



Postanschrift:
Universität Bayreuth
95440 Bayreuth

Gebäude: B9, Raum 19/20
Universitätsstraße 30
95447 Bayreuth

Telefon: 0921 / 55 - 4340
Telefax: 0921 / 55 - 4342

Internet: <http://www.innodialog.uni-bayreuth.de>
E-Mail: daniel.baier@uni-bayreuth.de

18. Januar 2021

Bachelorseminar Innovations- und Dialogmarketing im Sommersemester 2021: „Quantitative Methoden im Marketing“

Die erschöpfende Bearbeitung einer Forschungsfrage im Marketing erfordert die Beherrschung eines methodischen Werkzeugkastens. Dabei spielen quantitative Methoden seit vielen Jahren die dominante Rolle. Aus diesem Grund ist es für jeden Marketingwissenschaftlicher zwingend notwendig, sich mit den Grundbegriffen, wichtigen methodischen Vertretern und einer Übersicht an Vor- und Nachteilen vertraut zu machen. Dieses Wissen hilft in der kurzen Frist bei Studium und Abschlussarbeit, ist darüber hinaus für die weitere akademische Karriere unabdingbar und hebt Universitätsabsolventen positiv von der breiten Masse ab.

Das Bachelorseminar strebt die eigenständige Arbeit mit den vorhandenen Methoden an. Dabei sollen sich die Teilnehmer einen strukturierten Überblick über den methodischen Werkzeugkasten verschaffen und sich so in der Breite mit der wissenschaftlichen Arbeit befassen. Gleichzeitig wird, je nach Themenwahl, ein Ausschnitt eingehend behandelt, um die konkrete Anwendung in der Tiefe kennen zu lernen. Am Ende des Seminars sind die Teilnehmer in der Lage, selbständig passende Methoden zu unterschiedlichen Forschungsfragen auszuwählen, anzuwenden und bei Bedarf durch ergänzende Werkzeuge zu vervollständigen.

I. Themen

In diesem Bachelorseminar soll anhand vorliegender Veröffentlichungen untersucht werden, wie sich Marketing-Fragestellungen methodisch sauber annähern lassen. Dazu erhalten die Teilnehmer einen Beispieldatensatz, der mit der gewählten Methode analysiert werden soll. Jeder Teilnehmer im Seminar wählt eines der folgenden Themen aus, aus dem sich die Methoden ergeben (in Klammern):

- **Thema 1: Multivariate Methoden im Marketing – Stärken und Grenzen** (PLS-SEM oder multiple Regression mit einem vertiefenden Schwerpunkt)
- **Thema 2: Strukturgleichungsmodellierung als State-of-the-Art – Anwendungen und Beurteilung für die Marketingforschung** (PLS-SEM mit einem vertiefenden Schwerpunkt)
- **Thema 3: Mengentheoretische Methoden – Überblick über Fuzzy-Set Qualitative Analysis und Necessary Condition Analysis** (fsQCA oder NCA)

- **Thema 4: Triangulation – Verbindung von multivariaten und mengentheoretischen Methoden anhand von Partial-Least-Squares und Necessary Condition Analysis (PLS-SEM und NCA)**

Die vier Themen können mehrfach vergeben werden.

II. Ablauf

Für den Erhalt des Leistungsnachweises ist die schriftliche Anfertigung und Präsentation einer Seminararbeit und die Teilnahme an allen Terminen (Einführung + Verteidigung) erforderlich. Die Themen werden jeweils bis zu dreimal als Individualarbeit vergeben, die Präsentation erfolgt gemeinsam durch die Bearbeiter eines Themas. Relevante Termine sind (Änderungen vorbehalten):

- Anmeldung zum Bachelorseminar zwischen dem 25.01. und 29.01.2021 24:00 Uhr in CampusOnline. Es gilt das First-Come First-Served-Prinzip.
- Einführungsveranstaltung und Themenvergabe (Pflichttermin): Mittwoch, den 03.02.2021, 14:00-15:00 Uhr, Zoom-Veranstaltung (Zugangslink wird den Teilnehmern per Mail geschickt)
- Konsultationen erfolgen nach Vereinbarung und auf individuelle Nachfrage.
- Abgabe der schriftlichen Seminararbeiten: spätestens Sonntag, den 02.05.2021, 24:00 Uhr
- Abgabe der Präsentation: spätestens Sonntag, den 02.05.2021, 24:00 Uhr
- Präsentationstermine (Pflichttermin in Form einer Blockveranstaltung): am Freitag, den 07.05.2021, Zoom-Veranstaltung (Zugangslink wird den Teilnehmern per Mail geschickt)
- Anrechnung: Das Seminar kann für die Marketing-Spezialisierung angerechnet werden. Eine Anrechnung für die Spezialisierung im Dienstleistungsmanagement ist nicht möglich.

III. Anmeldung

Die Anmeldung erfolgt durch jeden Teilnehmer selbst in CampusOnline. Der Eintrag in CampusOnline ist jedoch noch nicht ausreichend für eine Teilnahme. Der Seminarplatz wird erst dann verbindlich zugeteilt, wenn drei Themenwünsche bis 29.01.2021, 24:00 Uhr per E-Mail an Cristopher Kopplin (cristopher.kopplin@uni-bayreuth.de) geäußert werden: Bezug: Bachelorseminar, Platz 1: Themennummer, Platz 2: ..., Platz 3: ... Nach Eingang der Themenpriorisierung wird die Teilnahme vom Lehrstuhl per E-Mail bestätigt.

Die Betreuung der Themen erfolgt durch Herrn Cristopher Kopplin.

(Ausgewählte) Literaturhinweise

Hair, Joseph F., Risher, Jeffrey J., Sarstedt, Marko, Ringle, Christian M. (2019): "When to use and how to report the results of PLS-SEM", *European Business Review*, 31(1), 2-24.

Richter, Nicole F., Schubring, Sandra, Hauff, Sven, Ringle, Christian M., Sarstedt, Marko (2020): „When predictors of outcomes are necessary: guidelines for the combined use of PLS-SEM and NCA“, *Industrial Management & Data Systems*, 120(12), 2243-2267.

Schneider, Carsten Q., Wagemann, Claudius (2010): "Qualitative Comparative Analysis (QCA) and fuzzy-sets: Agenda for a research approach and a data analysis technique", *Comparative Sociology*, 9(3), 376-396.

Wasserstein, Ronald L., Schirm, Allen L., Lazar, Nicole A. (2019): „Moving to a World Beyond “p < 0.05”“, *The American Statistician*, 73(SUP1), 1-19.

Woodside, Arch G. (2013): "Moving beyond multiple regression analysis to algorithms: Calling for adoption of a paradigm shift from symmetric to asymmetric thinking in data analysis and crafting theory", *Journal of Business Research*, 66(4), 463-472.