

Forschungspraktikum (zu vergeben)

„Partner Selection in Co-Branding Alliances“

Am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Marketing ist im Rahmen eines internationalen Forschungsprojektes kurzfristig ein Forschungspraktikum zu vergeben. Inhaltlich thematisiert dieses Projekt die **Auswahl von Partnermarken bei Markenallianzen** im internationalen Kontext.

Aufgaben:

- Übersetzung eines bestehenden Fragebogens (Englisch → Deutsch)
- Implementierung des übersetzten Fragebogens in EFS Survey von Unipark (Questback)
- Eigenverantwortliche Durchführung einer Online-Erhebung mittels eines Online-Panels
- Erste deskriptive Auswertungen der Ergebnisse

Anforderungen:

- Student/In des Masterstudiengangs „Wirtschaftswissenschaften“, „Wirtschaftsmathematik“ oder „Statistische Wissenschaften“
- Analytisches Denkvermögen, hohe (Eigen-)Motivation und Leistungsbereitschaft
- Selbstständigkeit, Zielorientierung und Teamfähigkeit
- Sehr gute Englischkenntnisse
- Spaß an wissenschaftlicher Forschung
- Kenntnisse in EFS Survey von Unipark (Questback)
- Kenntnisse in SPSS, Excel oder vergleichbarer Software zur Auswertung der empirischen Studie

Einstiegsliteratur:

Geylani, T.; Inman, J. J.; Ter Hofstede, F. (2008): Image Reinforcement or Impairment: The Effects of Co-branding on Attribute Uncertainty, in: Marketing Science, 27 (4), 730-744.

Van der Lans, R.; Van den Bergh, B.; Dieleman, E. (2014): Partner Selection in Brand Alliances: An Empirical Investigation of the Drivers of Brand Fit, in: Marketing Science, 33 (4), 551-566.

Das Forschungspraktikum kann gemäß der jeweiligen Studienordnung im Bereich der Individuellen Ergänzung oder der Praktischen Übung zu den dort festgesetzten Bedingungen eingebracht werden. Selbstverständlich erhalten Sie nach Abschluss des Praktikums zudem ein gesondertes Zeugnis über Ihre Tätigkeit.

Bei Fragen und/oder Interesse wenden Sie sich bitte an:

Pascal Kottemann (M.Sc.)

E-Mail: pkottemann@wiwi.uni-bielefeld.de

Tel.: 0521 / 106-4883

Büro: UHG V9-109