



Universität St.Gallen

Institut für Marketing und Customer Insight

Grundlagen der wissenschaftlichen Recherche

St. Gallen, FS22

Maurò Gotsch, Institut für Marketing &
Customer Insight

From insight to impact.

Unsere Ziele

1.



Recherche: Die Studierenden kennen die Grundlagen der Datenbankrecherche und können diese zur Beantwortung von relevanten Forschungsfragen in ihrem akademischen Umfeld anwenden.

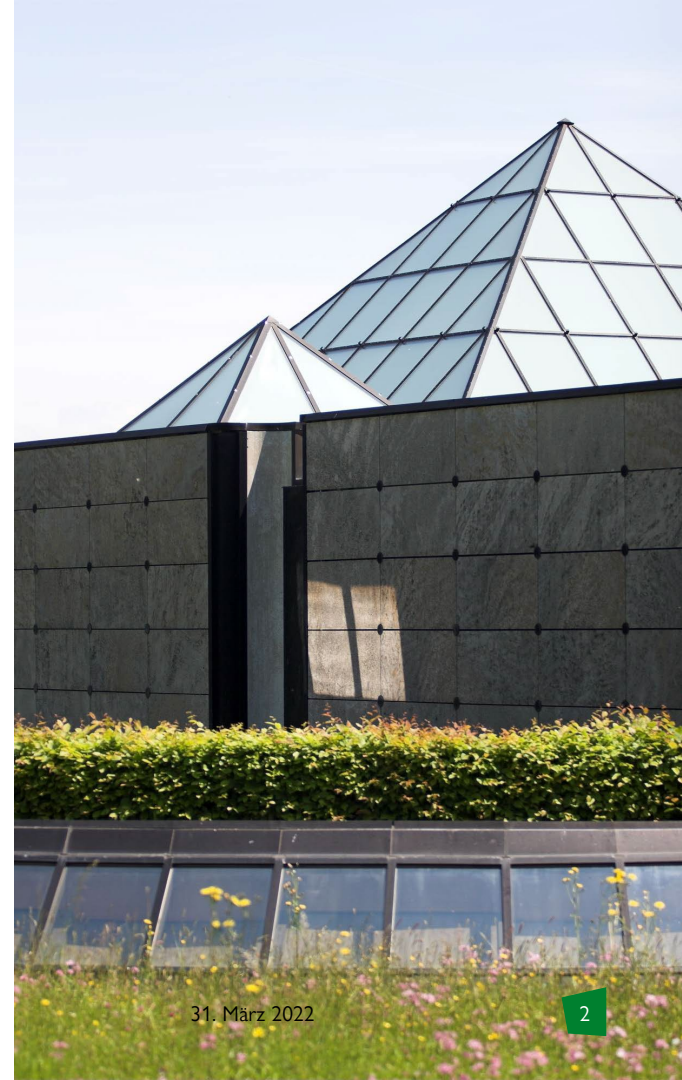
2.



Zitation: Die Teilnehmenden sind in der Lage ein Argument anhand von Quellen zu formulieren und unterstützen.

Unsere Agenda

1. Was sind die formellen Anforderungen an eine Arbeit an der Universität St. Gallen?
2. Wo finde ich aktuelle wissenschaftliche Literatur?
3. Woher weiss ich, dass meine Quelle etwas taugt?
4. Workshop: Wie baue ich ein Argument auf bestehender Forschung auf?
5. Fragerunde und Tooltips



Zu meiner Person

Zuvor:

- Bachelor & Master HSG-Alumnus seit 2016
- +6 Jahre: Marketingmanagement und online Marketing in der Erwachsenenbildungs- & Kommunikationsbranche
- Arbeitgeber: Zense, ENAIP, Liceo Vermigli

Zurzeit:

- Seminarleiter, wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am IMC-HSG
- +4 Jahre Forschungserfahrung im Bereich Management, Kundenpsychologie und Informationswissenschaften
- Dissertationsprojekt: «Privacy as Strategy - Identifying competitive advantages in data protection»



Formelle Anforderungen

Wie sieht eine wissenschaftliche Arbeit an der Universität St. Gallen aus?

Wie sehen Arbeiten an der Universität St. Gallen aus?

1. **Format:** [Standardtemplate der Universität \(hier klicken\)](#). Kann nach Bedarf auch angepasst werden.
2. **Zitation:** [APA 6th Edition](#) oder [MLA 8th Edition](#). Direkte Zitate und direkte Verweise sind immer mit Seitenzahl zu versehen. Alle Illustrationen und Tabellen müssen mit einer Quelle gekennzeichnet werden (auch eigene Illustrationen).
3. **Abstract:** Deutsch und Englisch.
4. **Abkürzungsverzeichnis:** Es sind nur nicht geläufige Abkürzungen anführen (z. B ist «z.B» nicht anzuführen)
5. **Literaturverzeichnis:** Eine Trennung von On- und Offlinequellen ist nicht notwendig. DOI-Angaben sind gerne gesehen aber freiwillig.
6. **Seitenzahl:** Richtwert sind maximal 50 Seiten für eine BA oder maximal 60 Seiten für eine MA (ohne Verzeichnis und Appendix). Überschreitungen sind erlaubt, aber ein Hinweis darauf, dass der Text vermutlich gekürzt werden könnte. Alle Abweichungen sind im Zweifel mit der Betreuungsperson zu besprechen.
7. **Appendix:** Erwartet sind alle Ausrechnungen oder Datenpunkte, die im Text zitiert werden. Vollständige Datensets und Interviews können als unformatierte digitale Beilage abgegeben werden.

Was sind «gute» Forschungsfragen und Themen?

Relevanz

- Adressierst du ein Problem, dass viele Leute betrifft oder beschäftigt?
- Adressierst du ein Problem, dass wenige Leute stark beeinflusst?
- Adressierst du ein Problem, dass wir bisher nur teilweise oder nicht gelöst haben?

Neuigkeit

- Schliesst du an eine laufende wissenschaftliche Debatte an?
- Kann deine Frage mit bisherigen Erkenntnissen nur teilweise adressiert werden?
- Schafft deine Forschung neue Erkenntnisse, Modelle oder Methoden?

Präzision

- Sind alle Begriffe in deiner Forschungsfrage eindeutig definiert?
- Ist deine Forschungsfrage überhaupt beantwortbar?
- Ist die Frage Eingeschränkt auf ein relevantes Feld?

In Anlehnung an: [Kumar, et al. \(2018\)](#)

Ein Beispiel:

*“Warum machen Kund*innen Impulskäufe?”*



Zu breit und unpräzise

*“Haben Kund*innen die Impulskäufe tätigen, unterschiedliche Persönlichkeitsmerkmale?”*



Präziser, aber noch zu breit

„1) Sagt das *Niveau der Selbstkontrolle* eine *größere Präferenz für hedonische Güter* im Vergleich zu utilitaristischen Gütern voraus?

2) Sagt ein *größeres Bedürfnis nach Berührung* eine *höhere Zahlungsbereitschaft* für hedonistische Produkte voraus?”



Die letzten Fragen haben einen *eng definierten Prädiktor* sowie ein *testbares, spezifisches Ergebnis*

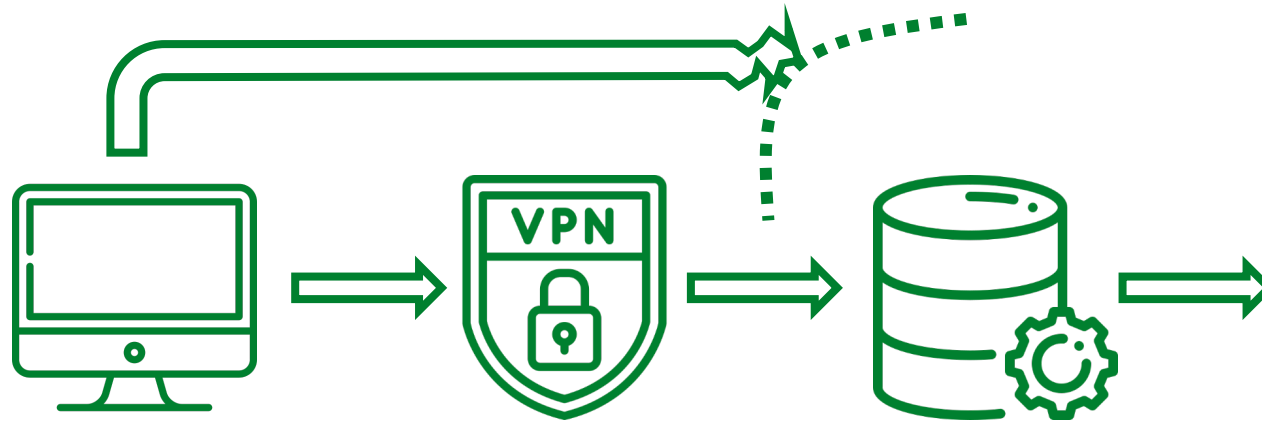
Zwischenfazit: Habt ihr Fragen zu Forschungsfragen?



Datenbanken

Wo finde ich wissenschaftliche Literatur?

Erster Schritt: Mit dem Virtual Private Network (VPN) der Universität Zugang zu den Datenbanken erhalten



HSG Datenbanken



EBSCOhost

Clarivate
Web of Science™



ELSEVIER



Installation: vpn.unisg.ch

Zu welchen Quellen habe ich jetzt Zugang? Für was nutze ich sie?

Bücher

- Definitionen
- Themenübersicht
- Verfahren
- Modelle
- Orientierung

Presse & Praxisartikel

- Aktuelle Beispiele
- Etablierung Praxisrelevanz
- Inspiration für Forschungsfragen

Journalartikel

- Bestehende Forschungsergebnisse
- Etablierung theoretischer Relevanz

(Abschluss-) Arbeiten

- Literaturlisten
- Themenübersicht
- Inspiration
- Methoden im Detail
- Aufbau und Struktur
- Schreibstil

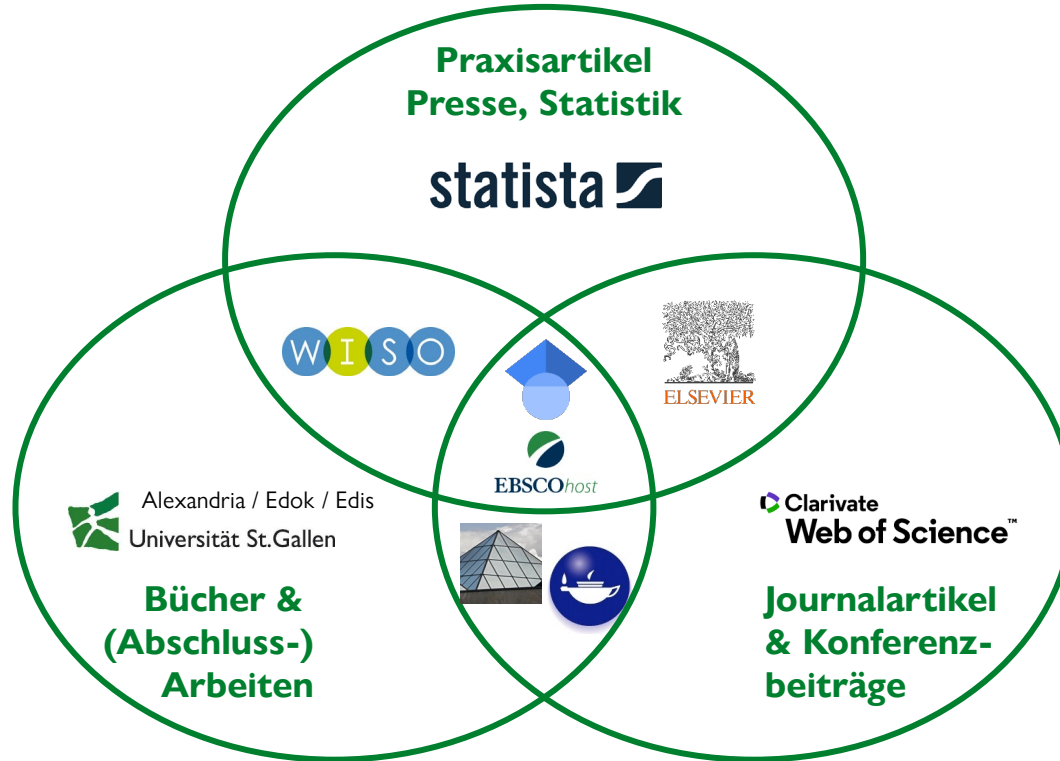
Statistiken & Daten

- Unterstützung eigener Argumente
- Ergänzung eigener Daten
- Generierung neuer Datensätze

Konferenzbeiträge

- Aktuelle Methoden & Forschungsfragen
- Etablierung von theoretischen Lücken
- Work-in-Progress

Soviel Auswahl – wo fange ich mit meiner Recherche an?



Vorbereitung

1. Aktiviere dein VPN und logge ein
2. Überlege, was du brauchst um deine Frage zu beantworten
3. Klicke auf die Logos, um zur entsprechenden Website zu gelangen

Das schnelle Drei-Schritt-Verfahren für relevante Quellen



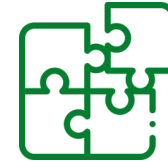
1. Einfache Übersicht verschaffen

- Auf Google Scholar oder Ebsco nach „Thema“ Literaturübersicht suchen
- Relevante Keywords identifizieren



2. Zentrale Quellen identifizieren

- Anhand der Quellen in der Literaturübersicht
- Filtern nach Anzahl Zitate auf z.B. Web of Science



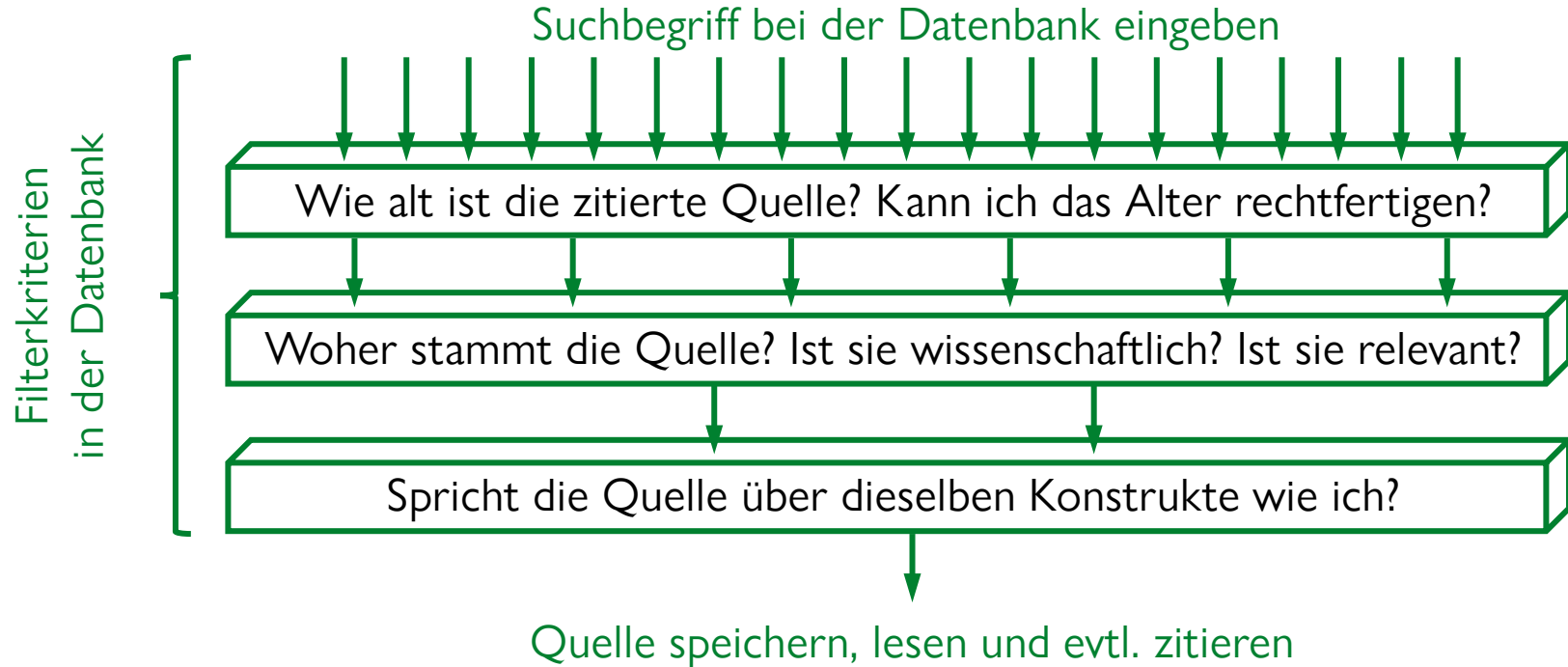
3. Spezifische Quellen finden

- Artikel von spezifischen Autoren
- Artikel einer bestimmten Theorie

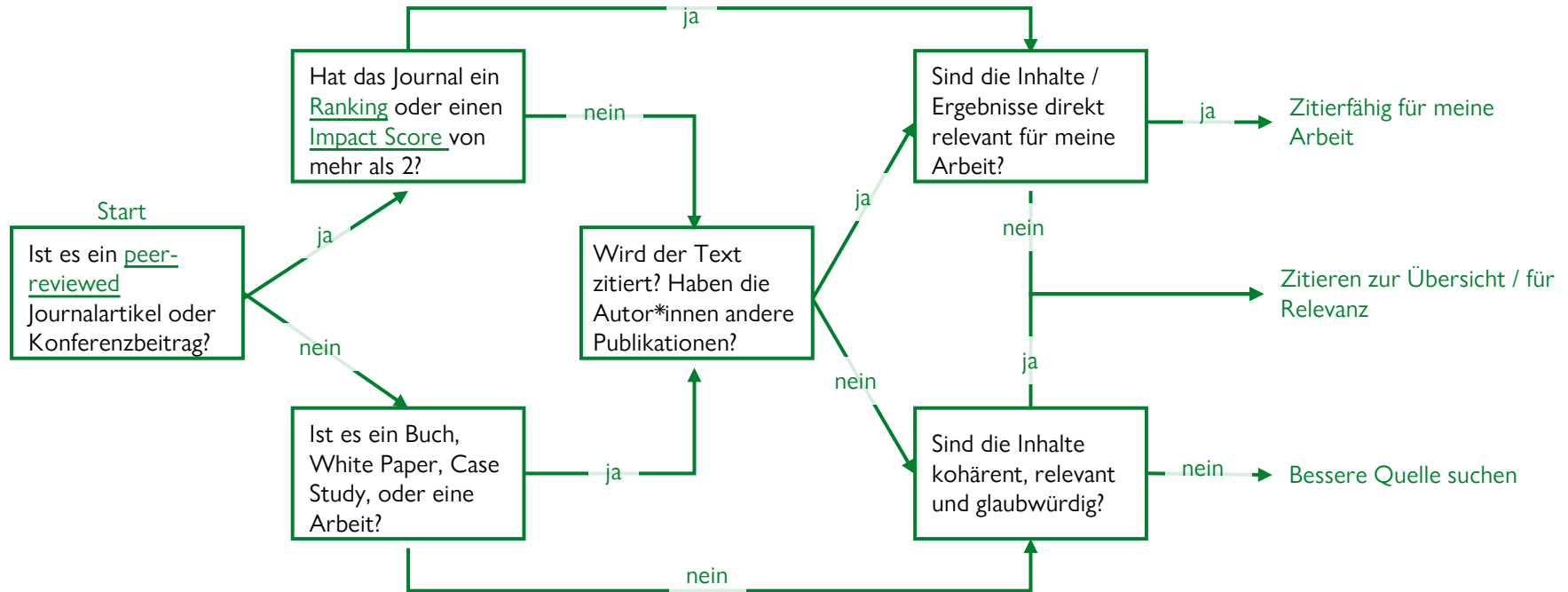
Auswahl

Woher weiss ich, dass meine Quelle etwas taugt?

Die Filter auf der Datenbank nutzen – wann sollte ich eine Quelle (nicht) zitieren?



Wann ist eine Quelle «wissenschaftlich»? Die Daumenregeln:



Zwischenfazit: Habt ihr Fragen zum Rechercheprozess?



Workshop

Wie baue ich ein Argument auf bestehender
Forschung auf?

Recherche Übung: ist diese Aussage «korrekt»?

“Marktorientierte Unternehmen haben einen kompetitiven Vorteil.”

Aufgabe 1:

Finde eine wissenschaftliche Definition für “Marktorientierung” und notiere die Quelle

Aufgabe 2:

Finde drei weitere Quellen, welche deiner Meinung nach die Frage beantworten könnten

Dokumentation:

Postet eure Quellen und eure Definition auf [das Padlet](#) ([hier klicken](#))



*Ihr habt
15 Minuten*

Zwischenresultate: Welche Definition haltet ihr für relevant?
Weshalb (nicht)?



Argumentationsübung: Nutze deine gefundenen Quellen

“Marktorientierte Unternehmen haben einen kompetitiven Vorteil.”

Aufgabe 3:

Nimm in einem kurzen Paragraphen (3-6 Sätze) Stellung zu der Behauptung oben. Unterstütze deine Aussage mit der Definition und den Quellen die du gefunden hast. Lade deinen Text zusammen mit den Quellen auf [das Padlet \(hier klicken\)](#)



*Ihr habt
15 Minuten*

Auswertung der Ergebnisse

Schritt 1:

- Lest das Argument der anderen durch und setzt zwei “Likes” bei den Argumenten, die ihr besonders überzeugend findet.
- Setzt zwei Kommentare bei Argumenten, bei denen euch eine Verbesserung einfällt oder bei denen ihr ein Aspekt interessant findet.



Schritt 2:

- Gruppendiskussion – was gefällt euch an den am meisten bewerteten und kommentierten Argumenten?

Fragerunde

Was wollt ihr noch wissen?

“Whenever a theory appears to you as the only possible one, take this as a sign that you have neither understood the theory nor the problem which it was intended to solve.”

- Karl Popper, Objective Knowledge: An Evolutionary Approach (1972)

Extras

Wertvolle Werkzeuge und Webseiten

Produkte, die ich für meine Forschung verwende (exkl. Datenbanken)

- Zitationssoftware: [Mendeley Desktop, Mendeley Office Plugin und Mendeley Chrome Plugin \(kostenlos\)](#)
- Qualitative Datenanalyse: [atlas.ti \(kostenpflichtig\)](#)
- Statistische Datenanalyse: [IBM SPSS \(einfacher zu lernen aber kostenpflichtig\)](#) oder [R Project \(open source\)](#)
- Transkription von Interviews: [Happy Scribe \(AI-driven und kostenpflichtig\)](#) oder [MS-Teams Aufnahme Funktion](#)
- Automatische Informationsabfrage: [RSS-Feed Inoreader \(kostenlos\)](#)
- Bildbearbeitung: [GiMP \(open source\)](#) oder [Photoshop \(kostenpflichtig\)](#) oder [Powerpoint](#)
- Überprüfen von Journal Rankings (Management): [VHB Jourqual](#), [FT Top 50](#), [ABS](#) oder [ERIM](#)
- Umfragen Online: [Unipark/Questback \(braucht Studierendenaccount\)](#) oder [Google Forms \(für kleine Umfragen\)](#)
- Umfrageteilnehmende Einkaufen: [Mturk \(billig und nicht immer gut\)](#) oder [Prolific \(teuer aber gut\)](#)
- Übersetzungen: [DeepL \(kostenlos und gut für schnelle Übersetzungen\)](#)
- Bilder: [flaticon \(gratis färbbare Icons für Präsentationen\)](#) oder [Pexels](#) oder [Pixabay \(creative commons Bilder\)](#)
- Wissensaustausch für technische Fragen / Data Science: [Stackoverflow \(kostenlos\)](#)
- Durchführung von Experimenten an der Universität: [Behavioral Lab](#)

Sucht ihr relevante Forschungsfragen? Hier findet ihr konkrete Themenlisten:

- Themen des Instituts für Marketing und Customer Insights: <https://imc.unisg.ch/lehre/abschlussarbeiten/>
- Themen des Instituts für Wirtschaftsinformatik: <https://iwi.unisg.ch/lehre/#abschlussarbeiten>
- Themen des Instituts für Mobilität: <https://imo.unisg.ch/de/abschlussarbeiten/>
- Themen des Instituts für KMU&Unternehmertum: <https://kmu.unisg.ch/de/lehre-an-der-hsg/diplomarbeitenboerse>
- Themen des Instituts für Management in Latin America: <https://gimla.unisg.ch/en/research/theses>
- Themen des Instituts für Behavioral Science & Technologies: <https://www.ibt.unisg.ch/teaching/open-thesis-topics/>
- Themen des Instituts für Computer Science: <https://programming-group.com/teaching>
- Themen des Instituts für Systemisches Management und Public Governance: <https://imp.unisg.ch/de/studium>
- Themen des Instituts für Management and Strategy: <https://ifb.unisg.ch/en/teaching/bachelor-and-masters-papers/>
- Themen des Instituts für Supply Chain Management: <https://iscm.unisg.ch/de/lehre/bachelormasterarbeiten>
- Themen des Instituts für Technologiemanagement: <https://item.unisg.ch/en/education/theses>
- Themen des Instituts für Versicherungswirtschaft: <https://www.ivw.unisg.ch/de/teaching/>
- Themen des Instituts für Medien- & Kommunikationswissenschaft: <https://mcm.unisg.ch/de/lehre/abschlussarbeiten>

Sucht ihr relevante Forschungsfragen? Hier findet ihr Anfragelisten der Institute:

- Anfragen ans Institut für Bildungsmanagement & Technologien: https://ibb.unisg.ch/de/lehre/bachelor_masterarbeit
- Anfragen ans Institut für Führung und Personalmanagement: <https://ifpm.unisg.ch/studium/anmeldung-bachelor-masterarbeit/>
- Anfragen ans Institut für Operations Research und Computational Finance: <https://iorcf.unisg.ch/de/cc-energy-management/wissen/abschlussarbeiten>
- Anfragen ans Institut für Politikwissenschaft: <https://ipw.unisg.ch/de/international-relations/teaching/final-thesis>
- Anfragen ans Institut für Handelsmanagement: <https://irm.unisg.ch/de/lehre/themenliste-abschlussarbeiten>
- Anfragen ans Institut für Wirtschaftsethik: <https://iwe.unisg.ch/de/lehre/ba--und-ma-themen>
- Anfragen ans Institut für Economy and Environment: <https://iwoe.unisg.ch/teaching/#landing-teaching>
- Anfragen an den Lehrstuhl für Organisationspsychologie: <https://opsy.unisg.ch/de/teaching/bachelor-and-master-theses>

Vielen Dank.

Mauro Gotsch

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

+41 71 224 75 70

mauro.gotsch@unisg.ch

Universität St.Gallen (HSG)
Institut für Marketing und Customer
Insight
Dufourstrasse 40a
9000 St.Gallen

imc.unisg.ch

Akkreditierungen



Universität St.Gallen

Institut für Marketing und Customer Insight

