



## Seminar zum Marketing „Determinanten umweltfreundlichen Konsumverhalten“ im Sommersemester 2020

im Sommersemester 2020 werden zwei Seminare zum Marketing angeboten. Sie können zwischen dem Seminar zum Marketing „Determinanten umweltfreundlichen Konsumverhaltens“ und dem Seminar „Marketing im Zeitalter von Gen Y & Gen Z“ wählen. Bitte beachten Sie hierzu die spezifischen Informationen zu den Anmeldemodalitäten auf den jeweiligen Aushängen. Anbei finden Sie die Eckdaten zum Seminar „Determinanten umweltfreundlichen Konsumverhalten“.

Ziel des Seminars „Determinanten umweltfreundlichen Konsumverhaltens“ ist es, die Motive und Einflussfaktoren für umweltfreundliches Konsumverhalten wissenschaftlich zu beleuchten. Die Studierenden setzen sich mit relevanter wissenschaftlicher Literatur auseinander und führen selbst kleinere empirische Untersuchungen durch. Gleichzeitig versuchen sie aus ihren Erkenntnisse Maßnahmen abzuleiten.

<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>18. März – 20. März 2020</b> (jeweils 12 Uhr)</li> <li>▪ Anmeldung erfolgt über das Stud.IP (Suche im SoSe 2020 nach „<b>Seminar zum Marketing: Determinanten umweltfreundlichen Konsumverhalten</b>“)</li> <li>▪ begrenzte Teilnehmerzahl – Vergabe nach Anmeldezeitpunkt</li> <li>▪ Die Anmeldung ist <u>verbindlich</u> und verpflichtet zur Teilnahme.</li> </ul>
<b>zu erbringende Leistungen</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 (20 Minuten pro Gruppe mit anschließender Diskussion)</li> <li>▪ Die Qualifikationsziele des Seminars sind <b>selbstständiges wissenschaftliches Arbeiten</b> und das <b>Erlernen des wissenschaftlichen Diskus.</b> Um diese nachzuweisen, sind Sie <u>verpflichtet</u>, am Präsentationstermin teilzunehmen.</li> </ul>
<b>Bearbeitung der Seminararbeit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ in der Zeit vom <b>21. April 2020 – 16. Juli 2020</b></li> <li>▪ Abgabe der Seminararbeit <b>am 16. Juli 2020 per E-Mail (12 Uhr)</b> an Herrn Martin Kissling</li> </ul>
<b>Präsenztermine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <del>14. April 2020</del> <b>21. April 2020 /9:45-11:15 Uhr</b> (Seminarraum Institut für Marketing)Einführung in das Seminar, Themenvergabe und Gruppeneinteilung</li> <li>▪ <b>18. Juni 2020/09:00-12:00 Uhr</b> (Seminarraum Institut für Marketing) Zwischenpräsentation der Seminararbeiten als Blockveranstaltung</li> <li>▪ <b>7. Mai / 11:30 – 13:00</b> - Gastvortrag von <b>Herrn Prof. Mundorf</b> (University Rhode Island)</li> <li>▪ <b>2. Juli / 11:30 – 13:00</b> - Gastvortrag von <b>Herrn Prof. Wagner</b> (Uni Wien) Räume und Termindetails erhalten Sie über Stud.IP oder per Mail.</li> </ul>

Stand: 20.02.2020

Weitere organisatorische Fragen wenden bitte an Herrn Martin Kissling ([m.kissling@tu-braunschweig.de](mailto:m.kissling@tu-braunschweig.de)) oder an unser Sekretariat ([marketing@tu-braunschweig.de](mailto:marketing@tu-braunschweig.de)).