



PS “Anfertigen wissenschaftlicher Arbeiten”
bzw. PS BWL (5 seitige HA)
im SS 2024

Dr. Tabea Schüller



Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten

1. Literaturrecherche
2. Aufbau der Arbeit
3. Layout und Formalia
4. Eigene Leistung
5. Forschungsfrage



Literaturempfehlungen:

Theisen, M. R. (2013): *Wissenschaftliches Arbeiten Erfolgreich bei Bachelor und Masterarbeiten*, 16. vollständig überarb. Auflage, München.

Stickel-Wolf, C./ Wolf, J. (2013): *Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken – Erfolgreich studieren-gewusst wie!*, 7. Auflage, Wiesbaden.

Wolfsberger, J. (2010): *Frei geschrieben – Mut, Freiheit und Strategie für wissenschaftliche Abschlussarbeiten*, 3. Auflage, Köln.

1. Literaturrecherche

- Journals und Zeitschriften (bspw. Marketing Science, ZFB, ZfbF, Marketing ZFP, etc.)
- Monographien (Standardliteratur, Dissertationen, Habilitationsschriften)
- Internetquellen
- Auf Lehrbücher und Populärliteratur verzichten
- Internetquellen sollten sehr aussagekräftig und von hoher Güte sein
- Zur Literatursuche dient der OPAC, andere Datenbanken



Zeitschriften-Ranking (A+ bis E):

VHB-JOURQUAL2: Gesamtranking aller BWL-relevanten Zeitschriften

© 2008 by Ulf Schrader & Thorsten Hennig-Thurau

Das Ranking basiert auf der in Hennig-Thurau, Th./Walsh, G./Schrader, U. (2003): VHB- JOURQUAL: Ein Ranking von betriebswirtschaftlich-relevanten Zeitschriften auf der Grundlage von Expertenurteilen, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 56. Jg., H. 9, S. 520-545, geschilderten Methodik; die Bewertungen beziehen sich auf den Zeitraum zwischen 2003 und 2007. Zeitschriften mit weniger als zehn Bewertungen wurden nicht berücksichtigt. Zeitschriften aus Nachbardisziplinen werden als BWL-relevant im Ranking ausgewiesen, wenn dort mindestens fünf VHB-Mitglieder Beiträge eingereicht haben.

Quelle des Original-Ranking: http://pbwi2www.uni-paderborn.de/WWW/VHB/VHB-Online.nsf/id/DE_7F2L8A_Gesamtuebersicht

Das Original-Ranking wurde um Bestands-Informationen der Fakultätsbibliothek für Wirtschaftswissenschaft der RUB ergänzt.

Rang	Titel	JQ2- Rating	JQ2- Index	JQ1- Index	N Leser
1	Journal of Finance	A+	9,8	9,62	113
2	American Economic Review	A+	9,75	9,61	122
3	Review of Financial Studies	A+	9,48	9,26	42
4	Administrative Science Quarterly	A+	9,48	9,31	255
5	Journal of Marketing	A+	9,46	9,54	125
6	Journal of Consumer Research	A+	9,44	9,39	78
7	Journal of Financial Economics	A+	9,43	9,53	62
8	Information Systems Research	A+	9,42	8,83	37
9	Journal of Marketing Research	A+	9,34	9,74	103
10	Marketing Science	A+	9,29	9,74	82
11	Management science : journal of the Institute for Operations Research and the Management Sciences	A+	9,2	9,29	335
12	Operations Research	A+	9,19	8,78	62

Bestandsangaben wiwi-bibl		
Signatur	Bestand	E-Journal
B 258	1.1946 -	X
B 202	1.1911 -	X
	1.1956/57 -	X
B 817	49.2004	X
B 264	1.1936/37 -	X
B 870	1.1974/75 -	X
	1.1974 -	
	3.1976;	
	13.1984 -	
B 882	74.2004	X
B 1380 / L		
34	18.2007 -	X
B 237	1.1964 -	X
	2.1983 -	
B 456	27.2008	X
	1.1954/55 -	
	10.1963/64;	
B 273	22.1975/76 -	X
B 286	4.1956 -	X



Beispiele:

EndNote
...Bibliographies Made Easy™



<http://www.uni-greifswald.de/bibliothek/service/literaturverwaltung.html>

- Literatursuche
- Literaturverwaltung
- Literaturverzeichnisse und Zitieren über persönliches Archiv, persönlich eingepflegte Inhalte
- Datenbankenzugriff von den Verwaltungsprogrammen

OPAC Uni Greifswald

OPC4 - results/shortlist

https://lhgrw.gbv.de/DB=1/FKT=1016/FRM=Suchbegriff/IMPLAND=Y/LNG=DU/LRSET=1/SET=1/SID=4db11f55-0/SRT=YOP/

Suchen | Suchergebnis | Erweiterte Suche | Zwischenablage | Benutzerkonto | Hilfe

OPAC UB Greifswald

suchen [und] [ALL] Alle Wörter sortiert nach Erscheinungsjahr unscharfe Suche

Pechtl Suchen

Suchgeschichte

Campuslieferdienst
Neuerwerbungen

Online-Ressourcen
Fragen?
Speichern
Trefferanalyse
Abmelden

eLS - elektronischer Lesesaal
Elektronische Zettelkataloge 1851-1989
Realkatalog vor 1960
Datenbanken
Elektronische Zeitschriften
GBV Online-Fernleihe
UB Homepage

Ihre Aktion suchen [und] ([ALL] Alle Wörter) Pechtl

1. [Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft](#)
/ Schmalen, Helmut. - 16., überarbeitete Auflage. - Stuttgart : Schäffer-Poeschel Verlag, 2019
2. [Consumers attitudes toward Cause-Related marketing : a comparison between Iran and Germany](#)
/ Heidarian, Elham. - Greifswald, [2019]
3. [Consumers attitudes toward Cause-Related marketing : a comparison between Iran and Germany](#)
/ Heidarian, Elham. - Greifswald, [2019]
4. [Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft](#)
/ Schmalen, Helmut. - 16., überarbeitete Auflage. - Stuttgart : Schäffer-Poeschel Verlag, August 2019
5. [Preispolitik : Behavioral Pricing und Preissysteme](#)
/ Pechtl, Hans. - 2. überarb. u. erw. Aufl. - Stuttgart : UTB GmbH, 2014
6. [Preispolitik : Behavioral Pricing und Preissysteme](#)
/ Hans Pechtl. - 2., überarb. und erw. Aufl. [Online-Ausg.]. - Konstanz [u.a.] : UVK-Verl.-Ges. [u.a.], 2014
7. [Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft : Übungsbuch](#)
/ Helmut Schmalen. - 6th ed. - Stuttgart : Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH, 2013
8. [Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft](#)
/ Helmut Schmalen. - 15. Aufl. [Online-Ausg.]. - [s.l.] : Schäffer-Poeschel Verlag, 2013
9. [Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft](#)
/ Helmut Schmalen. - 15., überarb. und erw. Aufl. - Stuttgart : Schäffer-Poeschel, 2013
10. [Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft : Übungsbuch](#)
/ Helmut Schmalen. - 6., überarb. Aufl. - Stuttgart : Schäffer-Poeschel, 2013

[PRS] Person (Phrase: Nachname, Vorname): [Schmalen, Helmut](#) | [Pechtl, Hans](#)
[CLT] Siehe auch: [preispolitik](#) | [betriebswirtschaftslehre](#) | [markenimage](#) | [ambush](#) | [consumers](#) | [pechtl](#) | [schmalen](#) | [kaufverhalten](#)

1 - 10 von 29	Wort	Typ	Anzahl
◀ ▶	pechtl	[ALL] Alle Wörter	70



Elektronische Zeitschriften

The screenshot shows the EZB website interface. At the top, there's a search bar with the text 'Zeitschrift' and a 'suchen' button. Below the search bar, the title 'Zeitschriftenliste nach Fachgebiet' is displayed. A table lists various academic fields and their corresponding number of journals. On the right side, there's a sidebar titled 'Die Volltexte der Zeitschriften sind' with options for accessibility: 'frei zugänglich', 'für Angehörige der Universität Greifswald freigeschaltet, Zugangsbedingungen im Readme', 'nur für einen Teil der erschienenen Jahrgänge zugänglich', and 'nicht zugänglich'. The 'frei zugänglich' option is selected.

Fachgebiet	Anzahl
Allgemeine und vergleichende Sprach- und Literaturwissenschaft. Indogermanistik. Außereuropäische Sprachen und Literaturen	2575
Allgemeines, Fachübergreifendes	5993
Anglistik, Amerikanistik	1288
Archäologie	952
Architektur, Bauingenieur- und Vermessungswesen	1703
Bildungsgeschichte	357
Biologie	4907
Chemie und Pharmazie	2426
Elektrotechnik, Mess- und Regelungstechnik	1165
Energie, Umweltschutz, Kerntechnik	1684
Ethnologie (Volks- und Völkerkunde)	1325
Geographie	1053
Geowissenschaften	1950
Germanistik, Niederländische Philologie, Skandinavistik	373
Geschichte	3889
Informatik	3259
Informations-, Buch- und Bibliothekswesen, Schrift- und Handschriftenkunde	1359
Klassische Philologie, Byzantinistik, Mittellateinische und neugriechische Philologie, Neulatein	418
Kunstgeschichte	1562
Land- und Forstwirtschaft, Gartenbau, Fischerwirtschaft, Hauswirtschaft, Ernährung	3235
Mechanikwesen, Werkstoffwissenschaften, Erdungstechnik, Bauwesen, Holzwesen, Verkehrstechnik, Elektrotechnik	1751

Suche:
 Lotz et al. (2013): What is fair is good: Evidence of consumer's taste for fairness, in: Food Quality and Preference, Vol. 30, S. 139-144.



Datenbanken

www.wiso-net.de:

www.springerlink.de:

- Absatzwirtschaft
- Betrieb und Wirtschaft
- Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis
- Die Betriebswirtschaft
- weitere Marketing Zeitschriften
- Marketing – ZFB
- Der Markt
- WiST – wirtschaftswissenschaftliches Studium
- ZfbF - Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung
- Lehrbücher, Monographien, Journals
- Marketing Letters

Weitere Online verfügbare Journals:

- Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship
(www.ewu.edu/x20494.xml)
- Journal of Marketing
(www.atypon-link.com/AMA/loi/jmkg)
- Journal of Marketing Research
(www.atypon-link.com/AMA/toc/jmks/44/4)
- Journal of Marketing Management, u.v.a.
(www.informaworld.com/smpp/title)



Online-Datenbanken

<http://scholar.google.de>

<http://portal.isiknowledge.com/>

<http://www.ingentaconnect.com/content>

<http://www.emeraldinsight.com/>

<http://www.blackwell-synergy.com/search/advanced>

<http://www.sciencedirect.com/>

<http://www3.interscience.wiley.com/search/allsearch>

<http://pao.chadwyck.co.uk/home.de>

<http://de.citeulike.org/>





Web-Suche Seiten auf Deutsch

Auf den Schultern von Riesen



product placement - Google Sc... +

https://scholar.google.de/scholar?hl=de&as_sdt=0%2C5&q=product+placement&btnG=

Meistbesucht TYPO3 CMS Login: Mu... Lehrstuhl für ABWL, in... Gesetze, Tarifverträge ... GotRadio - Piano Perf... Google Scholar Anmeldung zum Onlin... Öffentlicher-Dienst.Inf... XING

Google Scholar product placement

Artikel Ungefähr 3.330.000 Ergebnisse (0,07 Sek.)

Beliebige Zeit
 Seit 2020
 Seit 2019
 Seit 2016
 Zeitraum wählen...

Nach Relevanz sortieren
 Nach Datum sortieren

Beliebige Sprache
 Seiten auf Deutsch

Patente einschließen
 Zitate einschließen

Alert erstellen

Product Placement
 R Berndt - Handbuch Marketing-Kommunikation, 1993 - Springer
 Product Placement zählt zu den innovativen Formen der Kommunikationspolitik. Product Placement kann als gezielte Platzierung eines Markenartikels als reales Requisite in der Handlung eines Spielfilmes, einer Fernsehsendung ohne Spielfilmcharakter (z. B. ...
 ☆ Zitiert von: 41 Ähnliche Artikel Alle 2 Versionen

[Buch] Effektivität von Ausgestaltungsformen des Product Placement
 P Schumacher - 2007 - Springer
 Die vorliegende Arbeit greift mit dem **Product Placement** ein spannendes und hochaktuelles Thema des Marketing auf, denn **Product Placement** erfreut sich in der derzeitigen unternehmerischen Kommunikationspolitik zunehmender Beliebtheit. Dabei wissen die ...
 ☆ Zitiert von: 44 Ähnliche Artikel Alle 3 Versionen

[Buch] ... —Perspektiven. Werbung—Sales Promotions—Public Relations—Corporate Identity—Sponsoring—Product Placement—Messen—Persönlicher Verkauf
 R Berndt, A Hermanns - 2013 - books.google.com
 Vor mehr als 20 Jahren hat Karl-Christian Behrens im Gabler-Verlag das "Handbuch der Werbung" herausgegeben. Dieses Buch stellt eine Zusammenfassung des Entwicklungsstandes der Werbung im Jahre 1970 dar; die Autoren haben aus wissenschaftlicher und aus ...
 ☆ Zitiert von: 90 Ähnliche Artikel Alle 3 Versionen

Practitioners' evolving views on product placement effectiveness [PDF] adic.co.kr
 UB Greifswald Volltext
 JA Karth, KB McKee, CJ Pardun - Journal of advertising research, 2003 - cambridge.org
 The practice of **product** (or brand) **placement** has grown significantly during the past 20 years; marketers now frequently use placements as the basis for multimillion dollar integrated promotional campaigns. A survey of the members of the Entertainment Resources ...
 ☆ Zitiert von: 425 Ähnliche Artikel Alle 10 Versionen Web of Science: 102

Verwandte Suchanfragen

product placement **movies** product placement **balasubramanian**
 product placement **music videos** product placement **brand attitude**
 product placement **james bond** product placement **brand awareness**
 product placement **purchase intention** product placement **blogs**

[Zitation] Toward a framework of product placement: theoretical propositions [PDF] researchgate.net
 CA Russell - ACR North American Advances, 1998 - acrwebsite.org
 Everyone remembers seeing Reese's Pieces candies in the movie "ET" and Audrey Hepburn's Givenchy apparel in "Breakfast at Tiffany's." Seinfeld's favorite cereal brands are well known to all regular viewers of his NBC television show. These are just a few of the ...
 ☆ Zitiert von: 465 Ähnliche Artikel Alle 5 Versionen Web of Science: 104



2. Grundsätzlicher Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit

Einleitung

- a) Problemhintergrund
- b) Problemstellung
- c) Aufbau der Arbeit

Grundlagen / Theoretischer
Bezugsrahmen der Arbeit

- a) Arbeitsbegriffe definieren
- b) State-of-the-Art/ Stand der Forschung

Modell/ Konzept

- a) Darstellung
- b) Erweiterung
- c) Empirische Untersuchung
- d) Ergebnisse des theoretischen und/ oder empirischen Modells

Implikationen

- a) Fazit aus Modell
- b) Erkenntnisse
- c) Implikationen

Schlussbetrachtung

- a) Zusammenfassung der Erkenntnisse
- b) Forschungslücke und Ausblick



Aufbau der Arbeit

- I. Inhaltsverzeichnis
- II. Abkürzungsverzeichnis
- III. Tabellen- und Abbildungsverzeichnis
 - Einleitung
 - Grundlagen
 - Modell
 - Implikationen
 - Schlussbetrachtung
- IV. Anhang
- V. Literaturverzeichnis



3. Layout und Formalia

Gliederung	... Seite
I. Inhaltsverzeichnis	... i
II. ii
1. Einleitung	... 1
1.1	
1.1.1	
1.1.2	
2. Theoretischer Bezugsrahmen der Arbeit	... 4

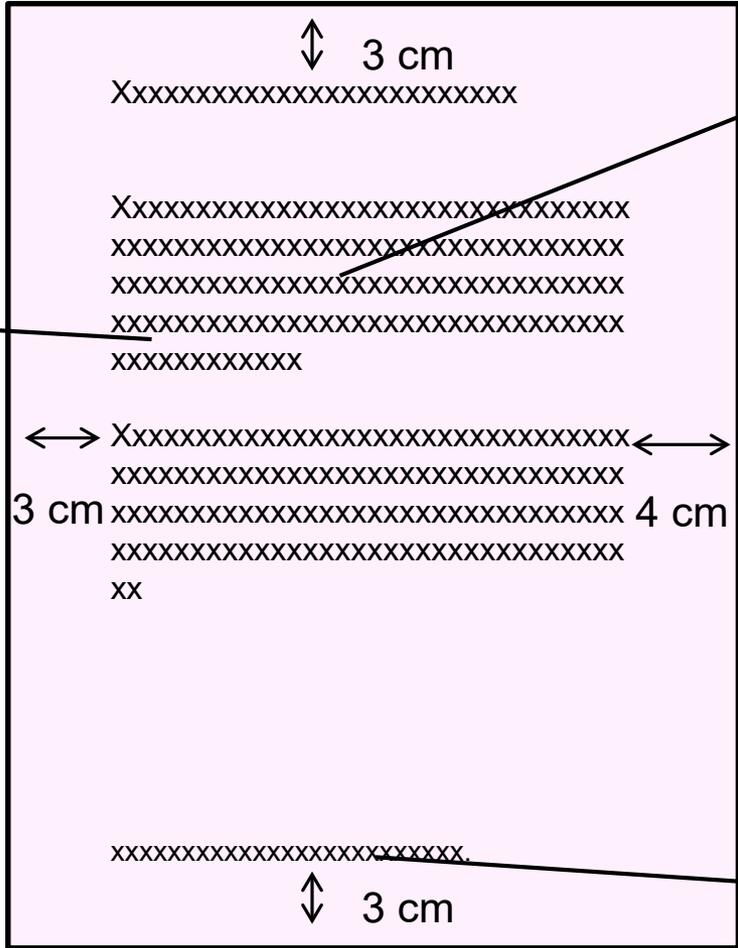
Wer A sagt muss auch B sagen, daher muss bei einem Gliederungspunkt 1 auch 2 folgen!!

IV. Anhang	... ~16/ ~61
V. Literaturverzeichnis	... ~25/ ~70



Seitenlayout

1,5 Zeilenabstand



- Proportionale Schrift (Times New Roman)
- Schriftgröße = 12 Pkte
- Blocksatz

Fußnoten in Schriftgröße 10 und gleicher Schriftart wie oben



Zitierrichtlinien 1

Zitate:

Direktes wörtliches Zitat: „Zitattext“ (Quelle)

„Der Preis zählt zu den wichtigsten Kommunikationsinstrumenten.“³

³ Pechtl (2005), S. 213.

LiteraturVZ: Pechtl, H. (2005): Handbuch Preispolitik, 1. Auflage, Stuttgart.

Indirektes Zitat: Sinngemäß wiedergegebener Text, Satz, Absatz (vgl. Quelle)

Einige Autoren titulieren den Preis als eines der wichtigsten Kommunikationsinstrumente.³

³ Vgl. Pechtl (2005), S. 213.

LiteraturVZ: s.o.



Zitierrichtlinien 2

Quellen (LiteraturVZ):

Quelle aus Buch:

Autor, Vorname (Jahr): Titel, Auflage, Ort.

Pechtl, H. (2005): Handbuch Preispolitik, 1. Auflage, Stuttgart.

Quelle aus Sammelwerk:

Autor, Vorname (Jahr): Titel, in: Autor, Vorname (Hrsg.): Titel, Aufl., Ort, Seitenzahl.

Das Sammelwerk muss als zusätzliche Quelle auch noch in das Literaturverzeichnis aufgenommen werden.

Schüller, A.-T. (2020): Product Placement, in: Pechtl, H. (Hrsg.): BWL, 3. erweiterte Auflage, München, S. 45-68.

Quelle aus Zeitschrift:

Autor, Vorname (Jahr): Titel, in: Name der Zeitschrift, Jahrgang (Vol.), Heft (Nr.), Seitenzahl (S. x-y).

Internetquelle:

Name des Verfassers (Jahr): Titel, Domain, Datum des Informationsabrufs.



Zitierrichtlinien 3

- 3 oder mehr Autoren >> in FN erster Name und **et al.**
Pechtl, Schüller, Hunold >> FN: ³ Vgl. Pechtl et al. (2005), S. 3.
LiteraturVZ: Pechtl, H. / Schüller, A.-T. / Hunold, D. (2005): Titel, . .
- 2 Autoren werden mit / in FN geteilt
Pechtl und Schüller >> FN: ³ Vgl. Pechtl/ Schüller (2020), S. 5.
LiteraturVZ: Pechtl, H. / Schüller, A.-T. (2020): Titel,



Zitierrichtlinien 4

- Wörtliche Zitate sind sinnvoll einzusetzen, bspw. zur Definition oder als „Aufhänger“
- Jede Information muss durch eine Quelle belegt werden
- Jeden Absatz mit mindestens einer Quelle belegen, neue Informationen bzw. neue Ansatzpunkte wiederum mit einer Quelle belegen
- Sekundärzitate nur im Ausnahmefall benutzen



Wissenschaftliche vs. journalistische Texte

Merkmale	Wissenschaftlicher Text	Journalistischer Text
Inhaltliche Ziele	Erkenntnisgewinnung	Information, Unterhaltung
Übergreifendes Ziel	Wissenschaftliche Qualifikation	Wirtschaftlicher Erfolg
Quellenarbeit	Detaillierte Quellenangabe	Keine Quellenpreisgabe
Ableiten von Aussagen	Nach wissenschaftlichen Regeln	i.d.R. nicht nachprüfbar
Verständlichkeit	Wissenschaftssprache	Alltagssprache

Quelle: Burchert/ Sohr (2008)



Inhaltliche Ziele wissenschaftlicher Arbeiten

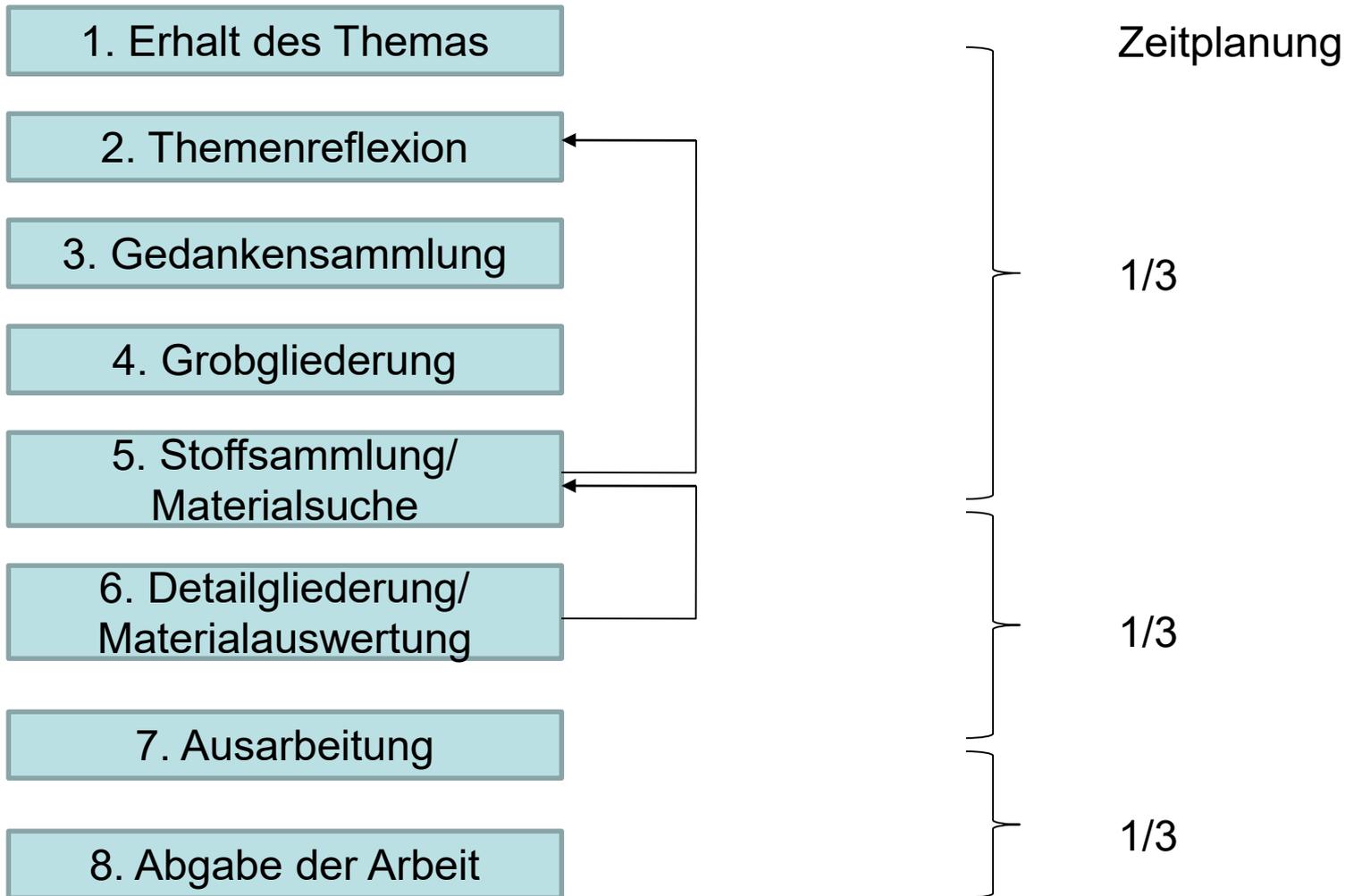
Beitrag zur Inhaltliche Ziele

Theorie	<ul style="list-style-type: none">• Geben eines Überblicks über theoretische Ansätze zu einem Sachverhalt• Erstmalige Anwendung eines bekannten theoretischen Ansatzes zur Beschreibung oder Erklärung eines neuen empirischen Sachverhalts• Entwicklung einer neuen Theorie
Empirie	<ul style="list-style-type: none">• Ergänzung einer bisherigen empirischen Basis durch aktuelle Daten• Erstmalige Strukturierung eines empirischen Sachverhalts• Erstmalige Erhebung empirischer Daten zu einer bestimmten Fragestellung
Methode	<ul style="list-style-type: none">• Geben eines Überblicks über bestehende Methoden oder Instrumente• Erstmalige Anwendung einer bekannten Methode auf einen neuen empirischen Sachverhalt• Entwicklung einer neuen Methode

Quelle: Burchert/ Sohr (2008)



Stufen des wissenschaftlichen Arbeitens



Quelle: Burchert/ Sohr (2008)



4. Eigene Leistung

- Logischer Aufbau der Arbeit
→ Gliederung und roter Faden
- Thematische Kongruenz und Stringenz
- Erkenntnisse des State-of-the –Art/ Empirie
- Innovationsgrad und eigene wissenschaftliche Leistung
→ Problemstellung
→ Modellerweiterung
→ Empirie
- Ausdruck und Sprache
→ Anschaulich formulieren
→ komplizierte Sachverhalte verständlich erklären
→ ...
- Formale Gesichtspunkte (Layout, Rechtschreibung, ...)



Eigene Leistung

Die Diplomarbeit ist die Krönung der wissenschaftlichen Ausbildung einer Universität.

Das Thema sollte gut gewählt sein, um auch unter den hohen Anforderungen während der Bearbeitungszeit motiviert zu bleiben.

Schnell wird der Diplomand zum Experten auf seinem Gebiet. Der Betreuer hat das Formalwissen, wie eine wissenschaftliche Arbeit zu erstellen ist.

Der Diplomand hat das Fachwissen über das Forschungsgebiet.

Zusammen kann eine hervorragende Arbeit entstehen, auf die man stolz sein kann – sie kann die Visitenkarte in den Berufseinstieg in der Praxis wie auch der Wissenschaft darstellen.

VIEL ERFOLG!



5. Forschungsfrage

Eine Forschungsfrage ist der Schlüssel zum Thema:

- Interessant für den Autor
- Relevant für das zu bearbeitende Thema
- Maximal 3 Zeilen
- Präzise und eindeutig formuliert
- Wird in der Einleitung präsentiert und ist Grundlage der gesamten Arbeit
- Die Seminar-/ Diplomarbeit gibt Antwort auf die Forschungsfrage
- Jeder Satz in der Arbeit soll dabei helfen, eine Antwort auf die Forschungsfrage zu finden



