

EXPERIMENTAL ECONOMICS

WWS

Empirische Markt- und Organisationsforschung

Inhalt:

Die konkreten Themen des Seminars werden entsprechend den Interessen der Studierenden gestaltet und orientieren sich an aktuellen Entwicklungen bzw. Schwerpunkten der Markt- und Organisationsforschung. Sie können z. B. Aspekte des E-Business, Marketings und (Personal-)Managements betrachten. Die Studierenden werden eigenständig konkrete Themen entwickeln.

Weitere Inhalte:

- ▶ Finden von Hypothesen und wissenschaftlicher Literatur
- ▶ Fragebogendesign und Datenerhebung
- ▶ Datenauswertung
- ▶ Wissenschaftliches Schreiben und Präsentieren

Ziel:

Die Studierenden erstellen und präsentieren eine Seminararbeit, für die sie eigenständig Daten erheben, auswerten und interpretieren. Die dazu notwendigen Fertigkeiten (insbesondere in der Fragebogenerhebung) vertiefen bzw. erlernen die Studierenden im ersten Teil des Seminars, der in Form von Präsenzlehrveranstaltungen abgehalten wird. Die Studierenden werden somit befähigt, eine empirische Bachelorarbeit (wie sie beispielsweise im PSP Marketing und E-Business üblich ist) anzufertigen.

Die Studierenden

- ▶ werden befähigt, eine wissenschaftliche Abschlussarbeit anzufertigen, d. h. problem- und zielorientiert innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Aufgabenstellung selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten,
- ▶ erlernen eigenständig geeignete Literatur auszuwählen und zu analysieren,
- ▶ erwerben Kenntnisse zur Strukturierung wissenschaftlicher Arbeiten und zur adäquaten Formulierung von Ergebnissen,
- ▶ vertiefen bestehende und erwerben neue Kenntnisse zu Methoden der Datenerhebung, statistischen Datenanalyse und

- Dateninterpretation,
- ▶ erweitern ihre Erfahrungen in der professionellen Präsentation und Verteidigung wissenschaftlicher Arbeiten vor Publikum,
 - ▶ erwerben die Fähigkeit, wissenschaftlich und konstruktiv zu diskutieren sowie produktiv in Teams zu arbeiten und sich mit Kommilitonen zu koordinieren.

<u>Zeit:</u>	Zu Beginn des Semesters finden Lehreinheiten (Vorlesungen und Übung) statt, sodass die Teilnehmenden im weiteren Verlauf des Semesters Zeit haben, eine Seminararbeit anzufertigen.
<u>Prüfungsform:</u>	Eine in Teamarbeit anzufertigende Seminararbeit; eine Zwischenpräsentation der Seminararbeit; Diskussionsbeiträge
<u>Teilnahmeempfehlungen</u>	Erfolgreicher Abschluss folgender Module: Academic Skills
<u>Bewerbung:</u>	<p>Die Bewerbung erfolgt über das standardisierte Bewerbungsformular für Wirtschaftswissenschaftliche Seminare. Bitte senden Sie eine aussagekräftige Bewerbung ein. Diese sollte Folgendes enthalten: eine Themenidee (siehe unten); eine kurze Erklärung, warum es sich bei dem Thema um ein wirtschaftswissenschaftlich relevantes Thema handelt.</p> <p>Bitte beachten Sie: Das primäre Auswahlkriterium für die Platzvergabe ist das Bewerbungsschreiben. Bewerbungen, die keine Themenidee enthalten, werden nicht berücksichtigt.</p> <p>Sie können sich auch gern als Team mit einem Thema bewerben.</p> <p>Achtung: Der Kurs heißt 'Empirische Markt- und Organisationsforschung', angeboten von: Juniorprofessur für Experimentelle Wirtschaftsforschung. Bitte unbedingt so auf dem standardisierten Formular angeben. Denn sonst kommen Ihre Bewerbungen nicht an.</p>

Damit Sie sich eine Vorstellung darüber machen können, ob Ihre Themenidee für eine Bearbeitung in Frage kommt, hier eine Auswahl (bereits bearbeiteter!) Themen. Alle hier aufgelisteten Projekte basieren auf einer Datenerhebung per Fragebogen.

- ▶ Proteine als Marketingfaktor– Eine empirische Analyse der Zahlungsbereitschaft für Nahrungsmittel mit Proteinzusatz
- ▶ Nachhaltiger Konsum von Lebensmitteln– Eine empirische Kunden:innenanalyse
- ▶ Das Zusammenspiel von Peresönlichkeitsmerkmalen und dem Online-Einkaufsverhalten
- ▶ Beweggründe für das Akzeptieren von Cookies
- ▶ Eine empirische Analyse über den Einfluss der Zugehörigkeit zu Online Communities auf die Produktwahrnehmung
- ▶ Emotional Commerce – Eine empirische Untersuchung über den Einfluss von

Emotionalität auf das Produktimage

Eine empirische Analyse der wahrgenommenen Effektivität von Original- und

- ▶ Nachahmerpräparaten in der Schul- und Alternativmedizin
- ▶ Der Einfluss von Sponsoring auf die Werbewirkung von Video-Blogs – Eine empirische Analyse
- ▶ Studentisches Bewusstsein für Arbeitssicherheit – Eine empirische Analyse
- ▶ #fitness – Eine empirische Analyse der Wirksamkeit von Influencer-Marketing auf der Social-Media-Plattform Instagram
- ▶ Duftmarketing als Erfolgsfaktor im Imagemarketing – Eine empirische Analyse
- ▶ Vertrauen als Erfolgsfaktor im Crowdfunding – Eine empirische Analyse
- ▶ Eine empirische Analyse des Einflusses von Testimonials auf das Image von Fairtrade
- ▶ Barrierefreiheit im Internet – Eine empirische Analyse
- ▶ Wunsch und Wirklichkeit: Eine empirische Analyse der Inanspruchnahme flexibler Arbeitszeitmodelle
- ▶ Blog Advertising vs. Printwerbung – Eine empirische Analyse der Wahrnehmung von Online und Offline Marketing
- ▶ Eine empirische Analyse des Kundensegments „Vegetarier“ im Lebensmitteleinzelhandel
- ▶ Imagetransfer im Sportsponsoring – Eine empirische Analyse
- ▶ Einfluss von Online-Unternehmensreputation auf die Arbeitgeberattraktivität – Eine empirische Analyse
- ▶ Eltern als Kunden – zwischen Erwartungen und Wirklichkeit; eine Analyse des Marktes für Kinderbetreuung in Magdeburg