

Masterseminar in Marketing und Vertrieb: *Text and Language in Marketing*

Sommersemester 2024, Themen und Auswahlprozess



Zielgruppe und Bewerbungsprozess

- Zielgruppe: Alle, die sich optimal auf eine Masterarbeit im Marketing vorbereiten möchten.
- Anzahl Plätze:
 - Es stehen 10 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/7789>
- Auswahlmechanismus: Modifiziertes Bestenprinzip, d.h. die leistungsstärksten Bewerber werden – unter Berücksichtigung von Studienplanung und Schwerpunktsetzung – zuerst berücksichtigt.
- Fragen zum Bewerbungsprozess bitte an saskia.jacob@kit.edu

Termine

- Themen online: ab dem 24. Januar 2024
- Bewerbungsfrist: bis zum 04. Februar 2024, 23:55 Uhr
- Bekanntgabe der ersten Zusagen: zum 05. Februar 2024
- Frist zur Annahme zugesagter Plätze: bis 07. Februar 2024, 23:59 Uhr
- Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten:
(Teilnahmepflicht in Präsenz!): 28. Februar 2024, 14:00 – 15:30 Uhr
- Bearbeitungsstart: 28. Februar 2024
- Abgabe der Seminararbeit: 12. Juni 2024, bis 12:00 Uhr
- Präsentation der Seminararbeit:
(Teilnahmepflicht in Präsenz!): 27. Juni 2024, 09:00 – 16:00 Uhr
28. Juni 2024, 09:00 – 16:00 Uhr

Form der Seminararbeit (grob)

■ Zielsetzung:

- Im Rahmen des Seminars sollen die Teilnehmenden 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 Punkte Seminararbeit
- 30 Punkte Präsentation
- 10 Punkte mündliche Beteiligung an den Präsentationstagen

- Genauere Hinweise zur konkreten Ausgestaltung werden in der Einführungsveranstaltung am 15. Februar 2023 gegeben.


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
- 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
- Verpflichtende Teilnahme an Kickoff- sowie Präsentationsveranstaltungen


Themenliste




Observing how consumers search




Understanding customer sentiment




Identification of product attributes important for customers




Identifying new product ideas through text analysis




Learning from customer social media conversations




Naming brands




Effects of influencer language choice



Creating effective texts



Effects of text elements beyond the written words



AI as content creators