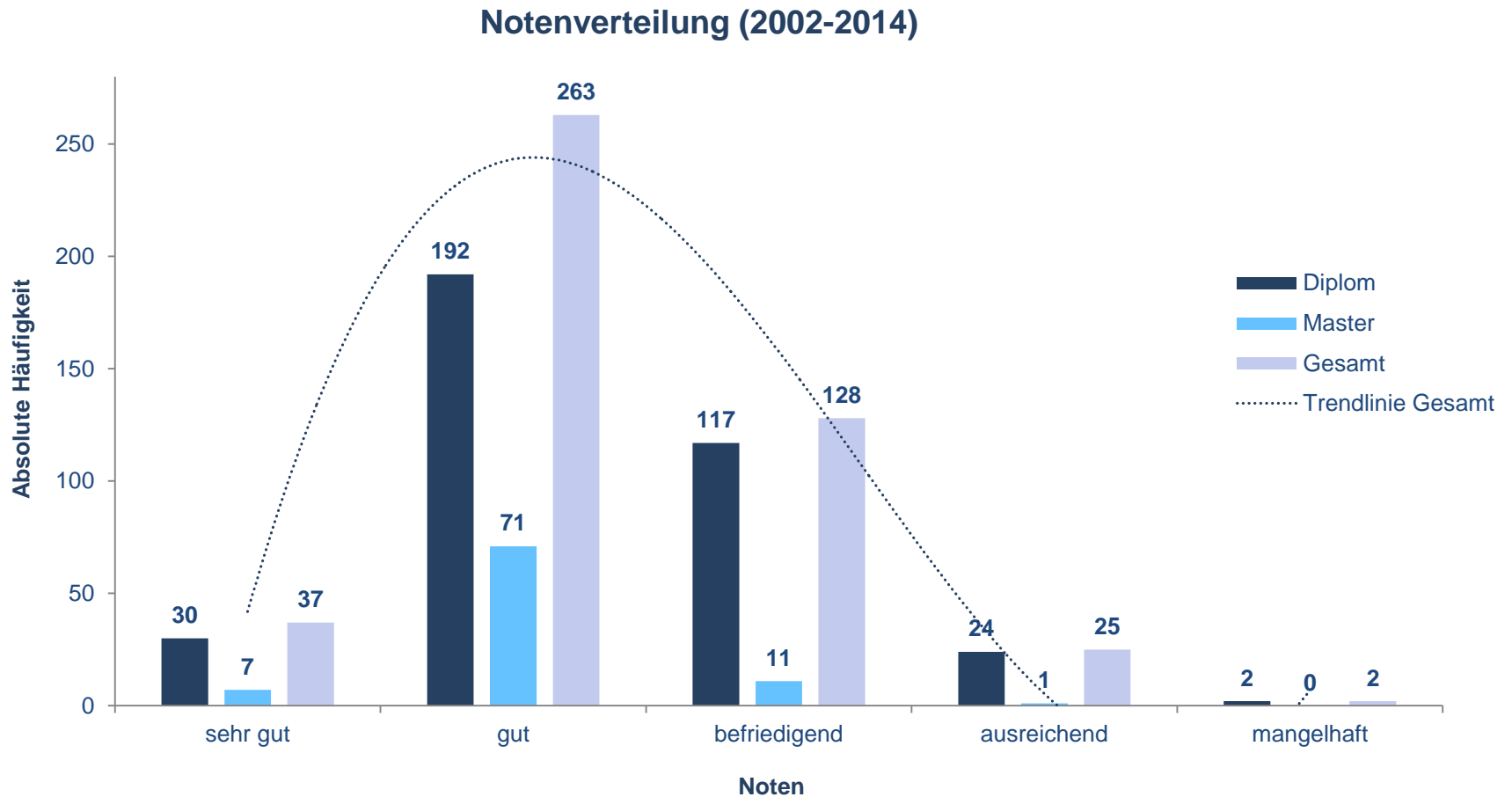


Agenda

1. Alternative Wege zur Masterarbeit am Lehrstuhl
2. Betreuungskonzept
3. Phasenansatz einer wissenschaftlichen Arbeit
4. You better know...

5. You better know...

..., dass am Lehrstuhl für Marketing & Business Development relativ betrachtet gute Abschlussarbeitsbewertungen erfolgen!



**WIR WÜNSCHEN IHNEN ALLEN GANZ VIEL ERFOLG UND
UNS EINIGE INTERESSANTE LEKTÜREN!**