

Wintersemester 21/22

Projektmodul: Aktuelle Fragestellungen des Dienstleistungs- und Technologiemarketing (10 CP)

Univ. – Prof. Dr. Stefanie Paluch

1. Inhalt und Ziel des Projektmoduls

Inhalt: Dieses Modul fokussiert die Anwendung qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden (inkl. Experimentalforschung) auf Fragestellungen im Bereich des Dienstleistungs- und Technologiemarketings. Grundlage soll hier eine Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen Studien sowie die Transferleistung der Methoden und Konzepte auf ein konkretes Forschungsproblem sein. Das zuvor im Rahmen diesen Projektmoduls erlernte Wissen in diesen Bereichen sowie methodische Kenntnisse der empirischen Sozialforschung werden auf konkrete Problemstellungen aus der Praxis angewandt und vertieft. Teams von Studierenden erarbeiten selbständig aktuelle und praxisrelevante Themen. Die Ergebnisse werden auf einem wissenschaftlichen Niveau dokumentiert und am Ende der Veranstaltung präsentiert.

Ziel: Das Modul vermittelt die praktische Anwendung des während des Studiums erlernten Fach- und Methodenwissens. Die Studierenden sollen in der Lage sein, konkrete Aufgabenstellungen aus dem Dienstleistungs- und Technologiemarketing selbstständig zu lösen, entsprechende theoretische Konzepte zu analysieren und abschließend zu präsentieren. Dabei steht die Durchführung von Transferleistungen im Vordergrund. Dieses besonders praxisorientierte Modul soll garantieren, dass sich die Studierenden auch unter kontinuierlich ändernden Rahmenbedingungen den Aufgaben im Berufsleben stellen können. Somit sollen Studierende optimal auf die Berufspraxis oder auf eine wissenschaftliche Laufbahn vorbereitet werden.

2. Teilnehmerkreis und Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzungen:

- Empfohlen: Besuch der Veranstaltung „Quantitatives Marketing“ und/oder „Qualitative Research Methods“
- Für eine erfolgreiche Teilnahme werden ferner Englischkenntnisse vorausgesetzt, um englischsprachige Fachliteratur lesen und verstehen zu können
- Des Weiteren wird ein Interesse an aktuellen technologischen und dienstleistungsbasierten Fragestellungen, Grundkenntnisse empirischer Marketingforschung, Kreativität und eigenständiges Arbeiten vorausgesetzt.

Weitere Informationen:

- Teilnehmerkreis: Studierende der Fachrichtungen Betriebswirtschaftslehre - Business Administration (M.Sc.), Wirtschaftswissenschaft (M.Sc.), Wirtschaftsingenieurwesen (M.Sc.)
- Max. Teilnehmerzahl: 25
- Unterrichtssprache: Deutsch/Englisch

3. Organisatorischer Ablauf und Termine

Das Projektmodul ist so aufgebaut, dass die teilnehmenden Studierenden sechs Termine inkl. Abschlusskolloquium) als Pflichtveranstaltungen anzusehen haben, in denen Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt werden und Präsentationen der Studierenden stattfinden werden. Dieses Vorgehen stellt nicht nur das Fundament für die wissenschaftliche Datenerhebung dar, sondern soll die Studierenden ferner auf eine Abschlussarbeit im Rahmen des Masterstudiums vorbereiten.

Im Wintersemester 2021/2022 finden die Veranstaltungen nach jetzigem Stand komplett im digitalen Onlineformat statt. Sollte es die Umstände und Planungsmöglichkeiten erlauben, kann das Abschlusskolloquium u.U. in Präsenz in einem RWTH Raum stattfinden. Es ist jedoch von einem komplett digitalen Modul auszugehen.

Projektmodule sind anwesenheitspflichtig!

Prüfen Sie bitte vor einer Anmeldung, ob Sie an den im Folgenden angegebenen Terminen teilnehmen können. Bitte beachten Sie dazu auch die **für dieses Modul spezifische Abwesenheitsregelung**.

Donnerstag, 14.10.2021 10:00 - 12:00 Uhr	Offizieller Seminar Kick-off mit Gruppeneinteilung und Zuordnung der Seminarthemen (Pflichtveranstaltung Online via Zoom)
Dienstag, 19.10.2021 10:00 – 12:00 Uhr	Workshop empirische Methoden (Pflichtveranstaltung Online via Zoom)
Donnerstag, 21.10.2021 10:00 – 12:00 Uhr	Workshop empirische Methoden (Pflichtveranstaltung Online via Zoom)
Dienstag, 26.10.2021 10:00 – 12:00 Uhr	Workshop empirische Methoden (Pflichtveranstaltung Online via Zoom)
Donnerstag, 28.10.2021 10:00 – 12:00 Uhr	Workshop empirische Methoden (Pflichtveranstaltung Online via Zoom)
Nach Absprache	Gruppenindividuelles Coaching (optional, Anmeldung erforderlich)
Donnerstag, 16.12.2021 10:00 - 13:00 Uhr	Zwischenpräsentation (Pflichtveranstaltung & Prüfungsleistung, Zoom)

Nach Absprache	Gruppenindividuelles Coaching (optional, Anmeldung erforderlich)
Donnerstag, 03.02.2022 10:00 - 13:00 Uhr	Endpräsentation (Pflichtveranstaltung & Prüfungsleistung, Zoom)
Donnerstag, 31.03.2022 23:59 Uhr	Spätester Termin der Abgabe der in Gruppenarbeit angefertigten Hausarbeit

4. Prüfungsleistungen

- Schriftlich ausgearbeitete Seminararbeit (in Gruppen, 30-35 Seiten ohne Deckblatt und Verzeichnisse, Gewichtung: 50%)
- Zwischenpräsentation (20 Minuten zzgl. abschließender Diskussion 15%)
- Endpräsentation der Ergebnisse (20 Minuten zzgl. abschließender Diskussion 35%)

5. Abwesenheitsregelung (Modulspezifische Information)

Es besteht Anwesenheitspflicht: Die tolerierte Abwesenheitsdauer in begründeten Fällen beträgt 15% (= 1 Termin; durch Attest entschuldigte Abwesenheit inbegriffen).

6. Anmeldung zur Veranstaltung

Aktuelle Informationen zum Anmeldeprozess inklusive Fristen finden Sie voraussichtlich ab Anfang März auf der Webseite:

<http://www.wiwi.rwth-aachen.de/projektmodule>

7. Anmeldung zur Prüfung

Mit der systemseitigen Zuteilung (Fixplatz) zur Lehrveranstaltung des Projektmoduls erfolgt eine automatische Prüfungsanmeldung durch das WiWi-Prüfungsmanagement. Eine separate Prüfungsanmeldung für Studierende bei Projektmodulen entfällt somit (Ausnahme: Nachrückplatz). Den Prüfungsanmeldeprozess bei nachträglichem Platzerhalt entnehmen Sie bitte der Website (www.wiwi.rwth-aachen.de/projektmodule). Ein Rücktritt ist nach erfolgter Anmeldung systemseitig möglich.

8. Abmeldung / Rücktritt / Abwesenheit / Krankheit

Übergreifende Regelung für alle Projektmodule finden Sie auf der Webseite der WiWi-Fakultät unter <http://www.wiwi.rwth-aachen.de/projektmodule>

9. Themen und Einstiegsliteratur

Als vertiefende Begleitliteratur soll die folgende Auflistung aktueller Methodenbücher dienen. Die inhaltlichen Themenschwerpunkte für das aktuelle Semester werden in der Kick-Off Veranstaltungen bekannt gegeben. Literatur zu inhaltlichen Schwerpunkten wird zu Beginn der Gruppenbearbeitungsphase gezielt ausgegeben.

Albrecht, R. (2013): Techniken zur Auswertung eines Interviews: Die zusammenfassende Inhaltsanalyse und das Programm MAXQDA, Grin Verlag GmbH.

Backhaus, A., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2011): Multivariate Analysemethoden – Eine anwendungsorientierte Einführung, 13., überarb. Aufl. Wiesbaden: Springer-Verlag.

Backhaus, A., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2013): Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden – Eine anwendungsorientierte Einführung, 2., überarb. Aufl. Wiesbaden: Springer-Verlag.

Buber, R. & Holzmüller, H. (2009): Qualitative Marktforschung: Konzepte - Methoden – Analysen, 2., überarb. Aufl. Wiesbaden: Gabler Verlag.

Hader, M. (2010): Empirische Sozialforschung: Eine Einführung, 2., überarb. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kuckartz, U. (2009): Einführung in die Computergestützte Analyse qualitativer Daten, 3., akt. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Mayring, P. (2010): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, 11., vollst. überarb. Aufl. Weinheim: Beltz.

10. Ansprechpartner für Rückfragen

Modulinhalte

Alexander Kies
Kackertstraße 7
52072 Aachen
kies@time.rwth-aachen.de

Veranstaltungsanmeldung:

Denise Küppers, B.A.
Templergraben 64, Raum 621
zuteilung@wiwi.rwth-aachen.de

Prüfungsanmeldung

Dr. Sandra Silvertant
Prüfungs Koordinatorin
Templergraben 64, Raum 622
pruefungen@wiwi.rwth-aachen.de