

Bachelorseminar Marketing

Modultitel Moduleinordnung	Bachelorseminar Marketing
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Jan H. Schumann
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Sommer- und Wintersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	Aufgabe ist es, den Stand der Forschung eines speziellen Marketingthemas zu identifizieren, aufzuarbeiten und darzustellen. Das Bachelorseminar dient als Einstiegspunkt in das wissenschaftliche Arbeiten und als Vorbereitung für eine Bachelorarbeit. Die Studierenden erstellen eine Seminararbeit und präsentieren diese.
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind auf ihre Bachelorarbeit vorbereitet. • Sie können eine wissenschaftliche Arbeit nach den Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens formal korrekt, aber auch inhaltlich kreativ erstellen. • Sie können ihre Forschungsergebnisse präsentieren und vor wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Publikum auf jeweils geeignetem Niveau verständlich kommunizieren. • Sie sind in der Lage sowohl qualifizierte Kritik zu üben als auch kritische Anmerkungen in Ihrer Arbeit umzusetzen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellen einer Seminararbeit • Präsentation von Lernfortschritt und Ergebnis
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul sollte gegen Ende (5. Semester) des Bachelorstudiums als Vorbereitung für die Bachelorarbeit absolviert werden.
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen, sowie für andere Module und Studiengänge	Das Modul ist für alle Studiengänge geeignet, die ihren Studierenden in einem vertiefenden wirtschaftswissenschaftlichen Fach ein Angebot machen möchten.

Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	2	
Summe	2	7
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)
Vorlesung	30	180
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Seminararbeit (12 Seiten) Präsentation (ca. 7 Minuten)	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	i.d.R. <ul style="list-style-type: none"> • Seminararbeit 70% • Präsentation 30% Bitte beachten Sie, dass sich sowohl die Zusammensetzung als auch die Gewichtung der Teilleistungen je nach Seminar ändern kann. Veränderungen werden rechtzeitig bekannt gegeben.	
Begründung der Prüfungsleistung	<p>Eines der Hauptziele des Moduls „Bachelorseminar Marketing“ ist es, die Studierenden auf ihre Bachelorarbeit vorzubereiten. Im Rahmen des Seminars wird den Studierenden vermittelt, wie eine wissenschaftliche Arbeit nach den Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens formal korrekt, aber auch inhaltlich kreativ erstellt wird. Durch das Anfertigen einer schriftlichen Seminararbeit lernen die Studierenden aktuelle und relevante Literatur eines Fachgebietes zu identifizieren und zu verstehen sowie komplexes Wissen verständlich darzustellen.</p> <p>Des Weiteren sollen die Studierenden befähigt werden, ihre Forschungsergebnisse zu präsentieren und vor wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Publikum auf jeweils geeignetem Niveau verständlich zu kommunizieren. Durch Präsentationen kann die Fähigkeit zur Teilnahme an fachlichen Diskussionen, die durch die Fragen der Zuhörer initiiert werden, belegt werden.</p>	

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Das Seminararbeitsthema kann von den Seminarteilnehmern individuell in deutscher <u>oder</u> englischer Sprache bearbeitet werden. Gleiches gilt für die vorgesehenen Präsentationen. Die Betreuungsleistung seitens des Lehrstuhls wird ebenso individuell in deutscher oder englischer Sprache angeboten.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Es wird zu jedem Themengebiet Einstiegsliteratur angeboten.