

Informationen zum Forschungsseminar (Hauptseminar) im SS 2019

Im kommenden Sommersemester bietet der Lehrstuhl für Marketing ein Forschungsseminar zum Thema

„Empirische Erforschung des Konsumentenverhaltens“

an. Im Rahmen des Seminars werden sich die Teilnehmer zum einen intensiv mit einem konkreten Forschungsfeld auseinandersetzen und zum anderen eine experimentelle Studie eigenständig durchführen und statistisch auswerten (mit R oder SPSS/AMOS). Das Seminar dient als Vorbereitung auf die Erstellung einer empirischen 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**.

Weitere Informationen werden mit der Zusage zur Seminarteilnahme bekanntgegeben.

Bitte beachten Sie folgende Termine (Änderungen vorbehalten):

Anmeldezeitraum:	28.01.2019 - 08.02.2019 (Anmeldung ¹ unter marketing@uni-due.de mit Notenspiegel und folgenden Angaben: Name, Matrikelnummer, Studiengang, Fachsemester, Notendurchschnitt)
Bekanntgabe der TeilnehmerInnen:	ab dem 11.02.2019
<u>Verbindliche</u> Kick-Off-Veranstaltung:	09.04.2019 (14:00 Uhr, LB 117)
<u>Verbindliche</u> Veranstaltungstermine:	Dienstags, 14:00 Uhr, LB 117 (konkrete Termine unter Vorbehalt: 30.04.2019, 14.05.2019, 25.06.2019)
Abgabe der Seminararbeit:	08.07.2019 (LB 031)
<u>Verbindliche</u> Abschlusspräsentation:	09.07.2019 (14:00 Uhr, LB 117)

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