

Masterstudium Management und Märkte – Wintersemester 2015/2016**Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein****„Innovative Methoden in der Werbewirkungsforschung“**

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

Ziel des Seminars:

Das Ziel des Seminars ist es, innovative Methoden für die Analyse der Werbewirkung im Marketing einzusetzen und hierdurch potenzielle Faktoren und deren Wirkungsweisen für den Erfolg von unterschiedlichen Werbeformen zu identifizieren, die über die bisherigen Befunde von Studien zur Erinnerung von Werbung und deren Inhalten deutlich hinausgehen. In diesem Zusammenhang sollen die Potenziale von innovativen Methoden, u.a. der Blickaufzeichnung (Eyetracking) oder auch der Messung des Hautleitwiderstands (Elektrodermale Aktivität), anhand der relevanten Literatur zum Thema sowie einer in Gruppenarbeit durchgeführten empirischen Studie identifiziert und analysiert werden. Hierauf basierend sollen dann konkrete Handlungsanweisungen für die erfolgreiche Gestaltung von Werbung generiert werden.

Zielgruppe:

Die Veranstaltung richtet sich **vornehmlich an Studierende im Masterstudiengang „Management und Märkte“**. 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.

Seminarstruktur:

Das Seminar „**Innovative Methoden in der Werbewirkungsforschung**“ im Wintersemester 2015/2016 beginnt mit der „Themenvergabe“ und endet mit einem Blockseminar, in dem die Ergebnisse der Seminararbeiten präsentiert werden. Die Teilnehmerzahl des Seminars ist auf 20 Studierende begrenzt.

Die Studierenden führen unter Anleitung semesterbegleitend ein empirisches Forschungsprojekt für die Beantwortung einer vorgegebenen Problem- bzw. Fragestellung im Bereich der Werbewirkungsforschung durch. Die Durchführung und die wesentlichen Ergebnisse des empirischen Forschungsprojekts müssen im Rahmen einer Hausarbeit dokumentiert und diskutiert sowie in der Blockveranstaltung am Ende der Vorlesungszeit im Wintersemester 2015/2016 präsentiert werden.

Kreditpunkte:

6 Kreditpunkte für die erfolgreiche Bearbeitung (mindestens ausreichend) einer Themenstellung (inkl. schriftliche Ausarbeitung, Präsentation der Ergebnisse mit anschließender Diskussion) sowie für die aktive Teilnahme an den Blockveranstaltungen.

Inhalte/Lernziele:

Die Studierenden sollen anhand ausgewählter Themen lernen, diese mithilfe der relevanten Literaturbeiträge selbständig zu erfassen und kritisch zu würdigen. Im Vordergrund des Seminars steht dabei insbesondere die Übertragung und Anwendung theoretischer Erkenntnisse auf eine spezifische Fragestellung im Rahmen einer empirischen Studie. Ein Thema soll vertieft für die Anfertigung einer Hausarbeit (15 Textseiten) und einen darauf aufbauenden Vortrag mit Diskussion bearbeitet werden. Dabei lernen die Studierenden Methoden und Techniken des wissenschaftlichen und empirischen Arbeitens ebenso kennen wie Vortrags- und Präsentationstechniken.

Anforderungen an die Hausarbeit:

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

Teilnahmevoraussetzungen:

Erfolgreiche Teilnahme an der Grundlagenveranstaltung Marketing sowie ausreichende Kenntnisse in Mathematik und Statistik (nachzuweisen durch Studienkontoauszug oder Bachelorzeugnis).

Bewerbung & Themenvergabe:

Bewerbung um einen Seminarplatz durch Ausfüllen des vorgefertigten Formulars, das Sie auf der Homepage des Lehrstuhls für Marketing (<http://www.marketing.uni-siegen.de>) herunterladen können.

- **Abgabe des ausgefüllten Bewerbungsformulars bis spätestens zum 10. Juli 2015** entweder in das Postfach des LfM (Gebäude H, Ebene 5 C) oder per Mail an: info@marketing.uni-siegen.de.
- **bis 15. Juli 2015** Auslosung der Seminarplätze und **Bekanntgabe der Themenvergabe** per E-Mail.
- **bis 27. Juli 2015 verbindliche Erklärung über Annahme des Seminarplatzes online über das HIS-POS**. Sollte eine Anmeldung bis zum 27. Juli 2015 **nicht** erfolgen, so verfällt die Seminarzusage.

Neue Regelungen für Seminare:

Seminarteilnahmen, die nicht angetreten oder abgebrochen werden, gelten bereits seit dem SoSe 2013 als „nicht bestandenem Seminar“ (NB). Die Seminarveranstaltung wird mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet und als Fehlversuch auf die Anzahl der Wiederholungsmöglichkeiten angerechnet.

Termine:

Die Termine des Seminars werden in Kürze bekanntgegeben.

Themenstellungen:

Die konkreten Themenstellungen werden in Kürze bekanntgegeben.