

<b>Modul:</b> Forschungsseminar Marketing			
<b>Qualifikationsziele:</b> Die Studentinnen und Studenten kennen aktuelle betriebswirtschaftliche Forschungsergebnisse aus dem Vertiefungsgebiet „Marketing“ und können sie kritisch betrachten und würdigen. Damit sind sie in besonderer Weise inhaltlich und methodisch für eine Bachelorarbeit, die aus diesem Vertiefungsgebiet hervorgeht, vorbereitet.			
<b>Inhalte:</b> Die kritische Würdigung von Forschungsergebnissen setzt voraus, dass die Seminarteilnehmer/-innen mit den wichtigsten Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens vertraut gemacht werden. Im Vordergrund stehen u. a. folgende Inhalte: Theorie und Begründungen für die Wahl einer Theorie; das Verhältnis von Theorie und Empirie; Wege der Datenerhebung und -analyse (qualitativ und quantitativ); wissenschaftliche Begründung und Belege; Planung eines Forschungsvorhabens.			
<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Präsenzstudium</b> (Semester- wochenstunden = SWS)	<b>Formen aktiver Teilnahme</b>	<b>Arbeitsaufwand</b> (Stunden)
Vorlesung mit Übungselementen	1	Beantwortung von Diskussionsfragen zu Datenerhebung, -analyse sowie Texten	Präsenzzeit Vorlesung mit Übungselementen 15 Vor- und Nachbereitung Vorlesung mit Übungselementen 30
Seminar	2	Diskussion von Fragen zu Datenerhebung, -analyse sowie Texten; Präsentation der Seminararbeit	Präsenzzeit Seminar 30 Vor- und Nachbereitung Seminar 15 Prüfung und Prüfungsvorbereitung 90
<b>Veranstaltungssprache:</b> Deutsch			
<b>Arbeitszeitaufwand/h insgesamt:</b> 180			
<b>Dauer des Moduls:</b> Ein Semester			
<b>Häufigkeit des Angebots:</b> Nach Verfügbarkeit			
<b>Verwendbarkeit:</b> Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre			

<b>Modul:</b> Forschungsseminar Marketing		
<b>Zugangsvoraussetzungen:</b> Keine		
<b>Lehr- und Lernformen</b>	<b>Modulprüfung</b>	<b>Pflicht zu regelmäßiger Teilnahme</b>
Vorlesung mit Übungselementen	Seminararbeit (etwa 15 Seiten)	Ja
Seminar		Ja
<b>Leistungspunkte:</b> 6		