



Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

FAKULTÄT
FÜR BETRIEBSWIRTSCHAFT

UHH · Fakultät BWL · Moorweidenstraße 18 · 20148 Hamburg

Dr. Alexa Burmester

Lehrstuhl für Marketing & Media
Institut für Marketing
Hamburg Business School

Moorweidenstraße 18
3. Stock, Raum 3011
20148 Hamburg

Tel. +49 40 42838-8725
Fax +49 40 42838-8722
alex.burmester@uni-hamburg.de
www.imm.uni-hamburg.de

13.02.19

Kursbeschreibung

Sozialpsychologische Theorien im Marketing

Kolloquium mit Übungen

(Master BWL, Schwerpunkt Marketing und Medien)

Der Kurs wird von Dr. Alexa Burmester gemeinsam mit wissenschaftlichen Mitarbeitern (bei den Übungen) durchgeführt.

- Veranstaltungsform: Kolloquium mit Übung
- Leistungspunkte: 6 LP
- Offen für Masterstudierende BWL
- Anrechenbar in den Schwerpunkten (1) Marketing und Medien und (2) dem freien Wahlbereich (BWL).
- Modul: „Aktuelle Probleme im Marketing“
- Prüfungen: 2 Vorträge (in Teams) – Gewichtung je 50%
- Verantwortlicher Prüfer: Dr. Alexa Burmester
- Ansprechpartner: Besarta Veseli (besarta.veseli@uni-hamburg.de)

Zielsetzung

Diese Veranstaltung richtet sich an Studierende, die sich mit den Theorien der Sozialpsychologie und deren Anwendung im Marketing auseinandersetzen möchten.

Konkret soll in acht Teams (je drei bis vier Studierende) folgende Theorien (je Team eine Theorie) und deren Anwendungen im Marketing diskutiert werden:

1. Theorie der sozialen Vergleichsprozesse (Festinger 1954)
2. Theorie der Selbstaufmerksamkeit (Duval & Wicklund 1972)
3. Attributionstheorie
4. Gerechtigkeitstheorien (Müller & Crott 1978)
5. Theorie der psychologischen Reaktanz
6. Theorie der kognitiven Dissonanz
7. Das Elaboration Likelihood Modell (Petty & Cacioppo 1981)
8. Theorie des geplanten Verhaltens

Die Studierenden sollen in der ersten Präsentation die Theorie in der Breite vorstellen und vor allem einen Fokus auf die aktuelle empirische psychologische Forschung (u.a. Metaanalysen) legen. Als Basislektüre wird das Buch von Dieter Frey und Martin Irle (1993), Theorien der Sozialpsychologie Band 1 (Kognitive Theorien), Verlag: Huber, Bern; 2., vollst. überarb. u. erw. Aufl. (2. Februar 1993) empfohlen. Jede Theorie wird dort in einem Kapitel detailliert besprochen und stellt die Basis für die erste Präsentation dar.

In der zweiten Präsentation soll dann ein aktuelles Experiment im Detail dargestellt und umfangreich hinsichtlich der Ergebnisse und Methodik diskutiert werden.

Der Kurs wird von Übungen begleitet, in der experimentelle Settings aus der Marketingforschung präsentiert werden.

Konkret soll der Kurs die wichtigsten Theorien der Sozialpsychologie darstellen und die experimentelle Umsetzung im Marketing beleuchten. Die Theorien werden in zahlreichen Bereichen der Managementlehre verwendet.

Ablauf

02.04.19	16.00-18.00 Uhr Kickoff, Ort: ESA W, Raum 221 An diesem Termin erfolgt die Themenvergabe unter allen <u>anwesenden</u> Teilnehmern.
05.04.19/ 08.04.19	Obligatorischer Präsentationsworkshop in Kooperation mit einem Unternehmen Am 05.04.19 von 17:30 bis 20:30 Uhr findet im ESA B der Präsentationsworkshop statt, der die Präsentationsfähigkeiten und das Arbeiten in Teams schulen soll – zwei für die spätere Berufspraxis wichtige Fähigkeiten, die im normalen Lehrplan viel zu kurz kommen. Sie erarbeiten dann über das Wochenende mit Ihrem Team einen Business Case,

den Sie am **08.04.19 ab 16:00 Uhr** präsentieren. Die Veranstaltung findet in der **Moorweidenstraße 18** (Raum 0005.1) statt.

Die Teilnahme ist für alle Teilnehmer obligatorisch.

Das Team des Lehrstuhls lädt nach dem Workshop zum Umtrunk ein.

**12.04.19/
13.04.19**

Übungen: Experimente und Konsumentenverhalten; Ort: ESA O, Raum 221

Beginn am 12.04.19 ist um 16.00 Uhr s.t., Ende: 20.00 Uhr

Beginn am 13.04.19 ist um 10.00 Uhr s.t., Ende: 17.00Uhr

**17.05.19/
18.05.19**

Präsentationen 1 – Theorie (pro Team 40 Minuten Präsentation und 20 Minuten Diskussion); Ort: ESA O, Raum 221

Beginn am 17.05.19 ist um 16.00 Uhr s.t., Ende: 20.00 Uhr

Beginn am 18.05.19 ist um 09.00 Uhr s.t., Ende: 18.00 Uhr

Anschließend lädt das Team des Lehrstuhls zum Umtrunk ein.

29.06.19

Präsentationen 2 – Experimente (pro Team 30 Minuten Präsentation und 30 Minuten Diskussion); Ort: ESA W, Raum 221

Beginn am 29.06.19 ist um 09.00 Uhr s.t., Ende: 20.00 Uhr

Beide Präsentations- und Diskussionsleistungen gehen mit je 50% in die Gesamtnote ein.

Dr. Alexa Burmester