



Innovation Research Seminar

Bastian Kindermann, MPhil

Der Einfluss der Marketingforschung



Zusammenfassung: Die Marketingforschung sieht sich traditionell dem Vorwurf gegenüber, sich übermäßig viel aus Feldern wie etwa der Psychologie, der Soziologie oder der Ökonomie zu bedienen, ohne eine entsprechende „Rückzahlung“ zu leisten. Einige vertreten die Ansicht, dass diese unausgeglichene Ideenflüsse besonders stark im Bereich der Theorie ausgeprägt sind. Aber was steckt hinter diesen Behauptungen? Können diese tatsächlich empirisch untermauert werden? Das Ziel dieser Studie besteht in der Untersuchung der Ideen Zu- und Abflüsse der Marketingdisziplin. Mithilfe einer Netzwerkanalyse untersuchen wir Zitationsmuster von mehr als 38,000 Artikeln, welche im Zeitraum von 2000 bis 2014 in 30 wissenschaftlichen Journalen des Marketings und verbundener Disziplinen veröffentlicht wurden. Eine nachfolgende Topic Modeling Analyse erlaubt eine Identifizierung und Charakterisierung derjenigen Themen, welche den Ideen Abfluss des Marketings abbilden. Die Ergebnisse liefern faszinierende Erkenntnisse zum Einfluss der Marketingforschung auf andere Disziplinen.

Wann und wo:

10 Mai 2016

10.00 - 12.00 Uhr

TIM Social Area

Kackertstraße 7

3. Etage



Bastian
Kindermann
online

Profil: Bastian Kindermann ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Innovation, Strategie und Organisation und am Lehrstuhl für Marketing. Er absolvierte ein Studium in Management and Economics an der Ruhr Universität Bochum und in Innovation, Strategy and Organisation an der University of Cambridge. Seine derzeitigen Forschungsinteressen liegen im Bereich der Theorieentwicklung in der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung.

Exploratives Format: Seminarteilnehmer sind dazu eingeladen, die präsentierten Ergebnisse zu diskutieren und konstruktive Ideen zur Weiterentwicklung des konzeptionellen Teils sowie des Methodikteils beizutragen.