



## Seminar zum Marketing: It's all about the fake? Falsche Bewertungen im Internet Wintersemester 2019/2020

Im Wintersemester 2019/2020 werden **zwei** Seminare zum Marketing angeboten. Sie können zwischen dem Seminar „It's all about the fake? Falsche Bewertungen im Internet“ und dem Seminar zur Markenführung umweltfreundlicher Marken wählen. Bitte beachten Sie hierzu die spezifischen Informationen zu den Anmeldemodalitäten auf den jeweiligen Aushängen. Anbei finden Sie die Eckdaten zum Seminar: It's all about the fake? Falsche Bewertungen im Internet.

Online-Produktbewertungen stellen inzwischen eine bedeutende Informationsquelle im Kaufentscheidungsprozess dar. Die Manipulation solcher Bewertungen hat sich zunehmend zu einer Herausforderung für Forschung und e-Commerce-Industrie entwickelt. Im Rahmen des Seminars begeben sich die TeilnehmerInnen auf die Suche nach möglichen Ursachen und Folgen solcher fiktiven Bewertungen und untersuchen ihre Bedeutung für das Marketing.

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Studiengänge</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>alle Studiengänge, die eine wirtschaftswissenschaftliche Vertiefung erfordern (z. B. Medienwissenschaft, Technologie-orientiertes Management)</li> </ul>   |
| <b>Anmeldung</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>5. September 2019 (ab 14 Uhr)</b> bis 12. September 2019 (12 Uhr)</li> <li><b>Stud.IP „Seminar zum Marketing: It's all about the fake? Falsche Bewertungen im Internet“</b></li> <li>Die Anmeldung ist <b>verbindlich</b> und verpflichtet zur Teilnahme.</li> </ul>  |
| <b>Leistungsumfang</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Anfertigung einer Seminararbeit</b> (ca. 20 Seiten) in der Gruppe (3-4 Teilnehmer) zu einem vorgegebenen Thema</li> <li><b>Präsentation der Inhalte</b> der Seminararbeit (15 Minuten pro Gruppe mit anschließender Diskussion)</li> <li>Die Qualifikationsziele des Seminars sind <b>selbstständiges wissenschaftliches Arbeiten</b> und das <b>Erlernen des wissenschaftlichen Diskurses</b>. Um diese nachzuweisen, sind Sie <b>verpflichtet</b>, am Präsentationstermin teilzunehmen und sich aktiv in das Seminar einzubringen.</li> </ul> |
| <b>Bearbeitungszeitraum</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>25. Oktober 2019 – 07. Februar 2020</b></li> <li>Abgabe der Seminararbeit <b>am 07. Februar 2020 per E-Mail (12 Uhr)</b> an Herrn Malte Fiedler</li> </ul>  |
| <b>Termine</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>25. Oktober 2019/13:00-14:30 Uhr</b> (Seminarraum Institut für Marketing) Einführung in das Seminar, Themenvergabe und Gruppeneinteilung</li> <li><b>20. Januar 2020/13:00-17:00 Uhr</b> (Seminarraum Institut für Marketing) Präsentation der Seminararbeiten als Blockveranstaltung (Präsentation des Zwischenstandes)</li> <li><b>Gastvortrag von Herrn Prof. Wagner (Uni Wien) am 22.01.2020</b></li> <li>Räume und weitere Termindetails werden über das Stud.IP oder per E-Mail bekannt gegeben.</li> </ul>                               |

Stand: 26.08.2019

Sollten Sie weitere organisatorische Fragen haben, können Sie sich gerne an Herrn Malte Fiedler ([malte.fiedler@tu-braunschweig.de](mailto:malte.fiedler@tu-braunschweig.de)) wenden.