
Bachelorarbeit am GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence

Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer

GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence



Friedrich-Alexander-Universität
Fachbereich Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften | WiSo

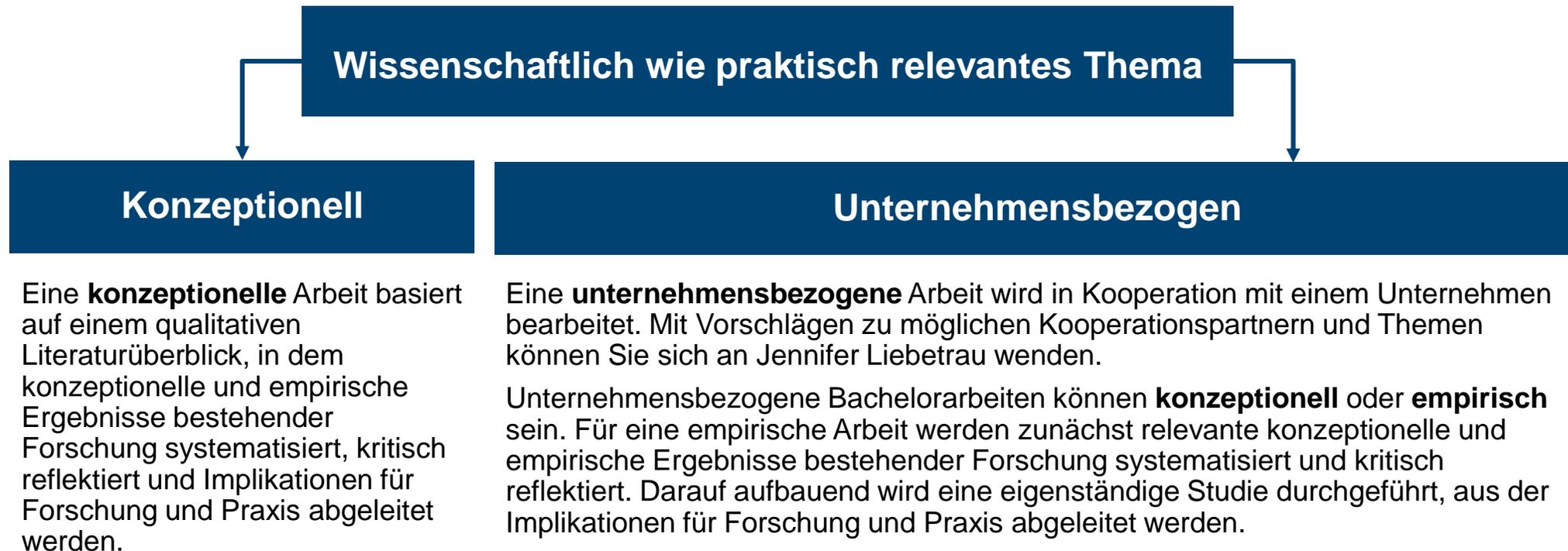
© 2021, Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer. Alle Inhalte in diesem Skript, insbesondere Texte und Grafiken, unterliegen dem deutschen Urheberrecht. Alle Rechte, einschließlich der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bearbeitung und Übersetzung, bleiben vorbehalten. Ein Verstoß gegen das Urheberrecht ist strafbar (§§ 106 ff. UrhG), kann kostenpflichtig abgemahnt werden und einen Schadensersatzanspruch begründen (§ 97 UrhG). Eine Aufzeichnung, Vervielfältigung oder Verwendung von Zoom-Vorträgen (oder Teilen davon) in anderen elektronischen oder gedruckten Publikationen und deren Veröffentlichung ist nicht gestattet.

- Allgemeines
- Voraussetzungen für die Zulassung zur Bachelorarbeit
- Art der Bachelorarbeit
- Ablauf der Bewerbung
- Betreuung und Formales
- Übersicht: Ablauf der Bachelorarbeit

- Studiengangsspezifische Information (Bachelorstudiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften)
 - Das Verfassen der Bachelorarbeit ist für das 6. Semester vorgesehen.
 - Ein Bachelorseminar wird begleitend absolviert.
- Lehrstuhlspezifische Information:
 - Ansprechpartner für Fragen zur Bachelorarbeit: Jennifer Liebetrau, M.A., M.Sc. (jennifer.liebetrau@fau.de)
- Bachelorarbeiten am GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence sind in der Regel konzeptionell.
- Unternehmensbezogene Arbeiten können auch empirisch durchgeführt werden.

- Für Studierende der Bachelorstudiengänge Wirtschaftswissenschaften, Sozialökonomik, International Business Studies, Wirtschaftsinformatik:
 - Siehe Prüfungsordnung der Bachelorstudiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften (BPOWiWi, § 30 Bachelorarbeit)
- Für Studierende des Bachelorstudiengangs Wirtschaftsingenieurwesen:
 - Siehe Modulhandbuch Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor of Science)
- Voraussetzungen des Lehrstuhls:
 - Veranstaltung Absatz sowie ein Vertiefungsmodul Marketing (Dienstleistungsmarketing, Marketing Management, Market und Customer Analytics (ehemals Marktforschung), Einführung in das Online-Marketing) bestanden

- Bachelorarbeiten am GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence sind in der Regel konzeptionell.
- Unternehmensbezogene Arbeiten können auch empirisch durchgeführt werden.



Bei Interesse an...

- ... einem ausgeschriebenen Thema, folgen Sie bitte dem auf der Homepage des Lehrstuhls beschriebenen Bewerbungsprozess
 - Themeneinsicht: letzte zwei Vorlesungswochen
 - Bewerbungszeitraum: letzte Vorlesungswoche (gilt auch für unternehmensbezogenes oder eigenes Thema; nähere Informationen finden Sie auf unserer Lehrstuhl-Webseite)
- ... einem unternehmensbezogenen oder eigenen Thema, wenden Sie sich bitte an Jennifer Liebetrau, M.A., M.Sc. (jennifer.liebetrau@fau.de)
- Unternehmensbezogene Bachelorarbeiten müssen spätestens vier Wochen vor Vorlesungsende mit Jennifer Liebetrau abgestimmt werden

- Betreuung:
 - Die Betreuung der Bachelorarbeit erfolgt individuell durch eine/einen betreuende/n Mitarbeiter/in des Lehrstuhls.
 - Der Rahmen der Betreuung (z.B. Anzahl der Betreuungstermine, Länge der Leseprobe) ist durch das Bachelorseminar grob festgesteckt.
- Formales:
 - Allgemeine inhaltliche und formale Anforderungen (z.B. Seitenzahl) können Sie den formalen Richtlinien für wissenschaftliche Arbeiten des Lehrstuhls entnehmen (siehe Homepage des Lehrstuhls)
 - Die Bachelorarbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden.

Der typische Ablauf der Bachelorarbeit am GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence:

