

Abschlussarbeiten am Lehrstuhl Absatz und Marketing

Bachelorarbeit

Voraussetzung:

Für Studierende, die am Lehrstuhl für Absatz und Marketing eine Abschlussarbeit verfassen möchten, gilt die folgende Regelung:

- Grundvoraussetzung ist, dass beide Module „Einführung in das Marketing“ sowie „Strategisches und Internationales Marketing“ mit der Note 3,0 oder besser bestanden sind
- Wenn in beiden Modulen eine Modulnote von 2,0 oder besser erzielt wurde, kann eine Betreuung zugesichert werden
- Wenn in einem oder beiden Modulen eine Note von 2,3 bis 3,0 erzielt wurde, kann die Betreuung erst nach Sichtung der Anzahl der Bewerbungen und Abschätzung der Kapazität des Lehrstuhls zugesagt werden. Dies ist ca. Anfang Februar für das Sommersemester bzw. ca. Anfang August für das Wintersemester der Fall. Daher ist ggf. der Kontakt mit anderen Lehrstühlen bezüglich einer Abschlussarbeit ratsam.

Bearbeitungszeit: 10 Wochen

Zeitplanung:

	Im Sommersemester	Im Wintersemester
Anmeldefrist am Lehrstuhl	bis 15. Januar	bis 15. Juli
Themenvergabe	Mitte April	Ende Oktober
Kolloquientermine*	Ca. Mitte April bis Mitte Juni	Ca. Ende Oktober bis Ende Dezember
Offizielle Anmeldung beim Prüfungsamt	Anfang Mai	Mitte November
Abgabe der Bachelorarbeit (Genauer Abgabetermin wird durch das Prüfungsamt festgelegt)	Ca. Ende Juli	Ca. Ende Januar

Anmeldung:

Die Anmeldungen erfolgen über das Sekretariat bei Frau Delgado (marketing@uni-oldenburg.de)

Inhaltliche Ansprechpartner:

Gerrit Sundermann, M.A. und Dr. Sören Sundermann

* Die Teilnahme an den Kolloquien ist obligatorisch.

Grundsätzliches Procedere:

Nach fristgerechter Anmeldung erhalten die Studierenden zu Beginn des Semesters eine Themenliste aus der sie ein (ggf. leicht modifiziertes) Thema für Ihre Abschlussarbeit wählen können. Falls Studierende Interesse daran haben, ein eigenes Thema zu stellen, so sollten sie den jeweiligen inhaltlichen Ansprechpartnern zwei Monate vor Semesterbeginn konkrete Themenvorschläge schicken. Hierfür ist auf ca. 2 Seiten eine ausformulierte Themenvorstellung (Forschungshintergrund und -bedarf, Ziel, geplantes Vorgehen) einzureichen, welche im Lehrstuhlteam diskutiert wird. Das Lehrstuhlteam wird nach der Prüfung des Vorschlages an die betroffenen Studierenden herantreten.

Masterarbeit

Voraussetzung:

Für Studierende, die am Lehrstuhl für Absatz und Marketing eine Abschlussarbeit verfassen möchten, gilt die folgende Regelung:

- Grundvoraussetzung ist, dass die Module „Entwicklungslinien der Marketingforschung“ sowie „Institutionelle, Sektorale und Funktionale Ansätze des Marketing“ mit der Note 3,0 oder besser bestanden sind
- Wenn in beiden Modulen eine Modulnote von 2,0 oder besser erzielt wurde, kann eine Betreuung zugesichert werden
- Wenn in einem oder beiden Modulen eine Note von 2,3 bis 3,0 erzielt wurde, kann die Betreuung erst nach Sichtung der Anzahl der Bewerbungen und Abschätzung der Kapazität des Lehrstuhls zugesagt werden. Dies ist ca. Anfang Februar für das Sommersemester bzw. ca. Anfang August für das Wintersemester der Fall. Daher ist ggf. der Kontakt mit anderen Lehrstühlen bezüglich einer Abschlussarbeit ratsam.

Bearbeitungszeit: max. 5 Monate

Zeitplanung:

	Im Sommersemester	Im Wintersemester
Anmeldefrist am Lehrstuhl	bis 15. Januar	bis 15. Juli
Themenvergabe	Mitte April	Ende Oktober
Offizielle Anmeldung beim Prüfungsamt	Anfang Mai	Mitte November
Abgabe der Masterarbeit (Genauer Abgabetermin wird durch das Prüfungsamt festgelegt)	Ca. Ende September	Ca. Ende März

Anmeldung:

Die Anmeldungen erfolgen über das Sekretariat bei Frau Delgado (marketing@uni-oldenburg.de)

Inhaltlicher Ansprechpartner:

Prof. Dr. Thorsten Raabe

* Die Teilnahme an den Kolloquien ist obligatorisch.