

HUMBOLDT RELOADED Seminar:

„Experimentelles Forschen in Marketing & Management“

Ziel des Seminars:

Studierende sollen nach Abschluss des Projektes in der Lage sein, gängige experimentelle Forschungsmethoden im Marketing- und Management-Bereich zu benennen und diese auch anwenden zu können.

Inhalt:

Seit Mitte des letzten Jahrhunderts ist die experimentelle Forschung im Marketing ein etabliertes Instrument, anhand dessen Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge erforscht werden. Im Lehrkonzept werden Experimente jedoch nur auf theoretischer Ebene thematisiert, sodass Studierenden der wissenschaftliche Umgang mit experimentellen Methoden bislang fehlt. Im Projekt werden daher die Anordnung experimenteller Versuchspläne und die Durchführung von Experimenten vermittelt.

Es findet ein Wechsel von Plenumsveranstaltungen und Gruppenarbeit/Einzelarbeit statt. In den Plenumsveranstaltungen werden methodische und inhaltliche Grundlagen vermittelt. In Gruppenarbeit wird das vermittelte Basiswissen in Bezug auf eine eigene Forschungsfrage angewandt. Sie erstellen am Ende des Projekts einen englisch-sprachigen Abstract sowie ein Konferenz-Poster. Dieses präsentieren Sie auf Englisch in der Abschlussveranstaltung.

Organisatorisches:

Dozent: Dipl. rer. com. Jeanette Loos & Dipl.-Kffr. Natalie Schmidt

Termine:	19.04.2012	14:00 c.t. HS 35	Plenum I: Kick-Off
	26.04.2012	14:00 c.t. HS 10	Plenum II: Grundlagen
	03.05.2012	14:00 c.t. Mafolabor	Plenum III: Experimente
	10.05.2012	14:00 c.t. HS 35	Plenum IV: Forschungsauftrag
	14.06.2012	16:00 c.t. HS 10	Plenum V: Methodensprechstd.
	03.07.2012	16:00 c.t. S04	Plenum VI: Poster+Abstract Tipps
	12.07.2012	14:00 c.t. HS 21	Plenum VII: Ergebnispräsentation

→ daneben Gruppen-/Einzelarbeit

Teilnehmer: max. 15 Teilnehmer → es werden 2-3er Gruppen gebildet/gelöst.

Leistungen: Mitarbeit, Poster-Erstellung und Präsentation in der Gruppe, individueller Forschungsabstract, ca. 180h Workload

Leistungsnachweis/
Anrechnung:

Sie erhalten ein Teilnahmezertifikat.
(Sonderregelung für Studierende mit Platz im Seminar zum Marktorientierten Management im SS 2012 am Lehrstuhl für Marketing I)

Ansprechpartner: Jeanette Loos (jeanette.loos@uni-hohenheim.de)
Natalie Schmidt (natalie.schmidt@uni-hohenheim.de)

Anmeldung:

Bitte bis zum **05. April, 12 Uhr** verbindliche Anmeldung an jeanette.loos@uni-hohenheim.de.
Bitte geben Sie zur Anmeldung ihren Namen, ihre Matrikelnummer und ihre E-Mailadresse an. Begründen Sie kurz (max. 3 Sätze!) Ihre Motivation, warum Sie das Seminar „Experimentelles Forschen in Marketing und Management“ besuchen möchten. Fügen Sie außerdem eine aktuelle Notenübersicht bei!

Bis zum **11. April** erhalten Sie via Email eine Rückmeldung, ob wir Ihnen einen Seminarplatz in diesem Humboldt reloaded anbieten können!

Bitte beachten Sie:

Da Sie sich zum Seminar „Seminar zum marktorientiertem Management“/ Planspiel Seminar „Marktstrat“ angemeldet haben, ist Ihnen dieser Seminarplatz sicher und Sie können das Planspiel Seminar „Marktstrat“ besuchen!

Sie haben die Option, bei Interesse sich anstatt dessen für die Seminare

- a) Humboldt reloaded Seminar „Experimentelles Arbeiten im Marketing & Management“
 - b) Humboldt reloaded Seminar „Empirisches Arbeiten im Marketing & Management“
- zu bewerben!

Bitte bewerben Sie sich – sofern Interesse besteht – nur für eine Option! (Sollten Sie keinen Platz im Humboldt reloaded Seminar bekommen, ist Ihnen der Platz im Planspiel-Seminar „Marktstrat“ sicher.)