Technische Universität Braunschweig

Wissenschaftliches Arbeiten

Agenda

- **Einleitung**
  - Was ist wissenschaftliches Arbeiten?
  - Prinzipien wissenschaftlichen Arbeitens
- **Zur Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit**
  - Arbeitsschritte
  - Themenanalyse
  - Literaturrecherche, -beschaffung und -verwaltung
  - Literaturbearbeitung
  - Strukturierung der Arbeit
  - Formale Richtlinien
  - Zeitplanung
- **Allgemeine Hinweise**
  - Praxisarbeiten
  - Umgang mit dem Betreuer
  - Die häufigsten Fehler

- **Einleitung**
  - Was ist wissenschaftliches Arbeiten?
  - Prinzipien wissenschaftlichen Arbeitens
- **Zur Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit**
  - Arbeitsschritte
  - Themenanalyse
  - Literaturrecherche, -beschaffung und -verwaltung
  - Literaturbearbeitung
  - Strukturierung der Arbeit
  - Formale Richtlinien
  - Zeitplanung
- **Allgemeine Hinweise**
  - Praxisarbeiten
  - Umgang mit dem Betreuer
  - Die häufigsten Fehler

Was ist wissenschaftliches Arbeiten?

Ziel des wissenschaftlichen Arbeitens ist es,

ein Thema unter Zuhilfenahme der Literatur eigenständig und nachvollziehbar zu durchdenken und schriftlich und/ oder mündlich darzustellen!

Vgl. Rossig/Pratsch 1998, S. 1.

Prinzipien wissenschaftlichen Arbeitens

- Ehrlichkeit
- Vollständigkeit
- Eigenständigkeit
- Objektivität und Nachprüfbarkeit
- Übersichtlichkeit

Vgl. Drügg 1998, S. 120.

- **Einleitung**
  - Was ist wissenschaftliches Arbeiten?
  - Prinzipien wissenschaftlichen Arbeitens
- **Zur Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit**
  - Arbeitsschritte
  - Themenanalyse
  - Literaturrecherche, -beschaffung und -verwaltung
  - Literaturbearbeitung
  - Strukturierung der Arbeit
  - Formale Richtlinien
  - Zeitplanung
- **Allgemeine Hinweise**
  - Praxisarbeiten
  - Umgang mit dem Betreuer
  - Die häufigsten Fehler

Arbeitsschritte bei der Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit

Vgl. Ebster/Stalzer 2003, S. 21.

Themensuche: Vom Thema zur Fragestellung

Thema/Titel der Arbeit

- Identifikation der Untersuchungsgegenstände – Was soll behandelt werden?
- Problemaufriss, Hinführung zum Thema – Warum ist dieses Thema von allgemeinem Interesse?
- Definition von themenspezifischen Zielen – Wohin soll die Arbeit führen? Was ist das Ziel?

Fragestellung

Literaturrecherche: Quellen

- Lehrbücher als Einstieg
- Handwörterbücher
- Fachlexika
- Fachzeitschriften: Eine der wichtigsten Quellen für Ihre wissenschaftliche Arbeit!
- Elektronische Fachzeitschriften („E-Journals”)
- Fachbibliographien
- Dissertationen
- Internetquellen
  - Wikipedia als Einstieg (nicht zitierfähig)!
  - Expertenblogs
  - Studien, Agenturen, Beratungen, Fachpresse, wissenschaftliche Institutionen etc.

Adäquate Literaturauswahl (I)

zitierwürdig	z.T. zitierwürdig und beschränkt zitierfähig	i.d.R. nicht zitierwürdig
• Originalarbeiten • Wissenschaftliche Fachbücher • Fachwörterbücher und -lexika • Dissertationen • Artikel in Fachzeitschriften • E-Journals im Internet	• Firmenschriften • Diplomarbeiten • Graue Literatur	• Praktikerbücher • Allgemeine Lexika • Einführungsliteratur • Skripten • Seminararbeiten • Artikel in Boulevardzeitungen • allgemeine Seiten im Internet

Vgl. Ebster/Stalzer 2003, S. 70.

Adäquate Literaturauswahl (II)

Anforderungen:

- Möglichst hochrangige Quellen verarbeiten und zitieren
  - Rankings: Jourqual, GeMark, Social Sciences Citation Index (SSCI)
- Beispiele für gute Journals/ Quellen sind:

Marketing ZfP

WiSt

wisu

Absatzwirtschaft

Journal of Marketing

Journal of Marketing Research

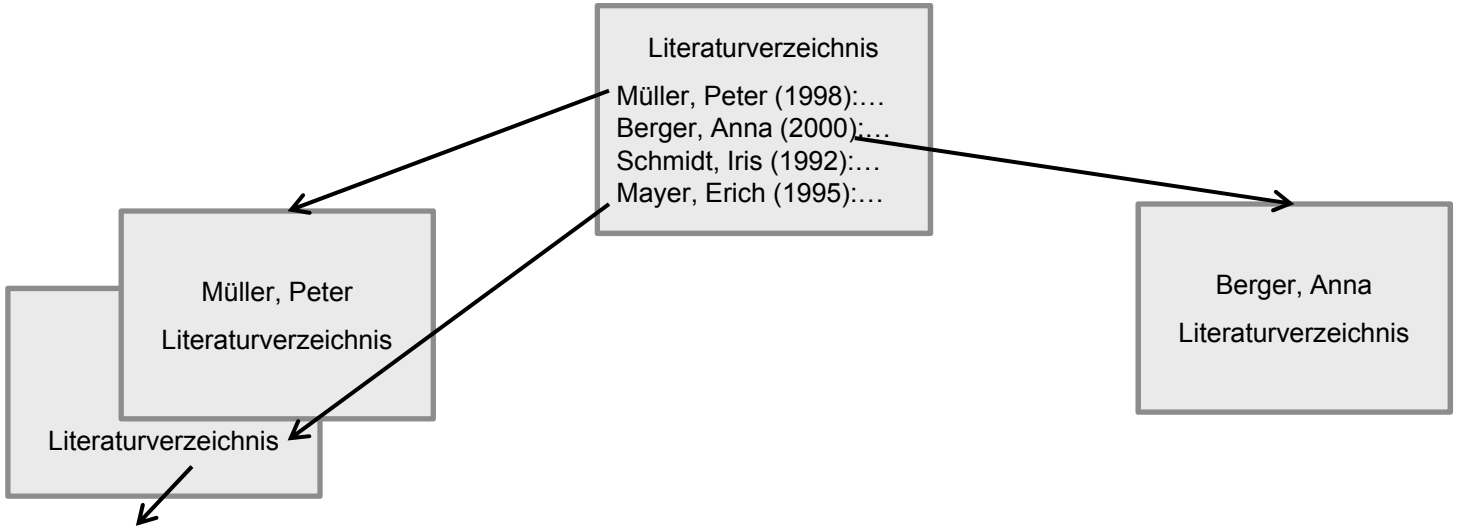
Journal of Consumer Research

Marketing Science

Journal of Retailing

Literaturrecherche: Vorgehensweisen

- Systematische Recherche nach Schlagwörtern
  - auch auf Englisch, themenverwandte Begriffe, Synonyme
- Schneeballsystem



Vgl. Ebster/Stalzer 2003, S. 45.

Instrumente zur Literaturrecherche und –beschaffung

- Wissenschaftliche Bibliotheken
  - Universitätsbibliotheken (helfen gerne bei der Literaturbeschaffung!)
  - Bibliotheksverbünde (Fernleihe, GBV/GVK-Plus, KVK)
- Online Datenbanken
  - teilweise Zugang über Universitätsbibliotheken
  - Literaturdatenbanken (z.B. WISO für wirtschafts- u. sozialwissenschaftliche Literatur)
- Internet/ Suchmaschinen (z.B. Google, Google Scholar, Twitter etc.)

Universitätsbibliothek

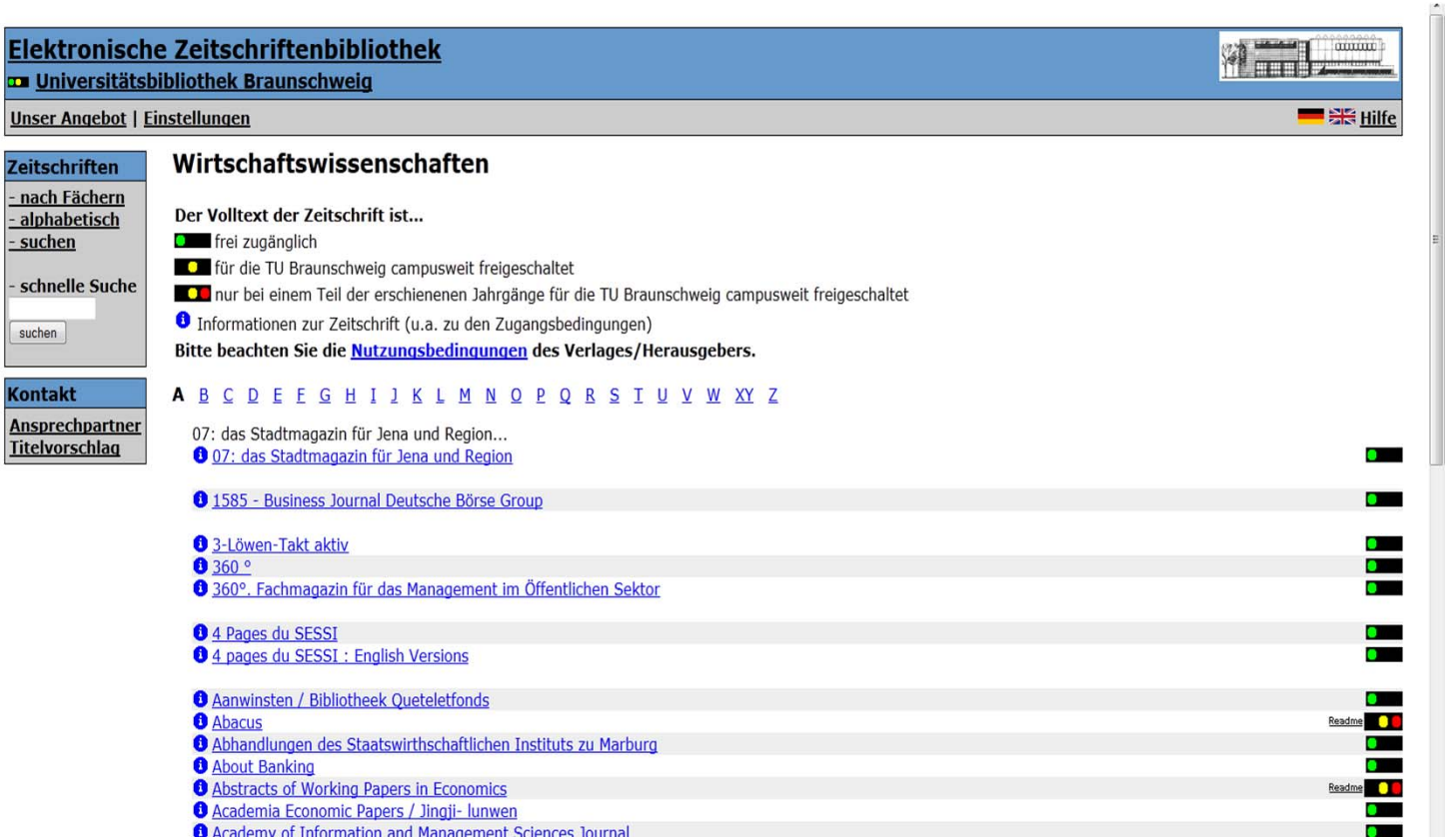
Universitätsbibliothek Braunschweig

http://www.biblio.tu-bs.de/literatursuche.html

Journals

Elektronische Zeitschriftenbibliothek

http://rzblx1.uni-regensburg.de/ezeit/fl.phtml?bibid=TUBS&colors=3&lang=de&notation=Q



Internet-Suchmaschinen

Google Scholar

http://scholar.google.de/

Google scholar | Mobile Advertising | Suche | Erweiterte Scholar-Suche

Web-Suche | Seiten auf Deutsch

Scholar | Jederzeit | Zitate einschließen | E-Mail-Alert erstellen | Ergebnisse **1** - **10** von ungefähr **839.000**. (**0,16** Sek.)

Tipp: Suchen Sie nur nach Ergebnissen auf **Deutsch**. Sie können Ihre Sprache in den Scholar-Einstellungen. festlegen.

Consumer attitudes toward **mobile advertising**: An empirical study [PDF] von nsysu.edu.tw
MM Tsang, SC Ho... - International Journal of Electronic ..., 2004 - ME Sharpe
The rapid proliferation of **mobile** phones and other **mobile** devices has created a new channel for marketing. The use of Short Messaging Service to access customers through their handheld devices is gaining popularity, making the **mobile** phone the ultimate ...
Zitiert durch: 268 - Ähnliche Artikel - Alle 17 Versionen

Permission-based **mobile advertising**
P Barwise... - Journal of interactive Marketing, 2002 - Wiley Online Library
Abstract This article reports the results of a study of permission-based **advertising** via **mobile** phones. The study, part of the proof of concept for a UK startup, specifically explored the effectiveness of SMS text messaging as an **advertising** medium for reaching young adults. ...
Zitiert durch: 261 - Ähnliche Artikel - Alle 5 Versionen

Bluetooth and WAP push based location-aware **mobile advertising** system [PDF] von psu.edu
L Aalto, N Göthlin, J Korhonen... - ... conference on **Mobile** systems ..., 2004 - dl.acm.org
Abstract **Advertising** on **mobile** devices has large potential due to the very personal and intimate nature of the devices and high targeting possibilities. We introduce a novel B-MAD system for delivering permission-based location-aware **mobile** advertisements to **mobile** ...
Zitiert durch: 191 - Ähnliche Artikel - Alle 12 Versionen

Factors influencing consumers' willingness to accept **mobile advertising**: a conceptual model [PDF] von itu.dk
M Leppaniemi... - International Journal of **Mobile** ..., 2005 - Inderscience
The purpose of the present study is to build a conceptual model of consumers' willingness to accept **mobile advertising**. First, the study investigates factors that influence the acceptance of **mobile advertising** from both industry's and consumers' point of view. Second, based on ...
Zitiert durch: 108 - Ähnliche Artikel - Alle 14 Versionen

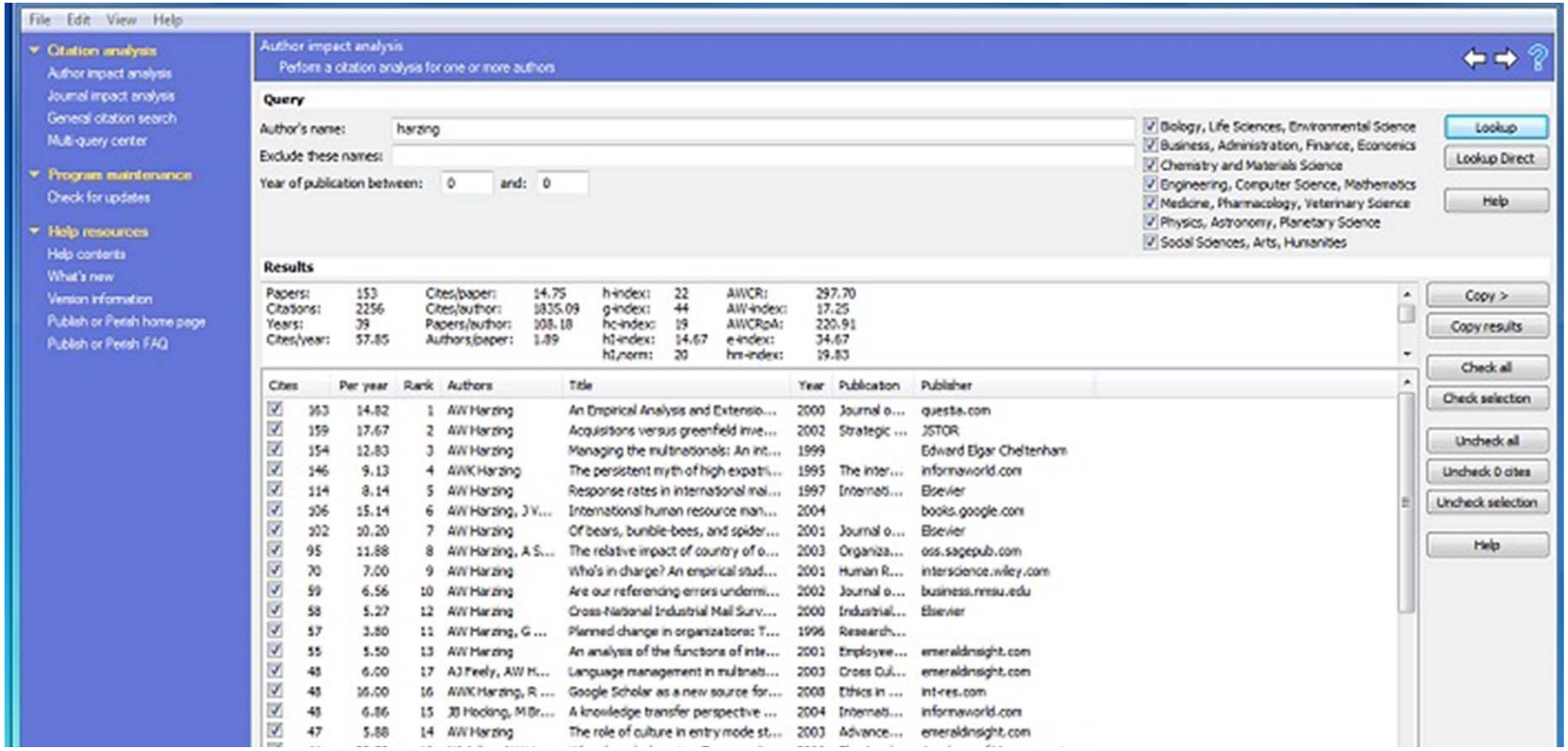
Increasing **advertising** value of **mobile** marketing-an empirical study of antecedents
P Haghirian, M Madlberger... - System Sciences, 2005. ..., 2005 - ieeexplore.ieee.org
Abstract **Mobile** marketing offers great opportunities for businesses. Marketing activities supported by **mobile** devices allow companies to directly communicate with their consumers without time or location barriers. Possibilities for marketers are numerous, but many ...
Zitiert durch: 73 - Ähnliche Artikel - Alle 3 Versionen

A recommendation mechanism for contextualized **mobile advertising** [PDF] von yonsei.ac.kr
ST Yuan... - Expert Systems with Applications, 2003 - Elsevier
Mobile advertising complements the Internet and interactive television **advertising** and

Sonstige Tools

Publish or Perish

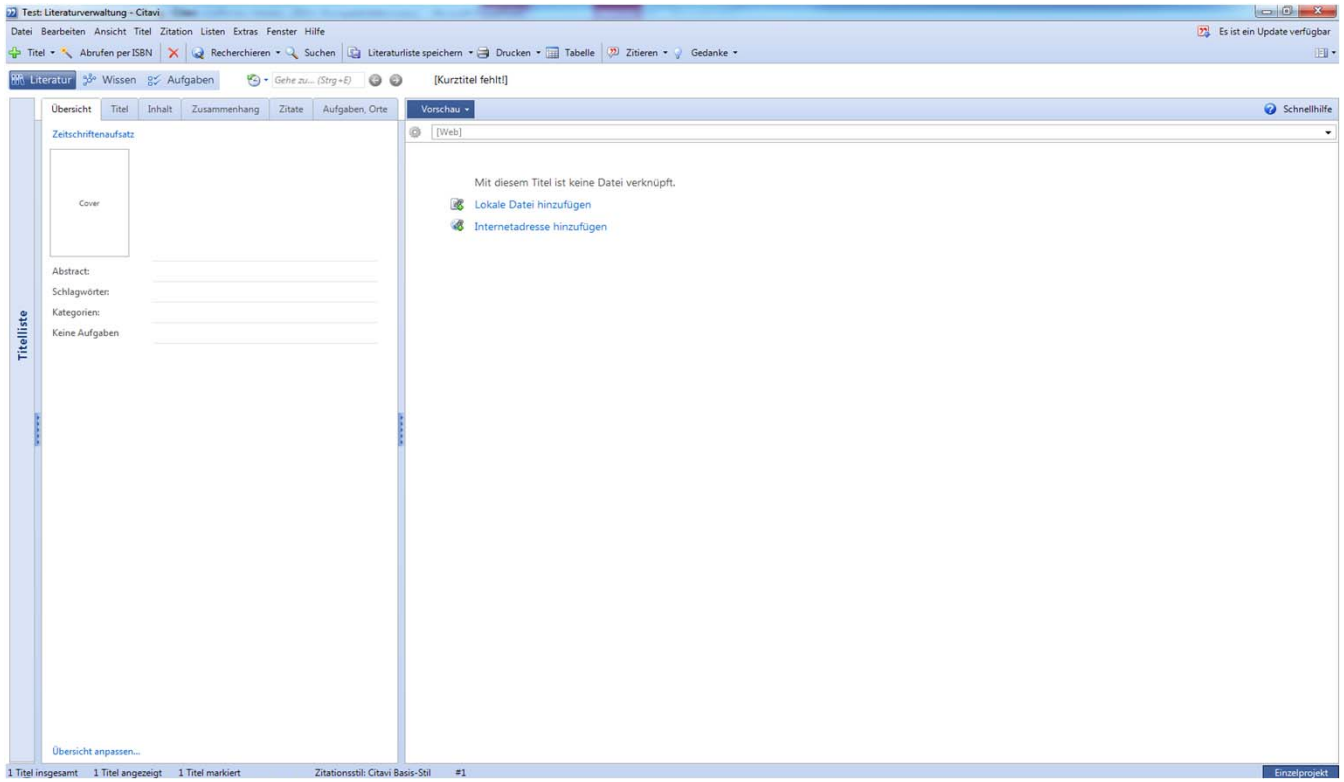
http://www.harzing.com/pop.htm



Literaturverwaltung

Citavi

http://www.citavi.com/tu-braunschweig



Literaturbearbeitung

- **Korrekte Auswertung**
  - sorgsame Verarbeitung: keine Verfälschung, keine freie Interpretation der Quelle
  - möglichst aus der aktuellsten Auflage zitieren
  - Verwendung von Primärquellen – soweit verfügbar und zumutbar

- **Kritische Auswertung**
  - Literatur nicht nur wiedergeben, sondern sich mit ihr auseinandersetzen (erwartete eigenständige Leistung)
  - auf Schwachstellen bzw. Widersprüche prüfen
  - bei empirischen Untersuchungen die Methodik bzw. die Interpretation der Untersuchungsergebnisse hinterfragen

Adäquate Zitierweise

Direkte und indirekte Zitate

Wörtliche, direkte Zitate	Sinngemäße, indirekte Zitate
• wörtliche, unveränderte Übernahme fremder Ausführungen in den eigenen Text (buchstabengetreu) • werden zwischen Anführungszeichen gesetzt • Quellenangabe in der Fußnote beginnt mit dem Nachnamen des Autors ohne „Vgl.“	• Übernahmen von oder Anlehnungen an Gedanken anderer Autoren • werden nicht in Anführungszeichen gesetzt • Quellenangabe in der Fußnote beginnt mit „Vgl.“ oder „Siehe“

Mehr Informationen unter:

https://www.tu-braunschweig.de/marketing/downloads/informationen

Vgl. Borchers o.J.

Strukturierung der Arbeit (I)

Der wissenschaftlichen Arbeit ist eine mit Seitenzahlen versehene Gliederung voranzustellen:

- Konsistenz
- Gliederungslogik
- stringenter Aufbau
- **Einleitung + Grundlagenteil** sollten **ca. 1/3** der Arbeit ausmachen,
  Hauptteil + Fazit ca. 2/3
- Beispielhafter Gliederungsauszug:

1	**Einleitung, Fragestellung**	1
2	**Bearbeitung der Fragestellung**	3
2.1	***Teilfragestellung 1***	4
2.2	***Teilfragestellung 2***	6
2.2.1	**Ausführung 1**	7
2.2.2	**Ausführung 2**	9
2.3	***Teilfragestellung 3***	11
3	**Ergebnisse**	14

Strukturierung der Arbeit (II)

Schritte zu einer strukturierten Arbeit:

1. Überblick verschaffen → Sammeln von Ideen zu konkreten Inhalten (was) und Methoden (womit)
2. Ideen klassifizieren → Trennen von beschreibenden, analysierenden und bewertenden Teilen
3. Ideen ordnen → Inhalte in eine logische Reihenfolge bringen

Beginn der Arbeit

Beschreiben:

Grundlagen, definitorischer Teil, State-of-the-art, Beschreiben der Vorgehensweise, Beschreiben von Ergebnissen

Analysieren:

nicht-empirische oder empirische Analyse, Interpretation

Bewerten:

Vergleich mit Ergebnissen von Dritten oder anderen Ansätzen, kritische Würdigung, Zusammenfassung der Ergebnisse, Implikationen

Ende der Arbeit

Strukturierung der Arbeit: Einleitung (I)

Zwei Teile:

1. **Problemstellung und -abgrenzung**

   - Hinführung zum Thema:
     Ausgangssituation, Hintergründe, Einordnung in einen größeren Rahmen, Aktualität, Bedeutung für Wissenschaft und Praxis

   - **Zielsetzung der Arbeit (ganz wichtig!)**:
     Welche Ziele verfolge ich mit meiner Arbeit?
     Ziele können in konkreten Forschungsfragen formuliert werden

   - Abgrenzung des Themas:
     Was wird in der Arbeit **nicht** behandelt?
     Bsp.: „[…] nicht berücksichtigt wird die Preispolitik im Großhandel.“; „[…] nur auf dem deutschen Markt […]“

Strukturierung der Arbeit: Einleitung (II)

2. Aufbau der Arbeit/ Gang der Untersuchung

- Wie gehe ich bei der Bearbeitung des Themas vor?
- Den Aufbau der Arbeit begründen, eine reine Aufzählung der Gliederungspunkte reicht nicht aus!

Strukturierung der Arbeit: Grundlagen & Definitionen (I)

- **Für das Verständnis der Arbeit wesentliche Grundlagen vermitteln!**
- **Definitionsklarheit und Definitionskonstanz**
  - Begriffe inhaltlich auf den Untersuchungsgegenstand bezogen definieren (eigene Arbeitsdefinition)
  - Definitionen sind nicht wahr oder falsch. Sie sind zweckmäßig oder nicht zweckmäßig.
  - Definitionen müssen klar und verständlich sein
  - an vollzogene Definitionen ist man im gesamten Verlauf der Arbeit gebunden

Strukturierung der Arbeit: Grundlagen & Definitionen (II)

- **Definitionen und Literaturbezüge**
  - auf abweichende Begriffsverständnisse in der Literatur hinweisen
  - Beispiel Begriffsversionen von Marketing:
    - Marketing als Absatzpolitik von Unternehmen
    - Marketing als marktorientierte Unternehmensführung
    - Marketing als Management von Austauschprozessen und -beziehungen
  - bei der Literaturauswertung auf die Begriffsverwendung/ den Kontext achten

Strukturierung der Arbeit: Hauptteil

- Ziel und **eigentliche Fragestellung** der Arbeit müssen eindeutig **im Mittelpunkt der Abhandlung** stehen
- allgemeine Ausführungen auf das absolut Notwendige beschränken
- Exkurse sind unbedingt zu vermeiden
- systematische Aufbereitung des Hauptteils auf Basis bestehender Erkenntnisse
- sachlicher Zusammenhang der Kapitel muss ersichtlich sein
- vom Allgemeinen hin zur speziellen Fragestellung
- kritische Auseinandersetzung mit dem Thema
- sorgfältige und sinnvolle Formulierung der Übergange von Kapiteln
- Praxisarbeiten: Transfer der theoretischen Überlegungen auf das Fallbeispiel

Strukturierung der Arbeit: Schluss/ Fazit

- Kerngedanken bzw. wesentliche **Ergebnisse prägnant zusammenfassen**
- Bezug zum Ziel und zur Fragestellung der Arbeit herstellen
- keine neuen Argumentationen
- möglicherweise auf offene Probleme hinweisen (Ausblick)

Formale Richtlinien: Aufbau der Arbeit

- Titelblatt (Studiengang, Thema, Betreuer, Verfasser mit Adresse, Abgabetermin)
- Aufgabenstellung (Original bzw. Kopie)
- Inhaltsverzeichnis
- ggf. Abkürzungsverzeichnis
- ggf. Abbildungsverzeichnis/Tabellenverzeichnis
- Text (hier beginnt die Seite 1, vorher Seitenangabe in röm. Ziffern I, II, …)
- ggf. Anhang (Fragebogen, Interviews, Dokumente, Screenshots u.a.) - wird nicht benotet! Im Prinzip verzichtbar – die Arbeit muss auch ohne nachvollziehbar sein
- Literaturverzeichnis
- Eidesstattliche Erklärung

Mehr Informationen unter:

http://www.wiwi.tu-bs.de/marketing/download/abschlussarbeiten.pdf

Formale Richtlinien: Stil und Sprachregelungen

- sachlich klare Sprache
- keine umgangssprachlichen Wörter und Redewendungen
- keine künstliche Anhäufung von Fremdwörtern, aber Verwendung der Fachtermini
- Es sind zu vermeiden:
  - ‚Ich-' bzw. ‚Wir-Form',
  - verschachtelte Sätze,
  - Füllwörter
    (nämlich, eigentlich, irgendwie, übrigens o.ä.) und
  - wertende oder emotionale Ausdrücke
    (besser, natürlich, leider, selbstverständlich usw.).
- aussagekräftige und vollständige Sätze, eher kurz als lang
- zusammenhängende Gedanken sind über die Bildung von Abschnitten zu gruppieren (Absätze)

Zeitplanung

- für jeden Arbeitsschritt (s. Folie 5) genügend Zeit einplanen
- einige Arbeitsschritte können parallel ablaufen oder sich wiederholen
- zu Beginn (Themensuche) und gegen Ende der Arbeit (Korrekturen, Layout) wird häufig zu wenig Zeit eingeplant
- **Korrekturen**, Überprüfungen von Zitaten , Ausbesserungen von beim Druck verschobenen Abbildungen **etc**. können bis zu **1/3 der gesamten Bearbeitungszeit** ausmachen

Vgl. Ebster/Stalzer 2003, S. 21ff.

Zeitplanung - Hilfsmittel

Aktivität	Kalenderwoche											
	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Präzisierung des Themas												
Grundrecherche												
Erstellung der Grobgliederung												
Literaturrecherche und -gliederung												
Kontaktaufnahme mit Unternehmen												
Erstellung des Forschungsplans												
Erstellung des Erhebungsinstruments												

Vgl. Ebster/Stalzer 2003, S. 23.

- **Einleitung**
  - Was ist wissenschaftliches Arbeiten?
  - Prinzipien wissenschaftlichen Arbeitens
- **Zur Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit**
  - Arbeitsschritte
  - Themenanalyse
  - Literaturrecherche, -beschaffung und -verwaltung
  - Literaturbearbeitung
  - Strukturierung der Arbeit
  - Formale Richtlinien
  - Zeitplanung
- **Allgemeine Hinweise**
  - Praxisarbeiten
  - Umgang mit dem Betreuer
  - Die häufigsten Fehler

Praxisarbeiten

- werden grundsätzlich begrüßt
- werden nur von Seiten des Instituts benotet, nicht vom Unternehmen
- Exposé zwingend erforderlich (Richtlinien zur Erstellung des Exposés sind am Institut verfügbar)
- Fallbeispiel: nur ca. 20-25 % der Arbeit
- Erwartungen des Unternehmens können von denen des Instituts abweichen (evtl. eigene Version/ Abschlusspräsentation für das Unternehmen notwendig)

Umgang mit dem Betreuer

- wichtigster Ansprechpartner
- Pflicht des Betreuers, Hilfestellung zu geben
- „übermäßiger“ Betreuungsaufwand sollte jedoch vermieden werden
- selbstständige Anfertigung der Arbeit
- „Nicht der Betreuer, der Diplomand schreibt die Arbeit!“ (Ebster/Stalzer 2003, S. 24)
- Ratschläge des Betreuers ernst nehmen und nicht als „Angriff auf ihr Werk“ sehen (Ebster/Stalzer 2003, S. 24)
- vor Gesprächsterminen gründlich vorbereiten und wichtige Fragen schriftlich festhalten
- Termine für Betreuungsgespräche einhalten
- Exposé als Kommunikationsbasis

Vgl. Ebster/Stalzer 2003, S. 23ff.

Die häufigsten Fehler

- Überschriften in den Kapiteln stimmen mit denen im Inhaltsverzeichnis nicht überein
- Rechtschreibung fehlerhaft
- zu wenig und falsch zitiert
- Verwischung von direkten und indirekten Zitaten
- zu viele wortwörtliche Zitate
- Zitierform ist nicht einheitlich
- bei Internetquellen fehlt oft das Datum
- unausgewogene Gliederung
- Quellenangabe bei Abbildungen fehlt

Fertige Arbeit immer von jemandem lesen lassen!

Vgl. Borchers o. J.

Literaturempfehlungen

- AFT/ DHV (2012): Gute wissenschaftliche Praxis für das Verfassen wissenschaftlicher Qualifikationsarbeiten. Gemeinsames Positionspapier des Allgemeinen Fakultätentags (AFT), der Fakultätentage und des Deutschen Hochschulverbands (DHV) vom 9. Juli 2012, unter: http://www.hochschulverband.de/cms1/uploads/media/Gute_wiss._Praxis_Fakultaetentage_01.pdf, Abruf am: 19.07.2012.
- Borchers, A. (o. J.): Wissenschaftliches Arbeiten, Vortrag an der Ostfalia, Hochschule für angewandte Wissenschaftten, o. J.
- Drügg, S. (1998): Der praktische Studienbegleiter: Das ABC des erfolgreichen Wirtschaftsstudiums, Köln u. a. 1998.
- Ebster, C.; Stalzer, L. (2003): Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, 2. Aufl., Wien 2003, insbes. Kap. 1-9.
- Franck, N.; Stary, J. (2009): Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens: Eine praktische Anleitung, 15. Aufl., Paderborn [u. a.] 2009.
- Rossig, W. E., Pratsch, J. (1998): Wissenschaftliche Arbeiten, Bremen 1998.
- Theisen, M. R. (2006): Wissenschaftliches Arbeiten, 13. Aufl., München 2006.

Technische Universität Braunschweig

Institut für Marketing

Abt-Jerusalem-Straße 4

38106 Braunschweig

Telefon: 0531-391 3202

Fax: 0531-391 8202

E-Mail: marketing@tu-bs.de

www.tu-braunschweig.de/marketing

Allgemeine Hinweise zur Anfertigung von Abschlussarbeiten an unserem Institut finden Sie unter:

http://www.wiwi.tu-bs.de/marketing/download/abschlussarbeiten.pdf