

Masterseminar in Marketing und Vertrieb: Digitale Customer Journeys

Sommersemester 2021, Themen und Auswahlprozess



Zielgruppe und Bewerbungsprozess

- Zielgruppe: Alle, die sich optimal auf eine Masterarbeit im Marketing vorbereiten möchten.
- Anzahl Plätze:
 - Es stehen 12 Seminarplätze zur Verfügung
 - Die Platzbeschränkung macht Bewerbungsprozess nötig
- Die Bewerbung für das Seminar erfolgt über die Plattform zur Seminarverwaltung der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften: <https://portal.wiwi.kit.edu/ys/4370>
- Auswahlmechanismus: Modifiziertes Bestenprinzip, d.h. die leistungsstärksten Bewerber werden – unter Berücksichtigung von Studienplanung und Schwerpunktsetzung – zuerst berücksichtigt.
- Fragen zum Bewerbungsprozess bitte an anne.cordts@kit.edu

Termine

- Themen online: ab dem 19. Januar 2021
- Bewerbungsfrist: bis zum 28. Januar 2021, 23:55 Uhr
- Bekanntgabe der ersten Zusagen: 01. Februar 2021
- Frist zur Annahme zugesagter Plätze: bis zum 5. Februar 2021
- Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten:
(Teilnahmepflicht!) 16. Februar 2021, 14:00 – 15:30 Uhr
- Bearbeitungsstart: 16. Februar 2021
- Abgabe der Seminararbeit: 10. Juni 2021, 12:00 Uhr
- Präsentation der Seminararbeit:
(Teilnahmepflicht!) 01. Juli 2021, 10:30 – 18:00 Uhr
02. Juli 2021, 10:30 – 18:00 Uhr

Form der Seminararbeit (grob)

■ Zielsetzung:

- Im Rahmen des Seminars sollen die Teilnehmer lernen, sich einen systematischen Überblick über ein Literaturgebiet im Marketing zu verschaffen – eine wichtige Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Masterarbeit.
- Zentrale Aspekte der Leistung sind die Identifikation relevanter Quellen, die Systematisierung der Literatur, das Herausarbeiten zentraler Erkenntnisse, die klare und einfache sprachliche Darstellung der Ergebnisse und die Identifikation interessanter Forschungslücken.

■ Umfang:

- Schriftliche Arbeit: 15-18 Textseiten (in aller Regel auf Deutsch)
- Präsentation im Seminar: 20 Minuten + 10 Minuten Diskussion

■ Bewertung der Leistung:

- 60% Seminararbeit
- 30% Präsentation
- 10% mündliche Beteiligung am Präsentationstag

■ Konkretisierung: Genauere Hinweise zur konkreten Ausgestaltung werden in der Einführungsveranstaltung am 16. Februar 2021 geben.

Zu den Themen

- Gemäß der vorgestellten Zielsetzung (Folie 4), beziehen sich die einzelnen Themen des Seminars auf wichtige Forschungsfelder im Marketing
- Eine Liste der aktuellen Themen finden Sie auf Folie 6
- Die Präferenzen können im Seminarmodul angegeben werden. Die Zuteilung der Themen erfolgt nach einem modifizierten Bestenprinzip, d.h. der beste Bewerber bekommt zuerst seinen Erstwunsch erfüllt, dann der zweitbeste Bewerber, usw.
- Themen werden nicht doppelt vergeben, d.h. es kann einem Teilnehmer auch ein Thema zugeteilt werden, das er oder sie nicht explizit als Themenwunsch genannt hat
- Eigene Themenvorschläge durch Studierende sind nicht möglich

Themenliste

1. Attribution Modelling
2. Digital Price Search
3. Learning from Product Reviews
4. Writing Product Reviews
5. Online Product Search
6. Google Search Behavior
7. Online Privacy Behaviors
8. Online Targeting
9. Online Tracking Technologies
10. Online Product Returns
11. Digital Touchpoints in B2B
12. B2B e-Marketplaces