

Masterseminar

am Lehrstuhl für Marketing und Innovation

Qualitative Forschung zu digitalen Phänomenen



Ankündigung Sommersemester 2024

- **Thema** des Seminars ist die **qualitative Interviewforschung**. Das Seminar wird zu aktuellen Themen am Lehrstuhl für Marketing und Innovation im Bereich des B2C-Marketings durchgeführt.
- **Ziel** ist es, ausgehend von Theorien des Konsumentenverhaltens im Rahmen einer Gruppenarbeit ein Thema aus den genannten Bereichen eigenständig empirisch zu erforschen. Die Studierenden sammeln dabei Erfahrung mit der Erhebung und Auswertung von Daten, sowie der Präsentation von Forschungsergebnissen.
- **Zielgruppe** sind alle, die sich optimal auf eine (qualitative) Masterarbeit im Marketing vorbereiten möchten und insbesondere ein großes Interesse an experimenteller Forschung aufweisen.

Die Seminarsprache ist Englisch.

Die Interviews dürfen auf Deutsch geführt werden, die Präsentationen sowie die Seminararbeit müssen jedoch auf Englisch gehalten/ verfasst werden. Die Betreuungssprache ist außerdem teilweise Englisch.



Johanna Zimmermann, M.Sc.

Sprechzeiten : nach Terminvereinbarung per E-Mail
Telefon: + 49 851 - 509 2423
E-Mail: johanna.zimmermann@uni-passau.de



Annika Kroos, M.Sc.

Sprechstunden: nach Terminvereinbarung per E-Mail
Telefon: + 49 851 - 509 2424
E-Mail: annika.kroos@uni-passau.de



Nour Shaaban, M.Sc.

Sprechstunden: nach Terminvereinbarung per E-Mail
Telefon: + 49 851 - 509 4422
E-Mail: nour.shaaban@uni-passau.de

Im Rahmen der Seminararbeit setzen Sie sich voraussichtlich mit **Fragestellungen zu einem der folgenden Themenschwerpunkte** auseinander:



Themenschwerpunkt 1: Consumer Privacy and Digital Platforms



Themenschwerpunkt 2: Avatar Self-Disclosure

Digital platforms are systems and interfaces that form a commercial network or market facilitating business-to-customer (B2B), business-to-customer (B2C) or even customer-to-customer (C2C) transactions. Thus, they connect agents on two or more market sides, wherein all the agents are affiliated with the platform, allowing them to determine the conditions of their interaction directly (Hagiu and Wright, 2015).



social media platforms



sharing platforms

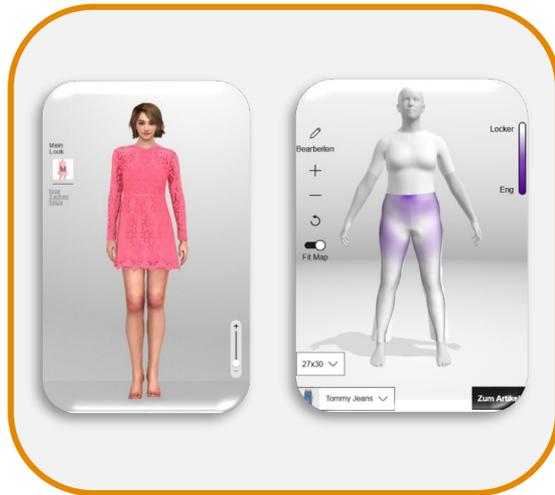


metaverse platforms

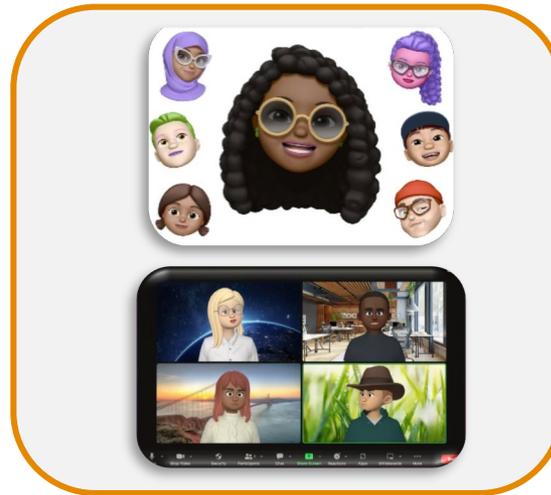
Digital Platforms challenge our current understanding of consumer privacy due to their distinct nature (i.e., multisidedness and interconnectedness).

This observation raises the questions of how consumers perceive privacy on digital platforms and whether these perceptions differ from those in traditional (dyadic) data disclosure settings.

Avatars, defined as digital entities with a visual appearance that are controlled by a human or software and mainly used for interaction, are increasingly appearing on platforms that provide human users with tools to personalize their virtual characters.



personalized avatars for
virtual try-on



personalized avatars for
social exchange



personalized avatars in
virtual games

Examples from practice

People reveal information about themselves through their appearance, behavior, and interactions as avatars. **This observation raises the questions of how users perceive their privacy when using avatars and whether they are aware of avatar self-disclosure.**

- **Gruppenarbeit** zu einer wissenschaftlichen Fragestellung
 - **Zwischenpräsentation** 20%
 - **Abschlusspräsentation** 20%
 - **Seminararbeit** (ca. 15 Seiten) 60%

- Die Bestimmung der finalen Note erfolgt nach dem Portfolio-Prinzip
- Aktive Teilnahme im Seminar

*Wir behalten uns vor, den Ablauf und die Gruppenaufteilungen zu einem späteren Zeitpunkt noch an die konkreten inhaltlichen Anforderungen des Seminars anzupassen.

▪ Bewerbungsverfahren

- Bewerbungszeitraum 15.01.2024 bis 25.01.2024, 12:00 Uhr
- Bekanntgabe der ersten Zusagen: ab 26.01.2024
- Frist zur verbindlichen Annahme der zugesagten Plätze: bis 31.01.2024, 12:00 Uhr
- Nachrückverfahren: bis spätestens 02.02.2024
- Endgültige Absagen: ab 07.02.2024

▪ Seminarablauf*

- Kick-Off Dienstag, 16.04.2024, 09 bis 13 Uhr
- Input 1: Qualitative Forschung Mittwoch, 17.04.2024, 09 bis 13 Uhr
- Zwischenpräsentation Dienstag, 14.05.2024, 09 bis 13 Uhr
- Input 2: Qualitative Forschung Mittwoch, 15.05.2024, 09 bis 13 Uhr
- Abschlusspräsentation Dienstag, 16.07.2023, 09 bis 13 Uhr
- Abgabe der Seminararbeit Samstag, 31.08.2024, bis spätestens 12 Uhr

- **Bewerbung:**

- Bewerbung per E-Mail an johanna.zimmermann@uni-passau.de ab 15.01.2024 und mit dem Betreff “Bewerbung Masterseminar Sommersemester 2024”

- **Benötigte Unterlagen zur Bewerbung (bitte in einer (!) PDF-Datei):**

- Kurzes Motivationsschreiben
- Tabellarischer Lebenslauf mit Abiturnote und Bachelornote
- Aktuelle Notenübersicht Master (HisQis-Ausdruck)
- Zeugnisse (incl. Abiturzeugnis und Bachelorzeugnis)

- Bitte benennen Sie die Datei wie folgt:

Name_Vorname_Bewerbung_Masterseminar.pdf

- Bitte beachten Sie, dass unvollständige Bewerbungen von uns leider nicht berücksichtigt werden können.

- **Teilnehmerzahl:** maximal 12 Teilnehmer
- **Auswahlprozess:** Bestenprinzip, d.h. die leistungsstärksten Bewerber werden zuerst berücksichtigt