



■ INSTITUT FÜR MARKETING



**UNI  
GRAZ**

# Richtlinien zur Verfassung von Masterarbeiten

Stand: Jänner 2014

## 1 Allgemeine Informationen und Voraussetzungen

Nach § 12 Curriculum für das Masterstudium „Betriebswirtschaft“ ist die Masterarbeit gem. § 81 Abs. 1 UG im Masterstudium abzufassen. Gem. § 26 Abs. 5 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen ist vor Beginn der Bearbeitung das Thema und die Betreuerin/der Betreuer schriftlich bekannt zu geben. Die Masterarbeit ist eine wissenschaftliche Arbeit, die den Nachweis der Befähigung dient, wissenschaftliche Themen selbstständig sowie inhaltlich und methodisch vertretbar zu bearbeiten. Das Thema der Masterarbeit ist einer der gewählten Speziellen Betriebswirtschaftslehren des Masterstudiums zu entnehmen bzw. zuzuordnen. Sie wird mit 20 ECTS-Anrechnungspunkten bewertet.

Grundsätzlich werden Themen nur dann vergeben, wenn die folgenden **Voraussetzungen** erfüllt sind:

1. Studium der Speziellen Betriebswirtschaftslehre „Marketing: Business-to-Consumer Management“ und
2. aus dieser Speziellen Betriebswirtschaftslehre wurden bereits Prüfungsleistungen von mindestens 8 ECTS positiv absolviert.

Zusätzlich empfehlen wir den Abschluss folgender Lehrveranstaltungen:

- Softwaregestützte Statistikauswertung
- Marketing Research
- Empirische Wirtschaftsforschung 1
- Empirische Wirtschaftsforschung 2

## 2 Bewerbung

Unter Berücksichtigung der besonderen Interessen und Spezialisierungsgebiete der Kandidatin/des Kandidaten wird ein Arbeitsthema vorgeschlagen. Dabei sind zwei Vorgangsweisen möglich:

- Die Kandidatin/Der Kandidat schlägt selbst ein Arbeitsthema vor oder
- die Kandidatin/der Kandidat wählt aus einer Vorschlagsliste ein entsprechendes Thema aus.

Die eigentliche Themenvergabe erfolgt in der „Masterarbeits-Sprechstunde“ bei Prof. Foscht. Als Vorbereitung hierfür füllen Sie bitte das Bewerbungsformular aus, das Sie im Sekretariat des Instituts für Marketing erhalten. Nach endgültiger Vereinbarung des Arbeitsthemas muss dieses noch durch den Betreuer in das Bewerbungsformular eingetragen werden.

Das Thema und die persönlichen Daten der Kandidatin/des Kandidaten werden elektronisch erfasst. Dies ersetzt nicht die Bekanntgabe des Themas am Prüfungsamt/Dekanat!

## 3 Antrag auf Genehmigung eines Masterarbeitsthemas am Prüfungsamt/ Dekanat gemäß § 26 Abs. 5 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen

Nach § 26 Abs. 5 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen sind das Arbeitsthema und der Betreuer (Prof. Foscht) **vor Beginn der Bearbeitung** schriftlich bekanntzugeben. Das Formular ist von der Website des SOWI-Dekanats downzuloaden (Homepage des SOWI-

Dekanats – Studieren – Formulare) und ausgefüllt im Sekretariat des Instituts für Marketing abzugeben. Dieses Formular wird dann vom Institut ans Dekanat/Prüfungsamt weitergeleitet.

#### 4 Zuweisung der betreuenden Assistentin/des betreuenden Assistenten

Planen Sie, Ihre Arbeit bei Prof. Foscht zu schreiben, kann Ihnen nach erfolgter Festlegung des Arbeitsthemas eine betreuende Assistentin/ein betreuender Assistenten zugewiesen werden. Diese/r soll grundsätzlich Anlaufstelle für Probleme sein, die während der Arbeit auftreten. Im Sinne einer kontinuierlichen Betreuung ist die laufende Aufrechterhaltung des Kontaktes zur betreuenden Assistentin/zum betreuenden Assistenten im Interesse der Studierenden wünschenswert. Sollte seitens der Kandidatin/des Kandidaten über sechs Monate hinweg keine Kontaktaufnahme erfolgen, wird angenommen, dass an der Bearbeitung des Themas kein Interesse mehr besteht und die Themenzuteilung erlischt.

#### 5 Problemstellung und Gliederung

Nach der Einarbeitung in das Themengebiet (d. h. nach dem Literaturstudium – wobei insbesondere die neueste Literatur zu sichten ist, nach Erarbeitung der Grundinhalte und der Schwerpunkte) ist eine Problemstellung und eine Gliederung auszuarbeiten. Nähere Informationen hierzu finden Sie in den formalen Richtlinien für die Verfassung von schriftlichen Arbeiten, die Sie von der Website des Instituts (Homepage des Instituts für Marketing – Studium – Masterstudium) downloaden können.

Zudem ist ein **vorläufiges Literaturverzeichnis**, das die Kandidatin/der Kandidat ihrer/seiner Arbeit zugrunde legen wird, auszuarbeiten.

Masterarbeitskandidatinnen und -kandidaten sollen grundsätzlich auch dabei unterstützen, den aktuellen Stand der marketingrelevanten Literatur an der Fakultät zu sichern. Sollte daher für die Abfassung der Masterarbeit marketingrelevante Literatur benötigt werden, die nicht auf der Universitäts- bzw. Fakultätsbibliothek vorhanden ist, sollten Sie dies der betreuenden Assistentin/dem betreuenden Assistenten oder Prof. Foscht mitteilen, um eine entsprechende Bestellung anzuregen. Sie können aber auch jederzeit direkt bei der Fakultätsbibliothek Vorschläge für den Ankauf von Büchern machen.

#### 6 Beachtung der Formerfordernisse

Bei der Abfassung der Masterarbeit müssen die Formerfordernisse des Instituts für Marketing eingehalten werden. Informationen zu den **formalen Richtlinien** – dazu zählen auch die **Zitierrichtlinien** – sowie eine **Formatvorlage** für Masterarbeiten finden Sie auf der Website des Instituts (Homepage des Instituts für Marketing – Studium – Masterstudium). Aus gegebenem Anlass weisen wir auch darauf hin, dass Masterarbeiten mit zahlreichen formalen Mängeln (Rechtschreibfehlern, Grammatikfehlern usw.) nicht akzeptiert werden können. Schließlich sind alle Masterarbeiten – mit Ausnahme der gesperrten – öffentlich zugänglich und können zur, in diesem Fall, negativen Profilierung der Verfasserin/des Verfassers beitragen.

#### 7 Einholung der Themenbestätigung

Vor der Fertigstellung der Arbeit ist das endgültige Thema der Masterarbeit mittels des dafür vorgesehenen Formulars, das Sie von der Website des SOWI-Dekanats downloaden können, (Homepage des SOWI-Dekanats – Studieren – Formulare) von Prof. Foscht zu bestätigen.

Dazu sei ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Kandidatin/der Kandidat Vorschläge für die endgültige Fixierung des Themas in **deutscher und englischer Sprache** unterbreiten soll. Dieses Formular wird dann vom Institut für Marketing ans Dekanat weitergeleitet.

## 8 Einreichung der Masterarbeit am Dekanat

Nach erfolgter Themenbestätigung ist die mit festem Umschlag gebundene Masterarbeit mit dem Antrag auf Beurteilung der Masterarbeit gemäß § 26 Abs. 7 und dem Beurteilungsformular gemäß den Richtlinien und Fristen des SOWI-Dekanats am Dekanat einzureichen. Den entsprechenden Antrag bzw. das Beurteilungsformular können Sie von der Website des SOWI-Dekanats downloaden (Homepage des SOWI-Dekanats – Studieren – Formulare). Der Masterarbeit ist auch ein **Abstract in deutscher und englischer Sprache** mit je max. einer Seite bzw. je max. 2.000 Zeichen beizulegen. Informationen hierzu finden Sie auf der Website des SOWI-Dekanats (Homepage des SOWI-Dekanats – Studieren – Studium – Masterstudium – Einreichung von Master- bzw. Diplomarbeiten). **Der Einband der Masterarbeit soll die Farbe „grafit“ haben.**

**Selbstverständlich ist es möglich, Masterarbeiten, die Unternehmensdaten u. ä. enthalten, für Dritte sperren zu lassen. Ein derartiger Sperrvermerk ist nur nach Rücksprache mit Prof. Foscht möglich und muss vor der elektronischen Abgabe der Arbeit erfolgen.**

Da im Prinzip alle Masterarbeiten – mit Ausnahme der gesperrten Masterarbeiten – in der Universitätsbibliothek eingesehen werden können, entsteht gelegentlich das Problem, dass die Qualität einer entlehnten Masterarbeit falsch eingeschätzt wird, da die Benotung und die Gutachten bei diesen Arbeiten natürlich nicht ersichtlich sind. Zu berücksichtigen ist daher, dass nicht jede entlehnte Masterarbeit als „State-of-the-Art“ zu bezeichnen ist und möglicherweise nur mit „genügend“ benotet wurde. Wenn zu einer Masterarbeit Fragen auftreten, ist es ratsam, sich daher direkt an die betreuende Assistentin/den betreuenden Assistenten bzw. an Prof. Foscht zu wenden, um Missverständnisse zu vermeiden.

## 9 Aufbewahrungsfrist für relevante Unterlagen

Ausgefüllte Fragebögen oder sonstige Stimuli, die Sie bei der Verfassung der Masterarbeit eingesetzt haben (z. B. bildhafte Vorlagen, die im Rahmen von Experimenten als Stimuli eingesetzt wurden), SPSS- bzw. Excel-Dateien, die Daten oder Auswertungen enthalten, sowie etwaige Ausdrucke oder Screenshots von Webseiten, die Sie in der Annahme erstellt haben, dass sich der für Ihre Arbeit relevante Inhalt ändern wird, sind **7 Jahre** aufzubewahren.