



Universität St.Gallen

Institut für Marketing und Customer Insight

Abschlussarbeiten am Institut für Marketing und Customer Insight

Hinweise für Master-, Diplom- und Bachelorarbeiten

Prof. Dr. Sven Reinecke

From insight to impact.

Was ist der Sinn und Zweck der Abschlussarbeit?

- Abschlussarbeit = Prüfungsarbeit
- wissenschaftliche Arbeit mit eigenständigem Erkenntnisbeitrag zu einem relevanten Marketingthema
- saubere Literaturlarbeit
- solide empirische Arbeit
- kritisch-reflektierende Grundhaltung
- eigenständiges Projektmanagement

Was ist die Aufgabe der Betreuungsperson?

- Themenvergabe
- Feedback- und Inputgeber
(Literatur, Empirie ...)
- wohlwollende Unterstützung und Beratung
(Entscheidungen verbleiben bei den Studierenden)
- Begutachtung der Arbeit

Nicht:

- Projektmanager der Abschlussarbeit
- primäre Ansprechperson für Partnerunternehmen
- Prozessmanagement mit dem Studierendensekretariat

Wie erfolgt die Themenvergabe am Institut für Marketing und Customer Insight?

- Themenliste auf Thesis-Portal: <https://imc.unisg.ch/lehre/abschlussarbeiten/>
- Bewerbungen erfolgen ausschliesslich über dieses Portal.
- Die gelisteten Themen entsprechen den Forschungsinteressen der Institutsmitarbeitenden; Betreuungspersonen werden themenspezifisch zugewiesen.
- Eigene Themen können mit ausführlicher Beschreibung über das Portal vorgeschlagen werden. Die Wahrscheinlichkeit der Annahme eines eigenen Vorschlags hängt stark vom Thema und der Auslastung der Betreuungspersonen ab.
- Es ist möglich, dass zeitweise gar keine Themen mehr vergeben werden können oder diese auf gewisse Programme, in denen die Betreuungspersonen engagiert sind, beschränkt werden müssen.

Kann die Arbeit in Kooperation mit einem Unternehmen erstellt werden?

- Das ist grundsätzlich möglich (z.B. bei besonderem Datenzugang).
- Eine doppelte Zielsetzung kann zu Zielkonflikten führen („Man ist Diener zweier Herren.“). Ein Beratungsprojekt ist keine wissenschaftliche Abschlussarbeit.
- Die Koordination und Abstimmung mit etwaigen Unternehmenspartnern ist Aufgabe der Studierenden, nicht der Betreuungspersonen.
- Es empfiehlt sich, den Namen von Kooperationspartnern nicht in den Titel der Abschlussarbeit zu integrieren.

Wie laufen Besprechungen mit den Betreuungspersonen ab?

- Grundsätzlich ist der Betreuungsperson 3 Tage vor der Besprechung ein kurzes Paper mit folgenden Punkten per E-Mail zuzustellen:
 1. Problemstellung (2 Seiten)
 2. Zielsetzung (Haupt- und Unterziele) (1 Seite)
 3. Vorgehen/Methodik (Empirie) (1 Seite)
 4. Vorläufige Gliederung (1-2 Seiten)
 5. Konkrete Fragen an den Referenten
- Bei jedem Folgegespräch ist eine aktualisierte Version zuzustellen.
- Besprechungen erfolgen (themenabhängig) nicht immer mit der Betreuungsperson, sondern auch mit den wissenschaftlichen Mitarbeitenden des Instituts (Doktorierende).
- Anzahl der Gespräche: abhängig vom Unterstützungsbedarf, mindestens jedoch 2 (auch telefonisch oder per Zoom oder Teams möglich, notfalls per E-Mail)
- Die Gesamtarbeit wird vorgängig von der Betreuungsperson nicht durchgesehen oder vorkorrigiert.

Welche empirischen Methoden sind möglich?

- Der empirische Teil prägt massgeblich die wissenschaftliche Eigenleistung der Arbeit. Reine Literaturarbeiten sind selten (Ausnahme: Metastudien).
- Die Methodenwahl hängt vom Thema und der Zielsetzung ab.
- Grundsätzlich sind sowohl qualitative Forschung (Expertengespräche, Delphi-Studie, Fokusgruppen ...) als auch quantitative Forschung (meist standardisierte Befragungen, Experimente) sowie eine Kombination möglich.
- Die Beschaffung einer ausreichenden Datenbasis (z.B. Expertenakquisition, Adresspool für standardisierte Befragungen) ist Teil der Abschlussarbeit.
- Die Referenten geben Hinweise zu Datenerhebungs- und Auswertungsinstrumenten (IT-Tools).

Wie umfassend muss die Empirie sein?

- themenabhängig, d.h. es gibt keine Grundregel
- bei qualitativer Forschung: Wichtig ist immer die Frage, ob weitere Gespräche zu einem Erkenntnisgewinn führen.
- quantitative Forschung (Faustregeln!!!):
 - Unter $n = 30$ sind die meisten quantitativen Verfahren i.d.R. nicht zielführend.
 - Multivariate Analyseverfahren sind häufig erst ab $n > 100$ wirklich ergiebig.
- Die empirische Dokumentation (z.B. Transkription von Interviews oder Datenauswertungen) erfolgt in der Regel im Anhang der Arbeit; Details sind mit der Betreuungsperson zu besprechen.

Welche Grundsätze gelten für den Aufbau der Arbeit?

- Die Einleitung besteht immer mindestens aus Problemstellung, Zielsetzung und einer Darstellung der Forschungsmethodik, ggf. noch Definitionen und – falls nicht aus der Disposition ersichtlich – einer Erläuterung des Aufbaus der Arbeit.
- Der rote Faden der Arbeit muss sowohl durch die Gliederung als auch den Text sichtbar werden.
- Eine „Kopflastigkeit“ der Arbeit (sehr grundsätzliche Vorstellung des Themas, allgemeine und breite Markt-/ Unternehmensbeschreibungen) ist zu vermeiden. Es gilt: Diagnosen statt Analysen. Der Fokus sollte auf dem zentralen Thema liegen.
- Abschlussarbeiten sind keine Lehrbücher. Der aktuelle Stand der Forschung ist prägnant darzulegen.
- Sehr wichtig sind eine kritische (!) Würdigung der eigenen Arbeit und die Darlegung des weiteren Forschungsbedarfs.

Was ist bzgl. Literaturarbeit, Sprache & Formalia wichtig?

- Hier gelten die Grundsätze der Universität St.Gallen (HSG) für die jeweiligen Bachelor- und Masterarbeiten.
- Zitierweise und wissenschaftliche Dokumentation sollte so erfolgen, wie sie in den Lehrveranstaltungen zum wissenschaftlichen Arbeiten vermittelt wird. Wichtig sind:
 - Einheitlichkeit (eine durchgehende Zitierweise, z.B. APA-Methode)
 - wissenschaftliche Nachvollziehbarkeit
 - Primär- vor Sekundärquellen
 - Aktualität der Quellen
 - Berücksichtigung der relevanten internationalen wissenschaftlichen Forschung
 - Zurückhaltung bei und kritische Reflexion von Internetquellen
- (Eigene) Abbildungen verbessern die Struktur und Übersichtlichkeit und erhöhen die Eigenleistung.
- Die wissenschaftliche Sprachqualität ist äusserst wichtig.

Wie wird die Arbeit bewertet?

- Die Arbeit wird mit Hilfe des Beurteilungsformulars der Universität St.Gallen (HSG) bewertet.
- Die Höchstnote wird nur vergeben, wenn die Arbeit in jeder Hinsicht herausragend ist und inhaltlich sowie formal höchste wissenschaftliche Standards erfüllt. Sie wird nur mit besonderer Begründung vergeben.
- Die Studierenden können das Gutachten nach der offiziellen Notenverkündung durch die Universität am Institut für Marketing und Customer Insight einsehen (Antrag per Mail an die Betreuungsperson).
- Bezüglich Weitergabe der Arbeit an Externe sowie der Freigabe der Arbeit zur Veröffentlichung gelten die Regeln des Studierendensekretariat.



Universität St.Gallen

Institut für Marketing und Customer Insight

Kontakt

Prof. Dr. Sven Reinecke

Geschäftsführender Direktor

Universität St.Gallen (HSG)
Institut für Marketing und Customer Insight
Dufourstrasse 40a
9000 St.Gallen
Schweiz

+41 71 224 28 73

sven.reinecke@unisg.ch

imc.unisg.ch

From insight to impact.

