

Bachelorstudium BWL – Wintersemester 2014/2015

Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein

Jun.-Prof. Dr. Paul Marx



**Seminar
Replication Corner**

(Blockveranstaltung; 2 SWS; Uhrzeiten und Raumangaben nach Ankündigung)

Thema des Seminars:

Marketing ist wahrscheinlich eine der sich am schnellsten entwickelnden Wissenschaften mit dem höchsten Anteil unbeantworteter Forschungsfragen. Dies könnte der Grund für die vergleichsweise geringe Neigung der Marketingforscher sein, Ergebnisse anderer Studien zu replizieren. Dennoch – wie auch in jeder anderen Wissenschaft – sind Replikationen einer der wesentlichen Bausteine des Wissens.

Replikationen sind wichtig weil sie unser Verständnis über wichtige Effekte der uns umgebenden Welt erweitern, bereits bekannte Effekte auf ihre Konsistenz und Verallgemeinerbarkeit prüfen, sowie die Stärke und Geltungsbereiche dieser Effekte präzisieren.

Das Seminar zielt daher darauf ab, einige interessanten und spannenden Studien auf dem Gebiet der Marketingwissenschaft zu replizieren.

Inhalte/Lernziele:

Die Studierenden sollen erlernen, wissenschaftliche Sachverhalte durch Auswertung relevanter wissenschaftlicher Literatur selbstständig zu erfassen und kritisch zu würdigen, sowie wissenschaftliche Studien praktisch umzusetzen und in einem Forschungspapier zu dokumentieren. Dabei lernen die Studierenden Methoden des wissenschaftlichen und empirischen Arbeitens ebenso kennen wie Vortrags- und Präsentationstechniken.

Dazu werden die Studierenden (aufgeteilt in kleine Gruppen) Studien bzw. Experimente ihrer Wahl aus dem Bereich Marketing replizieren, diese in Form eines Arbeitsberichtes (research paper; 15 Textseiten) dokumentieren und darauf aufbauend eine Präsentation erstellen, die im Anschluss diskutiert wird.

Zielgruppe:

Die Veranstaltung richtet sich vornehmlich an Studierende im Bachelorstudiengang BWL ab dem 2. Studienjahr. Informationen zur Anrechenbarkeit für andere Studiengänge an der Fakultät III sowie für Nebenfachstudierende entnehmen Sie bitte dem LSF (<https://lsf.zv.uni-siegen.de>) oder den Modulhandbüchern.

Kreditpunkte:

6 Kreditpunkte für die erfolgreiche Bearbeitung (inkl. Praxisleistung mit Präsentation im Seminar mit anschließender Diskussion & Hausarbeit) einer Themenstellung (mindestens ausreichend) sowie für die aktive Teilnahme an den Blockveranstaltungen.

Termine:

Eine einstündige Einführungsveranstaltung plus zwei Blockveranstaltungen im Laufe des Semesters; die genauen Termine werden noch bekannt gegeben.

Anforderungen an die Hausarbeit:

Es gelten die Formvorschriften des LfM. Die „Richtlinien zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten“ können Sie sich von den Webseiten des LfM unter <http://www.marketing.uni-siegen.de> unter dem Menüpunkt „Lehre → Seminare“ herunterladen.