

# Masterseminar in Marketing und Vertrieb: Social Dynamics Behind (Marketing) Relationships

Sommersemester 2023, 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/6845>
- Auswahlmechanismus: Modifiziertes Bestenprinzip, d.h. die leistungsstärksten Bewerber werden – unter Berücksichtigung von Studienplanung und Schwerpunktsetzung – zuerst berücksichtigt.
- Fragen zum Bewerbungsprozess bitte an [beatrice.weber@kit.edu](mailto:beatrice.weber@kit.edu)

# Termine

- Themen online: ab dem 26. Januar 2023
- Bewerbungsfrist: bis zum 05. Februar 2023, 23:55 Uhr
- Bekanntgabe der ersten Zusagen: 06. Februar 2023
- Frist zur Annahme zugesagter Plätze: bis zum 08. Februar 2023, 23:55 Uhr
- Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten:  
(Teilnahmepflicht in Präsenz!): 15. Februar 2023, 14:00 – 15:30 Uhr
- Bearbeitungsstart: 15. Februar 2023
- Abgabe der Seminararbeit: 14. Juni 2023, bis 12:00 Uhr
- Präsentation der Seminararbeit:  
(Teilnahmepflicht in Präsenz!): 29. Juni 2023, 09:00 – 16:00 Uhr  
30. Juni 2023, 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

## Perceiving others

- 1. Viewing others
- 2. Hearing others
- 3. Perceiving emotions
- 4. Perceiving personalities
- 5. Perceiving immoral behavior
- 6. Stereotype formation

## Interacting with others

- 7. Emotional contagion in customer-employee relationships
- 8. Information sharing in groups
- 9. Information sharing on social media
- 10. Group polarization and digital interaction
- 11. Echo chambers in social media
- 12. The wisdom of crowds?