

WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTLICHES PROSEMINAR MARKETING

02-Wiwi:BSc-Prosem

Inhalt des Proseminars

Im Rahmen des Bachelor-Proseminars bearbeitet jeder Studierende ein aktuelles Marketing oder Vertriebsthema, welches ein möglicher Ideenlieferant einer potentiellen Bachelorthesis an der Professur für Marketing sein kann. Dabei behandelt jeder Studierende eine eingegrenzte Teilfragestellung im Rahmen einer gemeinsamen Forschungsfrage, die dazu dient den gesamten Prozess des wissenschaftlichen Arbeitens kennen zu lernen und zu verinnerlichen. Neben der Erarbeitung des Forschungsfeldes, wird der gesamte Forschungsprozess fortlaufend begleitet. Ziel des Proseminars ist ein wissenschaftlicher Ergebnisbericht im Rahmen einer sehr strukturierten, vorbereiteten empirischen Forschung.

Ablauf des Proseminars

Es handelt sich beim Proseminar der Professur für Marketing demnach nicht nur um das individuelle Bearbeiten einer Fragestellung und Anfertigen einer Hausarbeit, sondern um eine Veranstaltung, welche die Systematik des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt.

Zu diesem Zweck finden unregelmäßige Pflichttermine im Laufe der Vorlesungszeit statt. Das Proseminar beginnt mit einem Kick-Off Termin (Pflichttermin am Anfang der Vorlesungszeit), an dem Rahmenbedingungen und organisatorische Fragen geklärt und in gemeinsamer Runde besprochen werden. Die konkreten Teilfragestellungen werden nach einer ca. dreiwöchigen Einlese- und Einarbeitungsphase bekannt gegeben. Mit Hilfe einer vorgegeben Erhebung wird eine empirische Untersuchung durchgeführt und gemeinsam im Seminar ausgewertet.

Bei den unregelmäßig stattfindenden Seminarterminen besteht keine Anwesenheitspflicht, eine Teilnahme wird jedoch empfohlen. Die Termine finden an verschiedenen Wochentagen und Uhrzeiten statt. Wir erfragen zu Beginn des Proseminars Ihre Terminpräferenzen und legen gemeinsam eine Auswahl an möglichen Zeitslots fest. Die tatsächlichen Termine werden dann jeweils über Stud.IP bekanntgegeben.

Prüfungsleistung

Das Proseminar schließt mit einem Ergebnisbericht ab, welchen jeder Teilnehmer individuell zu seiner Fragestellung zu erstellen hat.

Organisatorische Hinweise

Das Proseminar wird je einmal zum Winter- sowie zum Sommersemester angeboten. Im Sommersemester 2018 finden zwei Proseminare statt, welche leicht verschiedene Forschungsfragen bearbeiten.

Zulassungsvoraussetzung ist der erfolgreiche Abschluss aller Module aus der Orientierungsphase. Weitere Voraussetzungen bestehen nicht, der Besuch der Module „Marketing“ und „Marketingforschung“ sowie ein grundsätzliches Interesse an Marketingthemen sind jedoch empfehlenswert.

*Alle interessierten Studenten sind aufgerufen sich im Bewerbungszeitraum über S3C anzumelden. Zur Anmeldung sind ansonsten **keine** weiteren Unterlagen notwendig. Die Vergabe der Proseminarplätze erfolgt, indem Sie sich über S3C bewerben. Die Termine zu den Bewerbungsphasen finden sich zentral auf den Seiten des Service-Centers-Studium/Prüfungsamt. Im Verzeichnis der Fristen und Termine werden generell alle für Sie relevanten Zeitfenster mitgeteilt. Die Zu- oder Absagen werden zeitnah mitgeteilt, um eine Bewerbung bei anderen Professuren im S3C zu gewährleisten. Da die Bewerberzahlen schwanken und die Plätze begrenzt sind, kann ein Platz in der Veranstaltung nicht garantiert werden.*

Nach der Bestätigung des Seminarplatzes in S3C kontaktieren wir Sie bezüglich Unterlagen zum Kennenlernen Ihrer Interessen und Ihrer Person.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an Herrn Roland Kretzschmar
(Roland.Kretzschmar@wirtschaft.uni-giessen.de).