

SE Bachelorseminar Marketing (inkl. Bachelorarbeit) | 2024W

Informationen zur Lehrveranstaltung

Kurs-Daten

8.00 ECTS (2.00 SWS) | prüfungsimmanente Lehrveranstaltung | Kursformat: Präsenz
SPL 4 - Wirtschaftswissenschaften | max. 24 Teilnehmer*innen | Unterrichtssprache: Deutsch

Kurs# 040192-1 | Dienstag, 15:00 – 16:30; SR 5

Kurs-Leiter: ao. Univ.-Prof. Dr. Heribert Reisinger
Kontakt: heribert.reisinger@univie.ac.at

Zielgruppe

Dieser Kurs richtet sich insbesondere an Studierende des Bachelorstudiums Betriebswirtschaft, die das Berufsfeld Marketing Management in der Vertiefungsphase gewählt haben. Positive Absolvierung der VO Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten (zum Zeitpunkt der elektronischen Anmeldung) ist Voraussetzung, dass das Seminar besucht werden kann.

Ziele & Inhalte

Ziel der Lehrveranstaltung ist die Verfassung der Bachelorarbeit im Fachbereich Marketing zum Thema Reaktanz im Marketing. Die Arbeit setzt sich aus zwei Teilen zusammen. Der theoretische Teil besteht aus der literaturbasierten Ausarbeitung des Themas. Der empirische Teil umfasst die Erhebung von Daten zu dem Thema und die Analyse der Daten mit Hilfe geeigneter Verfahren (quantitativ und qualitativ).

In den beiden ersten Einheiten führt der Kursleiter in die Thematik ein. Die beiden folgenden Einheiten haben eine Individuelle Gruppenbesprechung zum Inhalt. Danach finden die Zwischen- und Endpräsentationen statt. Die Seminararbeit ist in deutscher Sprache zu verfassen und am Ende des Semesters abzugeben. Beachten Sie bitte im Rahmen der Ausarbeitung die Regeln des korrekten wissenschaftlichen Arbeitens.

Anmeldung und Anwesenheit

Die Anmeldung findet online über u:space statt. Es besteht Anwesenheitspflicht (das Fehlen an zwei Terminen ist ohne Entschuldigung möglich; ein drittes Mal Fehlen ist nur bei Vorliegen eines wichtigen Grundes mit Bestätigung erlaubt). Anwesenheit in der ersten Einheit ist unbedingt erforderlich, da freie Plätze an anwesende Studierende der Warteliste vergeben werden.

Leistungsnachweis & Beurteilung

Folgende Teilleistungen ergeben die Endnote:

- Schriftliche Bachelorarbeit 60 Prozent
- Zwischenpräsentation 20 Prozent
- Endpräsentation 20 Prozent

Für eine positive Absolvierung des Kurses sind insgesamt mindestens 50 Prozent notwendig. Der positive Notenbereich wird zu gleichen Anteilen aufgeteilt. Die Seminararbeit wird innerhalb einer Gruppe verfasst. Der Kurs verwendet Turnitin zur Plagiatsprüfung.

Termine & Inhalte

LV	Termin	Inhalt
1	8.10.	Vorbesprechung und Gruppenbildung
2	15.10.	Reaktanz im Marketing
3	22.10.	Individuelle Gruppenbesprechung
4	29.10.	Individuelle Gruppenbesprechung
5	5.11.	Zwischenpräsentation
6	12.11.	Zwischenpräsentation
7	19.11.	Zwischenpräsentation
8	26.11.	Zwischenpräsentation
9	10.12.	Endpräsentation
10	17.12.	Endpräsentation
11	7.1.	Endpräsentation
12	14.1.	Endpräsentation

Literatur

Reaktanz

Quick, B.L., Shen, L. & Dillard, J.P. (2013): Reactance Theory and Persuasion, in: Shen, L., Dillard, J.P.: The SAGE Handbook of Persuasion: Developments in Theory and Practice (Chapter 11), Sage, 167-183.

Crow, L. (2017): Das Phänomen der psychologischen Reaktanz ausgelöst durch Werbung in sozialen Netzwerken, Masterarbeit Universität Wien.

Wissenschaftliches Arbeiten

Ebster, C. & Stalzer, L. (2017): Wissenschaftl. Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, 5. Aufl., utb