

# Hinweise zum **wissenschaftlichen** **Arbeiten** und zur **Literaturrecherche**

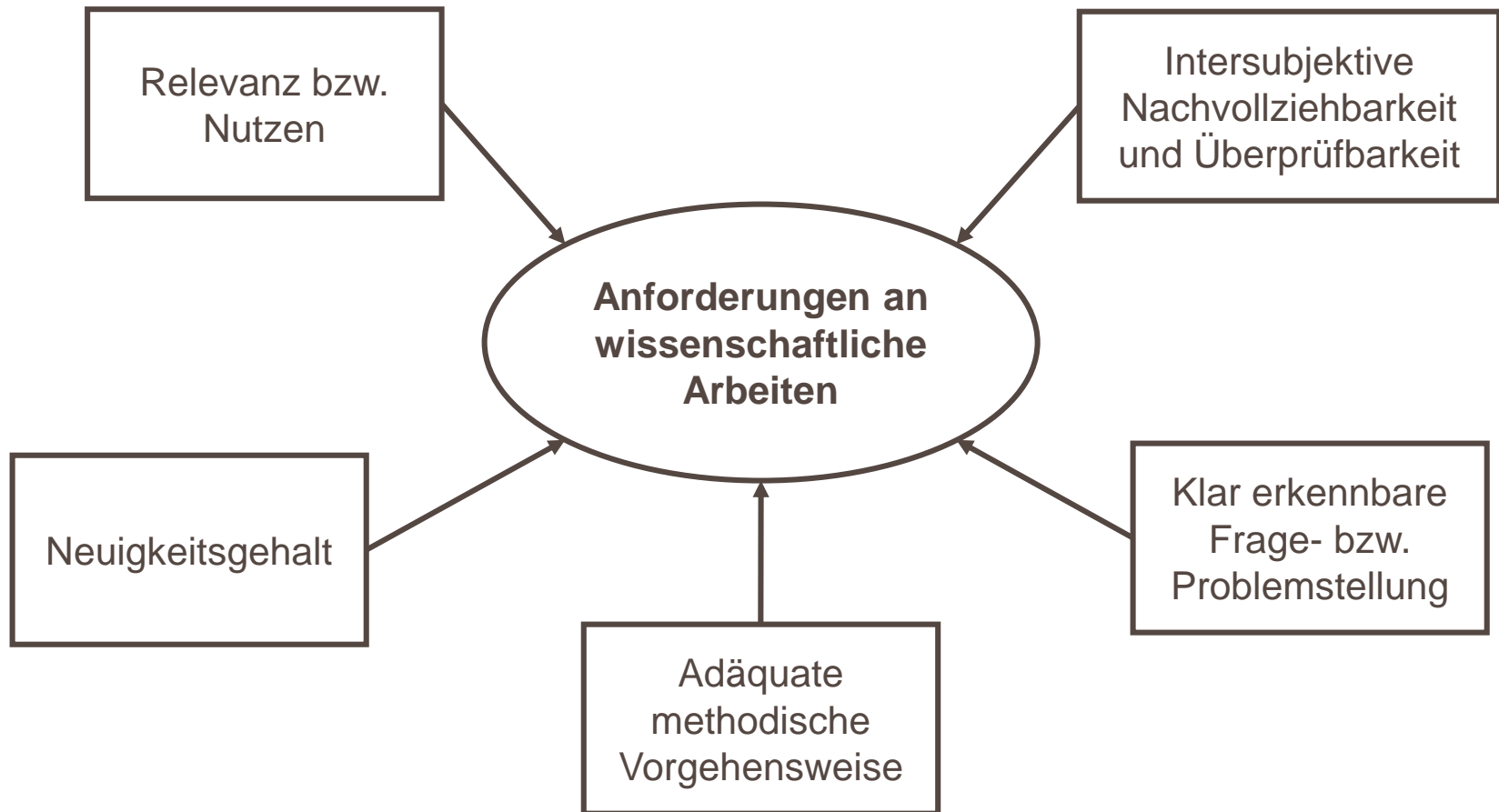


Prof. Dr. Tobias Langner

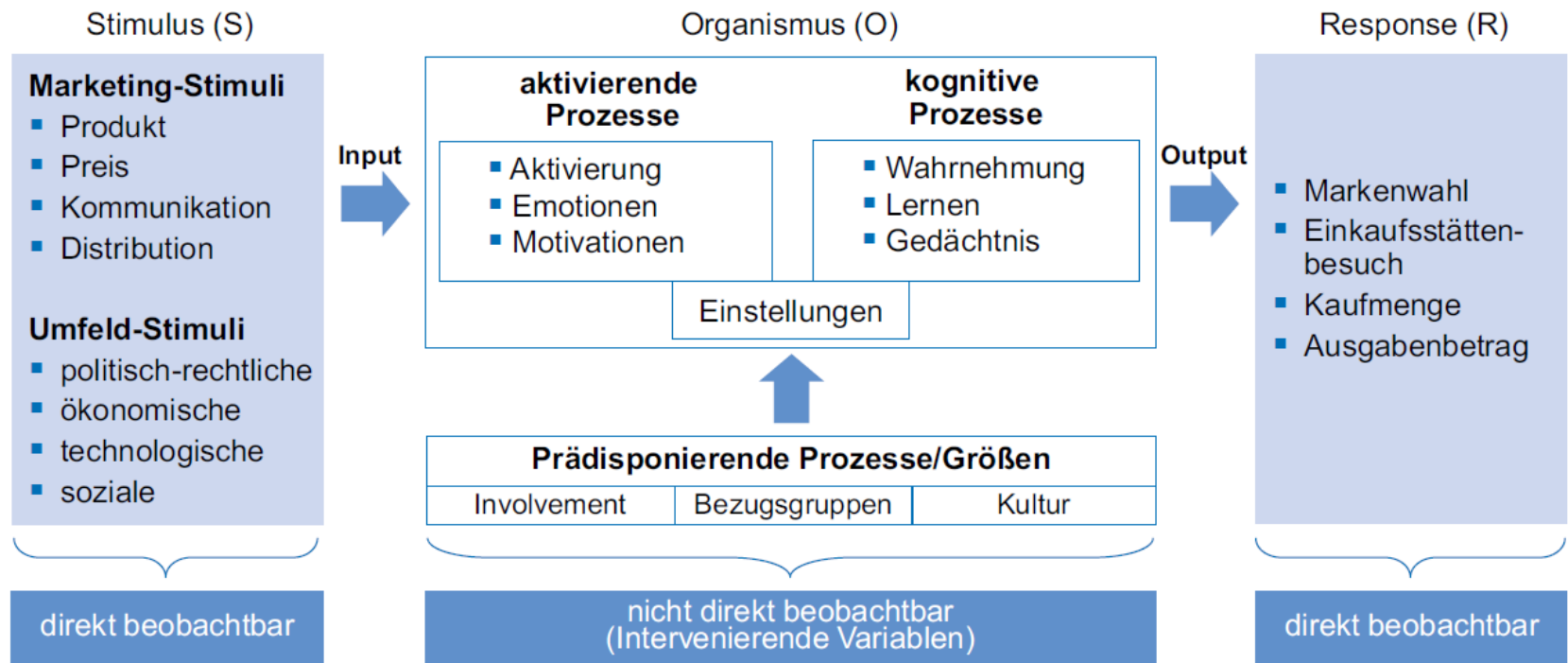
Lehrstuhl für Marketing  
Schumpeter School  
of Business and Economics  
Bergische Universität Wuppertal

Stand: Januar 2021

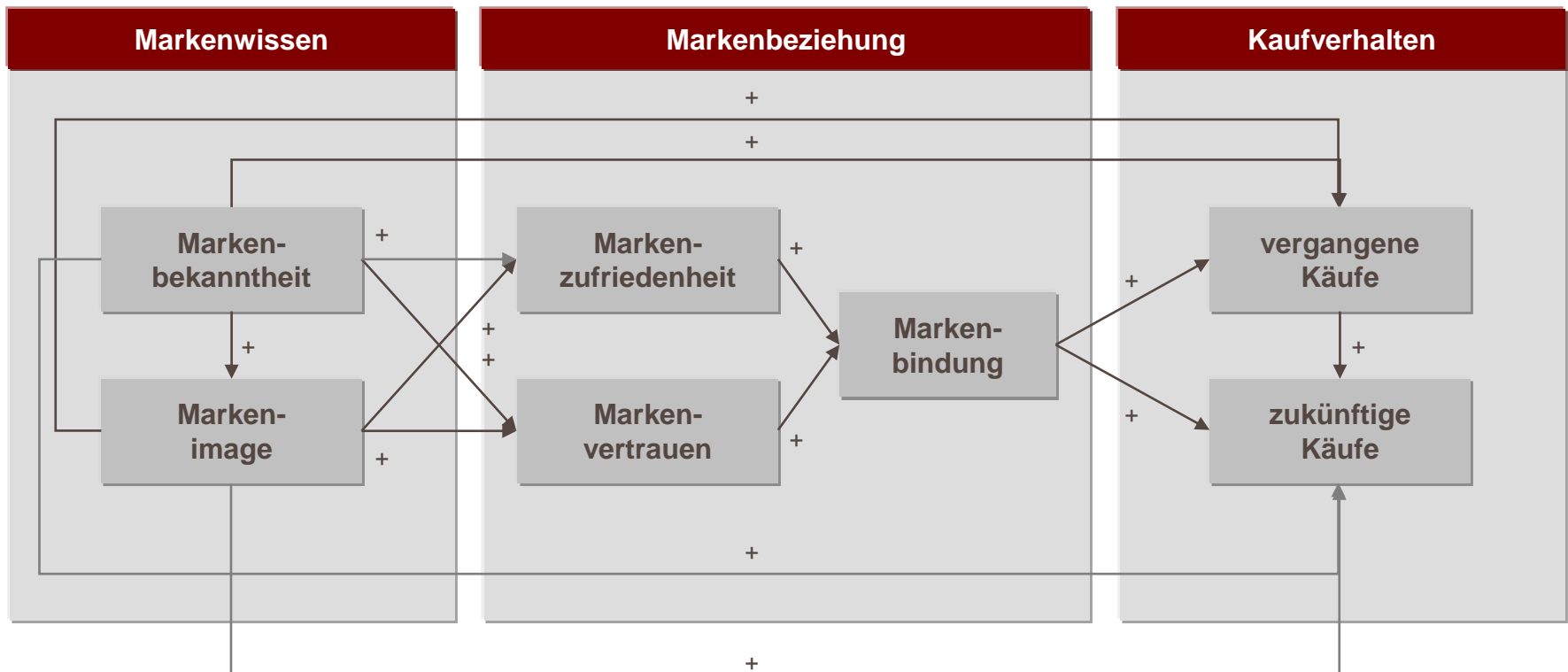
# Wissenschaftliches Arbeiten: Grundlegende **Kriterien**



# Verhaltenswissenschaftlicher Ansatz: SOR



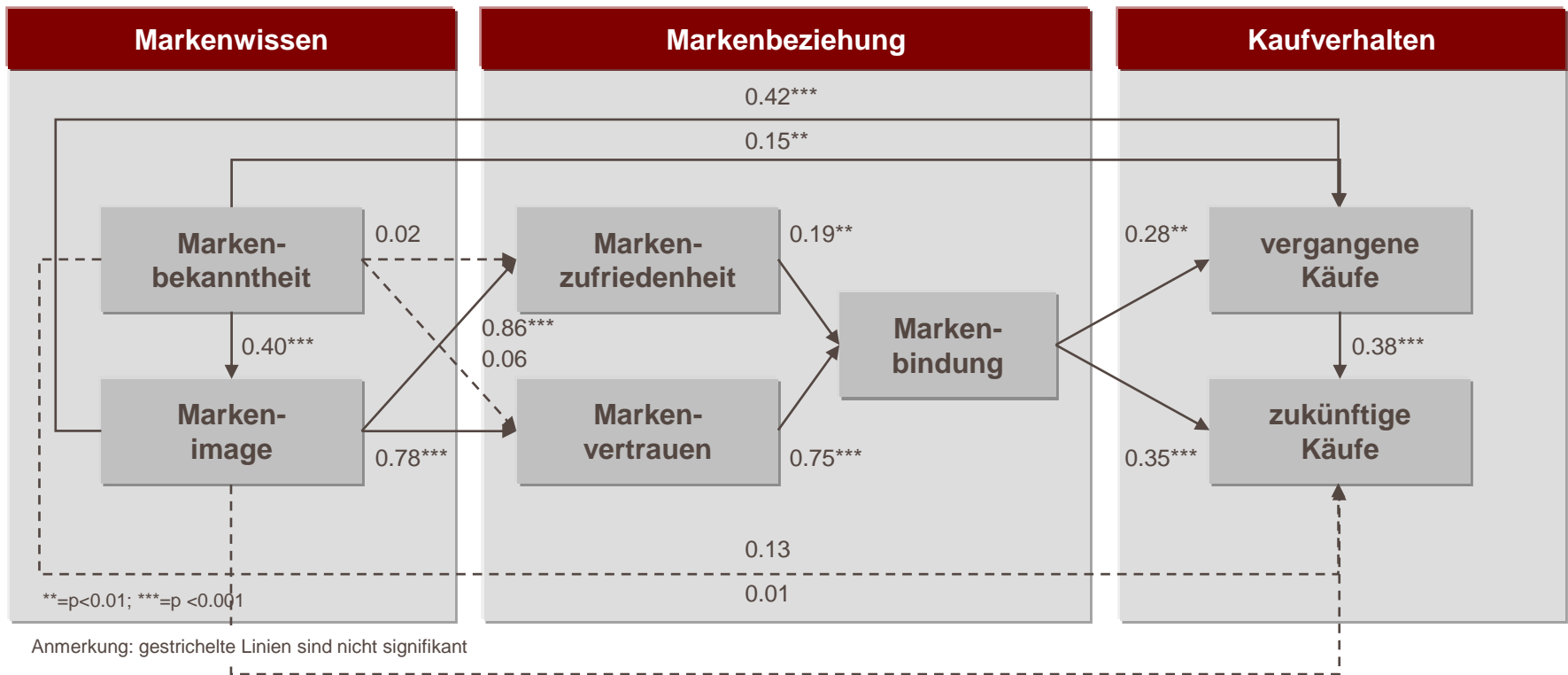
# Kausalmodell nach dem SOR-Ansatz: Konzeptionelles Modell



Quelle: Esch/Langner/Schmitt/Geus, 2006, S. 102.



# Kausalmodell nach dem SOR-Ansatz: Konfirmatorisches Modell



# Quellenarbeit

# Arbeitsschritte einer Seminararbeit: Literatur- und Informationsbeschaffung



## Quellen systematischer Informationsgewinnung

Art der Informationsbeschaffung	Herkunft der Informationen	
	Literatur	Empirie
Sekundärforschung	<b>Literaturstudium</b>	Schreibtischforschung („Desk research“)
Primärforschung	Meta-Analyse	Feldforschung („Field research“)





# Marktforschung ≠ Wissenschaftliche Forschung





# Arbeitsschritte: Literaturbeschaffung



## Arten wissenschaftlicher Literatur

- Artikel in Zeitschriften
  - Begutachtete Beiträge („peer-reviewed“)
  - Nicht begutachtete Beiträge („non-peer-reviewed“)
- Diskussionspapiere („Graue Literatur“)
- Monographien (Dissertationen, Lehrbücher, etc. )
- Sammelbände/Festschriften (i.d.R. ohne formalen Begutachtungsprozess)
- Konferenz-Proceedings (zum Teil mit verkürztem Begutachtungsprozess)



# Arbeitsschritte: Literaturbeschaffung



## Generelle Bewertung von Literaturquellen

- **Zitierfähigkeit:** Ist die Quelle allgemein zugänglich?
- **Zitierwürdigkeit:**
  - Entspricht die Quelle wissenschaftlichen Qualitätskriterien?
  - Ist die Quelle für das Thema der wissenschaftlichen Arbeit angemessen?

Originalarbeiten  
Wissenschaftliche Fachbücher  
Fachwörterbücher und -lexika  
Dissertationen  
Artikel in Fachzeitschriften  
Electronic Journals im Internet



↓  
**Zitierwürdig**

Firmenschriften  
Diplomarbeiten  
Graue Literatur



**Zum Teil zitierwürdig  
und beschränkt  
zitierfähig**

Allgemeine Lexika  
Einführungsliteratur  
Skripte  
Seminararbeiten  
Artikel in Boulevardzeitungen  
Allgemeine Seiten im Internet



↓  
**In der Regel nicht  
zitierwürdig**



# Arbeitsschritte: Literaturbeschaffung



## Auswahl an Medien für die Literaturrecherche

### *Bibliothek:*

- **Bibliothekskatalog**
- **DigiBib** (Metasuche in mehreren Datenbanken und Katalogen)
- **Fachdatenbanken** (z. B. Fachgebiet Wirtschaftswissenschaft)
- **Elektronische Zeitschriftenbibliothek**
- E-Books (z.B. Springer: Management, Betriebs- und Volkswirtschaftslehre )

### *Internet:*

- Econ Biz (<http://www.econbiz.de>)
- Wikipedia (i.d.R. nur für einen ersten Überblick)
- **Google Scholar** (<http://scholar.google.de>)
- Google Bücher (<http://books.google.de>)
- Suchmaschinen (Google, Bing, Yahoo, usw.)
- Verlagsspezifische Online-Portale (z.B. Springer, Wiley, Elsevier)



# Wichtige Marketingzeitschriften: englisch (I)



- Journal of Marketing
- Journal of Marketing Research
- Journal of the Academy of Marketing Science
- International Journal of Research in Marketing
- Marketing Letters
- Psychology & Marketing
- European Journal of Marketing
- Journal of Consumer Research
- Journal of Consumer Psychology
- Advances in Consumer Research



# Wichtige Marketingzeitschriften: englisch (II)



- International Journal of Advertising
- Journal of Advertising
- Journal of Advertising Research
- Journal of Product and Brand Management
- Journal of Brand Management
- Journal of Product Innovation Management
- Industrial Marketing Management
- etc.



# Wichtige Marketingzeitschriften: **deutsch**



- Marketing Journal
- Marketing ZFP
- St. Gallen Marketing Review
- Markenartikel
- Absatzwirtschaft
- Werben & Verkaufen
- Planung & Analyse
- Horizont
- Transfer - Werbeforschung und Praxis
- etc.

