

Masterseminar Marketing und Vertrieb

Social Media

Sommersemester 2025, Themen und Auswahlprozess



Zielgruppe und Bewerbungsprozess

- Zielgruppe: Alle, die sich optimal auf eine Masterarbeit im Marketing vorbereiten möchten.
- Anzahl Plätze:
 - Es stehen 11 Seminarplätze zur Verfügung
 - Die Platzbeschränkung macht Bewerbungsprozess nötig
- Die Bewerbung für das Seminar erfolgt über die Plattform zur Seminarverwaltung der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften: <https://portal.wiwi.kit.edu/ys/8494>
- Auswahlmechanismus: Modifiziertes Bestenprinzip, d.h. die leistungsstärksten Bewerber werden – unter Berücksichtigung von Studienplanung und Schwerpunktsetzung – zuerst berücksichtigt.
- Fragen zum Bewerbungsprozess bitte an beatrice.weber@kit.edu

Termine

- Themen online: ab dem 22. Januar 2025
- Bewerbungsfrist: bis zum 02. Februar 2025, 23:55 Uhr
- Bekanntgabe der ersten Zusagen: zum 03. Februar 2025
- Frist zur Annahme zugesagter Plätze: bis 06. Februar 2025, 23:59 Uhr
- Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten:
(Teilnahmepflicht in Präsenz!): 12. Februar 2025, 14:00 – 15:30 Uhr
- Bearbeitungsstart: 12. Februar 2025
- Abgabe der Seminararbeit: 11. Juni 2025, bis 12:00 Uhr
- Präsentation der Seminararbeit:
(Teilnahmepflicht in Präsenz!): 26. Juni 2025, 09:00 – 16:00 Uhr
27. Juni 2025, 09:00 – 16:00 Uhr

Form der Seminararbeit (grob)

■ Zielsetzung:

- Im Rahmen des Seminars sollen die Teilnehmenden lernen, sich einen systematischen Überblick über ein Literaturgebiet im Marketing zu verschaffen – eine wichtige Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Masterarbeit.
- Zentrale Aspekte der Leistung sind die Identifikation relevanter Quellen, die Systematisierung der Literatur, das Herausarbeiten zentraler Erkenntnisse, die klare und einfache sprachliche Darstellung der Ergebnisse und die Identifikation interessanter Forschungslücken.

■ Umfang:

- Schriftliche Arbeit: 15-18 Textseiten (in aller Regel auf Deutsch)
- Präsentation im Seminar: 20 Minuten + 15 Minuten Diskussion

■ Bewertung der Leistung:

- 50 Punkte Seminararbeit
- 40 Punkte Präsentation
- 10 Punkte mündliche Beteiligung an den Präsentationstagen

- Genauere Hinweise zur konkreten Ausgestaltung werden in der Einführungsveranstaltung gegeben.


Zu den Themen

- Gemäß der vorgestellten Zielsetzung (Folie 4), beziehen sich die einzelnen Themen des Seminars auf wichtige Forschungsfelder im Marketing
- Eine Liste der aktuellen Themen finden Sie auf Folie 6
- Die Präferenzen können im Seminarmodul angegeben werden. Die Zuteilung der Themen erfolgt nach einem modifizierten Bestenprinzip
- Themen werden nicht doppelt vergeben, d.h. es kann einem Teilnehmer auch ein Thema zugeteilt werden, das er oder sie nicht explizit als Themenwunsch genannt hat
- Eigene Themenvorschläge durch Studierende sind nicht möglich
- Verpflichtende Teilnahme an Kickoff- sowie Präsentationsveranstaltungen


Themenliste



Identifying effective influencers




Social media and individual wellbeing




Performance outcomes of social media marketing




Social media strategies for B2B marketing




What makes a message become viral?




Humans as brands




News sharing and echo chambers on social media



Generative AI, bots, and social media marketing



Effective advertising on social media



Effective videos on social media



Fake news