

**Informationen zum Forschungsseminar (Hauptseminar) im SS 2024**

Im kommenden Sommersemester findet am Lehrstuhl für Marketing ein Forschungsseminar zum Thema

**„Consumer Behavior in the Digital Age: Empirical Research and Analytics“**

statt. Im Rahmen des Seminars werden sich die Teilnehmer zum einen intensiv mit einem Forschungsthema aus dem Bereich des Konsumentenverhaltens auseinandersetzen und zum anderen eine empirische Studie eigenständig durchführen und statistisch auswerten (mit R oder SPSS/AMOS). Das Seminar dient als Vorbereitung auf eine empirische Masterarbeit am Lehrstuhl für Marketing.

Aufgrund des starken Anwendungsbezugs weist die Seminarteilnahme eine hohe Zeitintensivität auf. Eine Abmeldung nach der Kick-Off Veranstaltung ist nicht möglich und das Seminar wird in diesem Fall als **nicht bestanden** gewertet. Die Inhalte der Veranstaltung „Empirische Forschungsmethoden – Multivariate Datenanalyse“ werden für das Seminar **als bekannt vorausgesetzt** und eine Teilnahme an dieser Prüfung muss mit dem Notenspiegel nachgewiesen werden.

**Bitte beachten Sie folgende Termine (Änderungen vorbehalten):**

Anmeldezeitraum:	<b>31.01.2024 – 22.03.2024</b> (Anmeldung <sup>1</sup> unter <a href="mailto:marketing@uni-due.de">marketing@uni-due.de</a> mit Notenspiegel und Angaben zu Name, Matrikelnummer, Studiengang, Fachsemester und Notendurchschnitt)
Bekanntgabe der TeilnehmerInnen:	ab dem <b>25.03.2024</b>
<u>Verbindliche</u> Kick-Off-Veranstaltung:	<b>16.04.2024 (14:00, LB 117)</b>
<u>Verbindliche</u> Veranstaltungstermine:	<b>Dienstags, 14:00, LB 117/digital</b> (konkrete Termine werden mit der Anmeldebestätigung bekannt gegeben)
Abgabe der Seminararbeit:	<b>09.07.2024 (LB 031/digital)</b>
<u>Verbindliche</u> Abschlusspräsentation:	<b>16.07.2024 (14:00, LB 117)</b>

<sup>1</sup> Mit der Anmeldung zum Seminar akzeptieren Sie die Verarbeitung personenbezogener Daten zu Zwecken der Seminarplanung und -durchführung.