

MASTERARBEIT AM LEHRSTUHL FÜR MARKETING STAND 2021

Universität Erlangen-Nürnberg
Lehrstuhl für Marketing
Prof. Dr. Andreas Fürst

www.marketing.rw.fau.de

1. Voraussetzungen für die Zulassung zur Masterarbeit
2. Anforderungen an eine gute Masterarbeit
3. Arten von Masterarbeiten am Lehrstuhl
4. Ansprechpersonen für Masterarbeiten am Lehrstuhl
5. Der Prozess von der Themenfindung bis zur Abgabe

1. Voraussetzungen für die Zulassung zur Masterarbeit
2. Anforderungen an eine gute Masterarbeit
3. Arten von Masterarbeiten am Lehrstuhl
4. Ansprechpersonen für Masterarbeiten am Lehrstuhl
5. Der Prozess von der Themenfindung bis zur Abgabe

- Für Studierende *aller Masterstudiengänge*:
 - Kurzbewerbung (aktueller CV und Notenspiegel) mit Angabe der präferierten Themen/des präferierten Themas (vgl. Liste auf StudOn sowie am Schwarzen Brett).

- Für Studierende des *Masters in Marketing*:
 - Erfolgreiche Erbringung der Prüfungsleistung des Marketingseminars.
 - Erwerb von mindestens 60 ECTS.
 - Empfohlen wird der vorherige Besuch der Veranstaltungen des 1.-3. Semesters.

- Für Studierende *anderer Masterstudiengänge*:
 - Hierzu sind Informationen des jeweiligen Masterstudiengangs einzuholen (Voraussetzungen zur Zulassung etc.).
 - Erfolgreiche Erbringung der Prüfungsleistung des Marketingseminars (kann in Einzelfällen erlassen werden).
 - Erfolgreiche Erbringung der Prüfungsleistung mindestens einer Veranstaltung im Bereich Marketing (Master).

1. Voraussetzungen für die Zulassung zur Masterarbeit

- Zusätzlich bei *eigenen Themenvorschlägen für praxisorientierte Masterarbeiten*: Abgabe eines kurzen Bewerbungs-Exposés, das folgende Aspekte enthält:
 - Vorläufiger Arbeitstitel
 - Inhaltliche Kurzbeschreibung des Themenvorschlags (ca. 1 Seite)
 - Ansprechperson, welche die Betreuung auf Unternehmensseite übernimmt
 - Support, den Ihnen das Unternehmen im Rahmen der Masterarbeit bietet (z.B. zur Verfügung stellen von Daten und sonstigen Unternehmensressourcen, welche Sie für die Masterarbeit benötigen)
 - Gewünschter Starttermin

- Bitte beachten Sie bereits bei der Ausarbeitung, dass wir nur Themen betreuen können, die **inhaltlich zu den Forschungsschwerpunkten** des Lehrstuhls passen.

1. Voraussetzungen für die Zulassung zur Masterarbeit
- 2. Anforderungen an eine gute Masterarbeit**
3. Arten von Masterarbeiten am Lehrstuhl
4. Ansprechpersonen für Masterarbeiten am Lehrstuhl
5. Der Prozess von der Themenfindung bis zur Abgabe

2. Anforderungen an eine gute Masterarbeit

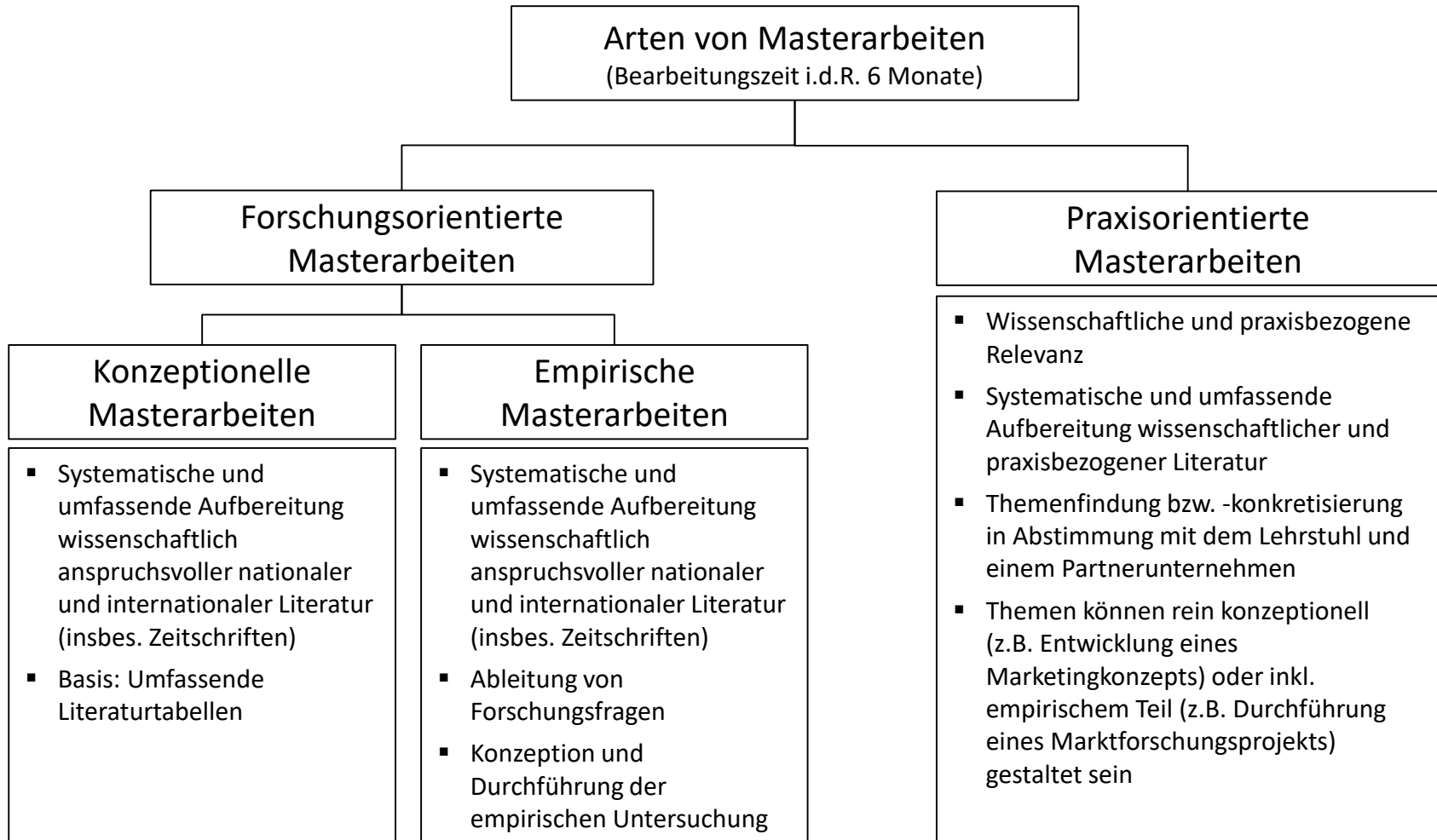
- *Inhaltliche* Anforderungen:
 - Systematische, umfassende und fundierte Aufbereitung der Literatur (insbes. renommierte nationale und internationale Zeitschriften)
 - Kritische Würdigung wissenschaftlicher Beiträge
 - Identifikation relevanter Forschungslücken
 - Erarbeitung eigener Lösungsansätze
 - Ableitung von Implikationen für Forschung und Praxis

- Anforderungen an den *Aufbau der Arbeit*:
 - Klare und aussagekräftige Gliederung
 - Formulierung präziser Forschungsfragen
 - Klare Gedankenführung (1 Absatz = 1 Gedanke)
 - Schlüssige Argumentation

- *Formale* Anforderungen:
 - Fehlerfreie Rechtschreibung, Zeichensetzung und Grammatik
 - Einhaltung der Formvorschriften des Lehrstuhls
(<https://www.marketing.rw.fau.de/studium/wissenschaftliche-abschlussarbeiten/masterarbeit/>)

1. Voraussetzungen für die Zulassung zur Masterarbeit
2. Anforderungen an eine gute Masterarbeit
- 3. Arten von Masterarbeiten am Lehrstuhl**
4. Ansprechpersonen für Masterarbeiten am Lehrstuhl
5. Der Prozess von der Themenfindung bis zur Abgabe

3. Arten von Masterarbeiten am Lehrstuhl: Überblick

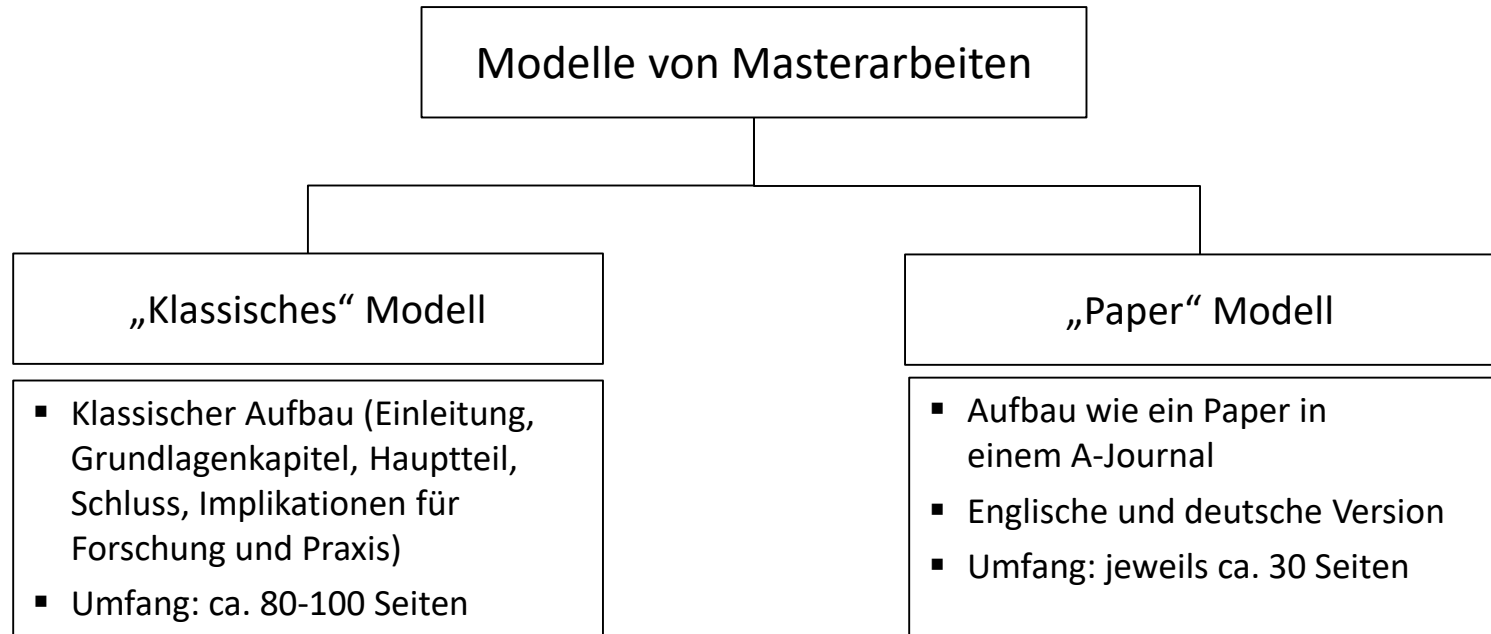


3. Arten von Masterarbeiten am Lehrstuhl: Beispielhafte Themen

- Beispielhafte *forschungsorientierte* Themen (*konzeptionell*):
 - Shopper Insights - Welche Faktoren führen zum Produktkauf? Eine Analyse am Beispiel eines Herstellers von Sportartikeln.
 - Schöne neue Welt?! Wie beeinflussen Fitbit, Alexa & Co. das Wohlbefinden von Konsumenten.
 - Multisensorische Filialgestaltung im Einzelhandel: Ein Überblick über den aktuellen Forschungsstand.

 - Beispielhafte *forschungsorientierte* Themen (*empirisch*):
 - Die Rolle semantischer Kongruenz bei der sensorischen Informationsverarbeitung: Eine empirische Untersuchung.
 - Negative Einstellungen gegenüber Marken: Eine empirische Untersuchung mit Mitgliedern von Anti-Brand Communities.

 - Beispielhafte *praxisorientierte* Themen*:
 - Entwicklung einer Evaluationsmethodik für CRM Performance.
 - Entwicklung eines Kommunikations-Konzepts zur Einbindung von Online-Usern in die Entwicklung ökologisch nachhaltiger Dienstleistungen.
 - Entwicklung einer Marketingstrategie zur Lead-User Gewinnung für eine Online-Community.
- * Bei Interesse für eines der praxisorientierten Themen wenden Sie sich bitte an Daniel Kubesch.



1. Voraussetzungen für die Zulassung zur Masterarbeit
2. Anforderungen an eine gute Masterarbeit
3. Arten von Masterarbeiten am Lehrstuhl
- 4. Ansprechpersonen für Masterarbeiten am Lehrstuhl**
5. Der Prozess von der Themenfindung bis zur Abgabe

4. Ansprechpersonen für Masterarbeiten am Lehrstuhl

Allgemeine Fragen und Fragen zu forschungsorientierten Masterarbeiten

Christina Illichmann, M.Sc.



- Sprechstunde: Dienstag, 14-16 Uhr
- Raum 6.225
- Tel.: 0911-5302-302
- E-Mail: christina.illichmann@fau.de

Fragen zu praxisorientierten Masterarbeiten

Felix Hetterich, M.Sc.



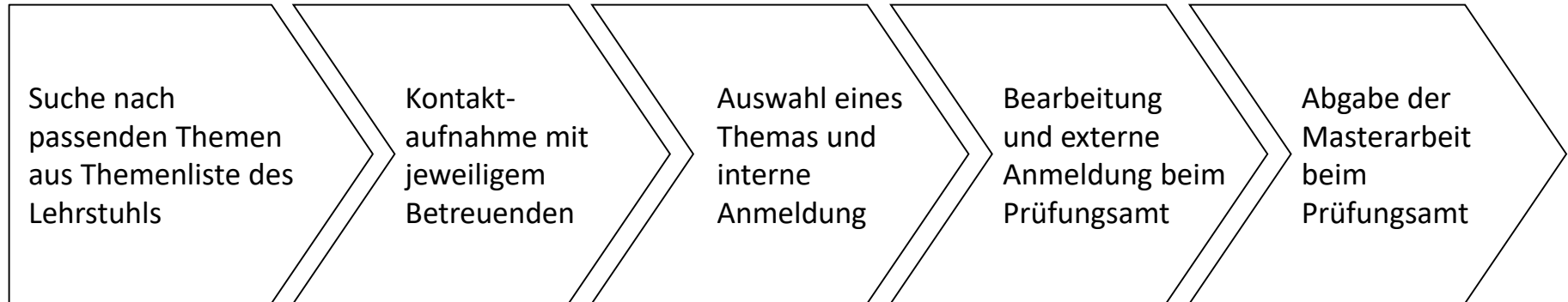
- Sprechstunde: nach Vereinbarung
- Raum 6.229
- Tel.: 0911-5302-215
- E-Mail: felix.hetterich@fau.de

1. Voraussetzungen für die Zulassung zur Masterarbeit
2. Anforderungen an eine gute Masterarbeit
3. Arten von Masterarbeiten am Lehrstuhl
4. Ansprechpersonen für Masterarbeiten am Lehrstuhl
5. Der Prozess von der Themenfindung bis zur Abgabe

5. Der Prozess von der Themenfindung bis zur Abgabe: Allgemeine Informationen

- An unserem Lehrstuhl gibt es **keine festen Vergabe- und Anmeldetermine** für Masterarbeitsthemen. Sie können also **ab sofort** und **jederzeit** mit Ihrer Masterarbeit beginnen.
- Die aktuelle Themenliste für die Masterarbeiten finden Sie am Schwarzen Brett im 6. Stock gegenüber vom Sekretariat 6.222 sowie auf StudOn innerhalb der Gruppe „Master in Marketing“ für den entsprechenden Studiengang.
- Die Themenliste wird in **regelmäßigen** Abständen **aktualisiert**.
- Professionelles Zeitmanagement und die regelmäßige Interaktion mit dem jeweiligen Betreuenden stellen zentrale Erfolgsfaktoren für eine gelungene Masterarbeit dar.
- Eigene Themenvorschläge von Studierenden sollten eine hohe wissenschaftliche Relevanz besitzen, wissenschaftlich anspruchsvoll sein und zu den Kompetenzfeldern des Lehrstuhls passen.

5. Der Prozess von der Themenfindung bis zur Abgabe: Prozessschritte



- Auswahl interessierender Themen aus der Themenliste des Lehrstuhls
- Ggf. erste Grobrecherche
- Terminvereinbarung mit dem jeweiligen Betreuenden
- Austausch zu möglichen Inhalten und der weiteren Vorgehensweise
- Einigung zwischen Studierendem und dem jeweiligen Betreuenden
- Interne Anmeldung am Lehrstuhl
- Studierender beginnt mit der Bearbeitung
- Bei Vorlage einer angemessenen Gliederung erfolgt die offizielle Anmeldung beim Prüfungsamt (ab diesem Zeitpunkt: i.d.R. 6 Monate Bearbeitungszeit)
- Studierender gibt die fertige Masterarbeit in zweifacher gebundener Ausführung (inkl. einer elektronischen Version auf CD/USB) beim Prüfungsamt ab*

*Beachten Sie dazu die derzeit geltenden Regelungen des Prüfungsamts bezüglich der Corona Pandemie