

# Masterseminar in Marketing & Vertrieb

## Wintersemester 2018/19

### Themen und Auswahlprozess

Institute of Information Systems and Marketing (ISM)  
Marketing & Sales Research Group



# 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/2153>
- Auswahlmechanismus: Modifiziertes Bestenprinzip, d.h. die leistungsstärksten Bewerber werden – unter Berücksichtigung von Studienplanung und Schwerpunktsetzung – zuerst berücksichtigt.
- Fragen zum Bewerbungsprozess bitte an [sven.feurer@kit.edu](mailto:sven.feurer@kit.edu)

# Termine

- Themen online: ab dem 19. Juni 2018
- Bewerbungsfrist: bis zum 29. Juni 2018, 12:00 Uhr
- Bekanntgabe der ersten Zusagen: 2. Juli 2018
- Frist zur Annahme zugesagter Plätze: bis zum 6. Juli 2018
- Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten: 17. Juli 2018, 14:00 – 15:30 Uhr,  
(Anwesenheitspflicht!) in Gebäude 20.21, Raum 115
- Bearbeitungsstart: 17. Juli 2018
- Abgabe der Seminararbeit: 22. November 2018, 12:00 Uhr
- Präsentation der Seminararbeit: 6. und 7. Dezember 2018, je 10:30 – 16:00  
(Anwesenheitspflicht!)

# 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
  - 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 17. Juli 2018 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, 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) Macht Besitz noch glücklich? Über „Experience selling“ und „experiential buying“
- 2) „Unser Sprachassistent ist Ihnen gerne behilflich!“ - Wie verändern neue Technologien Serviceerfahrungen und Kontakte zu Dienstleistern?
- 3) Na, wie klingt das? Der Einfluss von Ton und Klang auf Produktwahrnehmung und Konsumentenreaktionen
- 4) Rebellion der Maschinen? Über Kundenakzeptanz von Robotern
- 5) Was macht digitale Werbung effektiv?
- 6) Wie reagieren Kunden auf digitale Dienstleistungen?
- 7) Salesperson motivation – Was treibt Vertriebler/innen an?
- 8) Salesforce control systems – Wie bringt man Vertriebler/innen zum Erfolg?
- 9) Salesperson activities and traits – Was macht eine/n erfolgreiche/n Vertriebler/in aus?
- 10) Verhaltenswissenschaftliche Aspekte von Marken im B2B-Einkauf
- 11) Verhaltenswissenschaftliche Aspekte von Preisen im B2B-Einkauf
- 12) Verhaltenswissenschaftliche Aspekte von Kommunikation im B2B-Einkauf

*„Buying and selling in the age of digitalization“*

*„Buying and selling on B2B marketplaces“*