

Hinweise zur Erstellung von Exposés für empirische Abschlussarbeiten am Fachgebiet Marketing

Eine empirische Forschungsarbeit soll aufbauend auf theoretischen Grundlagen spezifische Zusammenhänge herleiten und an der Realität überprüfen. Das Vorgehen kann sowohl qualitativer als auch quantitativer Natur sein. Aufgrund der eigenständigen Datenerhebung setzt empirisches Forschen erweiterte Kenntnisse der Methoden empirischer Sozialforschung und statistischer Verfahren voraus.

1. Problemstellung und Relevanz des Themas

Im ersten Schritt soll der Problembereich des geplanten Themas der Abschlussarbeit abgegrenzt und in die Fachdisziplin eingeordnet werden. Dabei gilt es die derzeitige Bedeutung des Themas für Unternehmen und Wissenschaft zu begründen. Anschließend sind zentrale Begriffe der Arbeit kurz und prägnant abzugrenzen.

Zentrale Fragestellung:

- Warum ist das Thema für Unternehmen und die Wissenschaft relevant?

2. Stand der Forschung

Das Erfassen des bisherigen Forschungsstandes zum Thema der Abschlussarbeit dient dazu, sich mit der betrachteten Problematik vertraut zu machen und den Status Quo der wissenschaftlichen Forschung zur gewählten Thematik darzustellen. Die spätere Arbeit wird dadurch erleichtert, dass erfasst wird, was über den Forschungsgegenstand bekannt ist und wie verwandte Problemstellungen bisher bearbeitet wurden.

Zentrale Fragestellungen:

- Inwieweit ist die Themenstellung bereits wissenschaftlich untersucht worden?
- Welches sind die bedeutendsten wissenschaftlichen Beiträge zu dem Thema?

3. Zielstellung

Aus der Abgrenzung des Problembereichs und dem Wissen über den Forschungsstand lässt sich nun im nächsten Schritt die konkrete Zielsetzung der Arbeit formulieren. Dabei steht das Aufstellen empirisch prüfbarer Fragestellungen im Mittelpunkt. Dies dient der präzisen Eingrenzung des eigenen Themas.

Zentrale Fragestellungen:

- Was ist die konkrete Zielstellung der Abschlussarbeit?
- Welche verschiedenen Aspekte beinhaltet die Themenstellung?
- Welche Fragen sollen empirisch beantwortet werden?

4. Aufbau der Arbeit

Parallel zur Formulierung der Forschungsfragen sind die im Rahmen der Arbeit relevanten Aspekte des Themas zu identifizieren und zu strukturieren. Die Gliederung wird in der Regel bis zur endgültigen Anmeldung und auch im Laufe der Arbeit immer wieder angepasst und überarbeitet. Das Exposé sollte neben einer begründeten Beschreibung des Aufbaus der Arbeit eine übersichtliche Darstellung der geplanten Gliederungspunkte im Stil eines Inhaltsverzeichnisses beinhalten. Diese zählt nicht in den Umfang der sieben Seiten mit hinein.

5. Entwicklung eines Untersuchungsmodells

Die Beschreibung der zu untersuchenden Fragestellung erfolgt in Form von Hypothesen, die nachvollziehbar begründet und empirisch überprüfbar sein müssen. Hypothesen beschreiben Zusammenhänge zwischen den zu untersuchenden Größen (Variablen). In der Regel ist es zweckmäßig, die zu untersuchenden Zusammenhänge in einem Untersuchungsmodell grafisch darzustellen.

6. Auswahl empirischer Forschungsmethoden / -instrumente

Empirisches Arbeiten erfordert die Anwendung von Methoden. Diese können als der Weg, den ein Forscher zurücklegt, um zu seinem Ziel, der Lösung eines wissenschaftlichen Problems zu gelangen, verstanden werden. Die Bearbeitung einer empirischen Abschlussarbeit setzt voraus, dass Methoden der Marketingforschung zur Beantwortung der Fragestellungen genutzt werden. Daher ist es unerlässlich sich einen Überblick zu verschaffen, welche Methoden vorhanden und anwendbar sind.

Zentrale Fragestellungen:

- Welcher theoretischen oder methodischen Grundrichtung folgt die Arbeit?
- Welche Methoden können zur Beantwortung der Fragestellung genutzt werden?
- Welche Vor- und Nachteile weisen die identifizierten Forschungsmethoden auf?
- Lässt sich die Auswahl der gewählten Methode / Instrumente hinreichend begründen?

7. Literaturverzeichnis

Den Schluss des Exposés bildet ein Literaturverzeichnis. Hier ist auch die im Forschungsstand erwähnte Literatur zu dokumentieren. Als Quellen qualifizieren sich in erster Linie wissenschaftliche Beiträge aus (internationalen) Fachzeitschriften, Dissertationen, wissenschaftliche Monographien und Sammelbände. In gewissen Umfang auch Arbeitspapiere akademischer Institutionen und Konferenzbände. Zu vermeiden sind Praktikerliteratur und Lehrbücher, da sie die Themen oft weder fundiert noch differenziert darstellen.

Anmerkung

Das Exposé sollte einen Umfang von etwa **sieben Seiten umfassen**. Die Anfertigung ist eine **zwingende Voraussetzung für die Betreuung** von Abschlussarbeiten am Fachgebiet Marketing. Es empfiehlt sich, frühzeitig einen präzisen Zeitplan aufzustellen, wann welche Teilaufgaben bei der Erstellung der Arbeit abgeschlossen sein sollen. Der Zeitplan sollte mit der/m Betreuer:in frühzeitig abgestimmt werden.

Weiterführende Literatur

Berger-Grabner, D. (2016): Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Döring, N. / Bortz, J. (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, Berlin Heidelberg

Goldenstein, J. / Hunoldt, M. / Walgenbach, P. (2018): Wissenschaftliche (s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften: Themenfindung - Recherche - Konzeption - Methodik - Argumentation, Wiesbaden.

Kromrey, H. / Roose, J. / Strübing, J. (2016) Empirische Sozialforschung: Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung mit Annotationen aus qualitativ-interpretativer Perspektive, 13., völlig überarbeitete Auflage, Konstanz München.