
Masterarbeit am GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence

Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer

GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence



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

© 2022, 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.

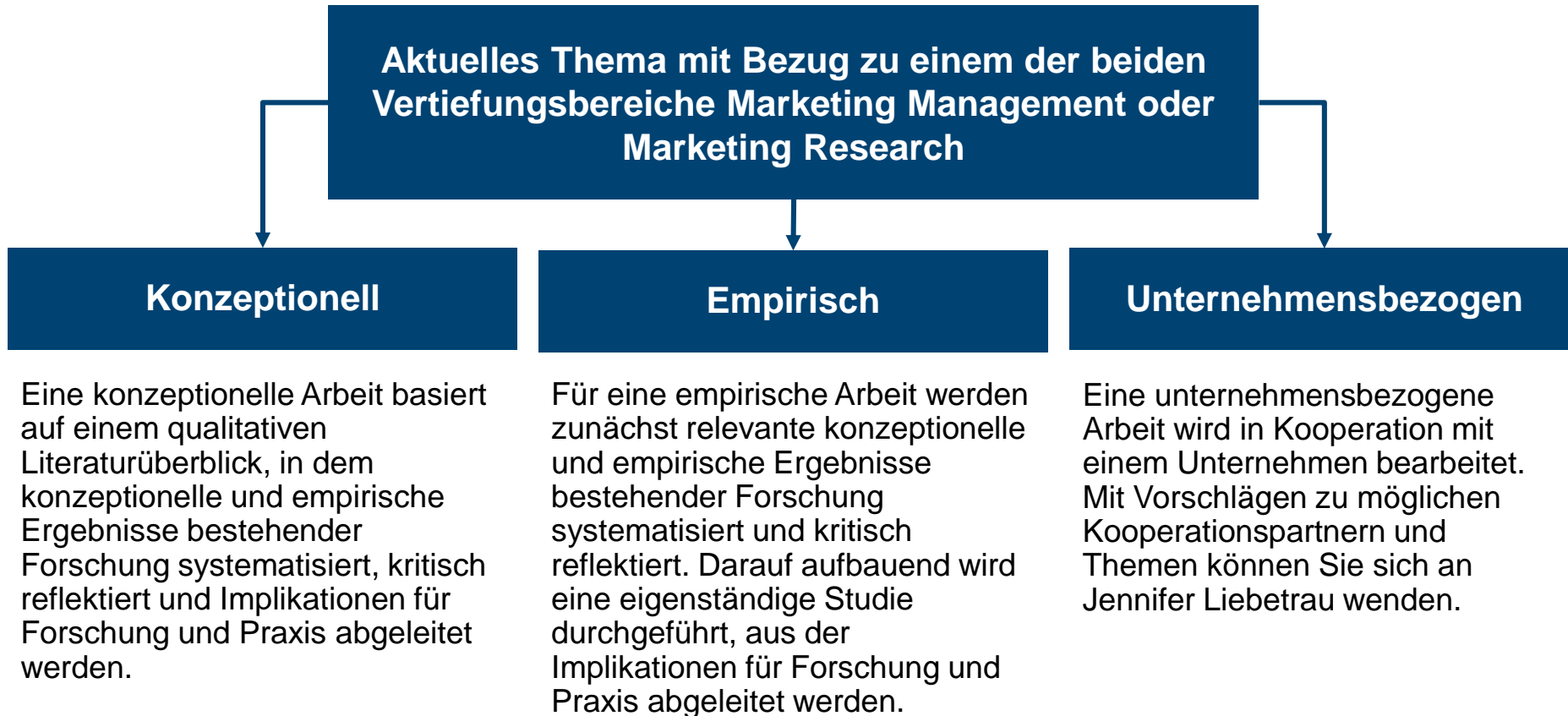
- Allgemeines
- Voraussetzungen für die Zulassung zur Masterarbeit
- Art der Masterarbeit
- Ablauf der Themenvergabe
- Betreuung
- Verlängerung und krankheitsbedingtes Ruhen der Bearbeitungszeit
- Übersicht: Ablauf der Masterarbeit

- Studiengangsspezifische Information (Master in Marketing)
 - Das Verfassen der Masterarbeit ist für das 4. Semester vorgesehen.
 - Bearbeitungsbeginn ist jederzeit möglich.
 - Die Masterarbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden.
 - Während der Bearbeitung muss der/die Studierende an der Universität Erlangen-Nürnberg immatrikuliert sein.

- Lehrstuhlspezifische Information:
 - Ansprechpartner für Fragen zur Masterarbeit: Jennifer Liebetrau, M.A., M.Sc. (jennifer.liebetrau@fau.de)
 - Bei Interesse an einem Thema wenden Sie sich bitte mit einem kurzen Nachweis, dass Sie das Marketingseminar erfolgreich abgeschlossen haben, sowie der Angabe der präferierten Themen bzw. des präferierten Themas an den Betreuer/die Betreuerin der Arbeit
 - Bei eigenen oder unternehmensbezogenen Themenvorschlägen ist zusätzlich ein kurzes Exposé erforderlich
 - Allgemeine inhaltliche und formale Anforderungen (z.B. Seitenzahl) können Sie den formalen Richtlinien für wissenschaftliche Arbeiten des Lehrstuhls entnehmen (siehe Homepage des Lehrstuhls)

- Für Studierende des Master in Marketing:
 - Erbringung der Prüfungsleistung des Marketing Seminars
 - Empfohlen wird, das Marketing Seminar an dem Lehrstuhl zu belegen, an dem der/die Studierende seine/ihre Masterarbeit schreiben möchte.
- Für Studierende anderer Masterstudiengänge:
 - Erbringung der Prüfungsleistung des Marketing Seminars an einem der drei Marketinglehrstühle (Prof. Koschate-Fischer, Prof. Fürst, Prof. Steul-Fischer).
 - Erbringung der Prüfungsleistung einer Veranstaltung im Bereich Marketing
 - Bitte klären Sie weiter die Voraussetzungen Ihres eigenen Masterstudiengangs ab (z.B. im Hinblick auf zugelassene Prüfer, Voraussetzungen zur Zulassung oder ein eventuelles begleitendes Seminar zur Masterarbeit).

Am GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence können Masterarbeiten auf unterschiedliche Art verfasst werden (siehe Ausschreibungstext):



- Masterarbeitsthemen werden auf StudOn („Master in Marketing“) sowie am schwarzen Brett des Lehrstuhls veröffentlicht.
- Bei Interesse an...
 - ... einem ausgeschriebenen Thema, wenden Sie sich bitte direkt an den jeweiligen Betreuer / die jeweilige Betreuerin (siehe Allgemeines).
 - ... einem unternehmensbezogenen Thema, wenden Sie sich bitte an Jennifer Liebetrau, M.A., M.Sc. (jennifer.liebetrau@fau.de)

- Die Betreuung der Masterarbeit erfolgt individuell durch eine/einen betreuende/n Mitarbeiter/in des Lehrstuhls.
- Diese/r ist Ansprechpartner für die Ausschreibung und Vergabe des Themas, Anmeldung der Masterarbeit beim Prüfungsamt und Betreuung während der Masterarbeit.

- Bearbeitungszeit einer Masterarbeit: 6 Monate
- Die Bearbeitungszeit kann auf begründeten Antrag beim Prüfungsamt um maximal 2 Monate verlängert werden.
- Bei Einreichung eines ärztlichen Attests beim Prüfungsamt ruht die Bearbeitungszeit.
- Ein Antrag auf Verlängerung aus anderen Gründen muss beim Lehrstuhl eingereicht werden.

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

