

**Liebe Freunde des Marketing-Lehrstuhls,
wir begrüßen ganz herzlich alle diejenigen, die sich neu in diesen Verteiler eingetragen haben!
Seit dem letzten Newsletter im November 2020 ist einige Zeit vergangen. Umso mehr freuen wir
uns, heute von den letzten drei Monaten zusammenfassend berichten zu können.**



Ausflug ans Elbufer



VORSTELLUNG: NEUER WISSENSCHAFTLICHER MITARBEITER

„Ich heiße Bui Duc Nguyen und habe meinen Bachelor sowie Master in BWL an der Otto-Friedrich-Universität in Bamberg absolviert. Als ehemaliger Fußballer und Trainer bin ich in meiner Freizeit sportlich unterwegs. Fußball spiele ich nicht mehr, dafür findet man mich im Fitnessstudio wieder. Im Zuge der Laptopübergabe durfte ich Dresden bereits besichtigen. Ein besonderes Highlight war das Elbufer (siehe Bilder oben), das mir meine netten Kolleginnen (nach negativem Corona-Test) gezeigt haben. ☺ Dresden ist eine tolle Stadt und ich freue mich auf die kommenden Jahre!“



Virtuelle Abschiedsfeier via Zoom

VIRTUELLE ABSCHIEDSFEIER

Drei wissenschaftliche Mitarbeiterinnen des Lehrstuhls haben ihre Dissertationen eingereicht bzw. stehen kurz davor und haben zum 01. April 2021 den Lehrstuhl verlassen: Frau Jana Stolz-Römmermann, Frau Marie-Sophie Schönitz und Frau Janine Göttling. Wir danken allen dreien herzlich für ihr großartiges Engagement in den letzten Jahren, wünschen ihnen viel Erfolg für die anstehenden neuen beruflichen Herausforderungen – und freuen uns (neben einer Abschiedsfeier in Präsenz) vor allem auf ein Wiedersehen in Zukunft!

KUNDENBEZIEHUNGSMANAGEMENT IN ZEITEN VON CORONA

Im Wintersemester startete die Fakultät Wirtschaftswissenschaften der TU Dresden die öffentliche Online-Diskussionsreihe: „60 Minuten: Corona, Wirtschaft und Finanzen“. Dabei werden Impulsvorträge von Wissenschaftler:innen und Praktiker:innen gehalten und anschließend diskutiert. Prof. Dr. Florian Siems hielt hier am 21. Januar 2021 einen solchen Impulsvortrag zum Thema „Kundenbeziehungsmanagement in Zeiten von Corona – Die Theorie des Erregungstransfers“. Wen das näher interessiert: Eine Zusammenfassung des Vortrages findet sich unter

<https://tu-dresden.de/bu/wirtschaft/die-fakultaet/news/rueckblick-60-minuten-wie-corona-wirtschaft-und-unternehmen-veraendert>

Die Vortragsreihe wird übrigens fortgesetzt und ist öffentlich, einen Überblick über die nächsten Termine und Themen finden Sie unter

<https://tu-dresden.de/bu/wirtschaft/forschung/60-minuten-corona-wirtschaft>

HOCHSCHULINFORMATIONSTAG 2021

Am 14. Januar 2021 fand der Hochschulinformationstag der TU Dresden („Uni Live“) statt, an dem Abiturient:innen, Schüler:innen, aber auch Lehrer:innen ein Einblick in das Studierendenleben an der TU Dresden gegeben wurde. Pandemiebedingt erfolgte diese jährlich von der TU Dresden durchgeführte Veranstaltung 2021 digital – und wir durften dabei sein: Nach einer kurzen Begrüßung im virtuellen Audimax konnten die Zielgruppen als „Schnupperstudium“ eine Teilvorlesung zum Thema „Marketing Grundlagen“ (digital) besuchen.



GASTVORLESUNG: BIG DATA

Im Wintersemester durfte Prof. Dr. Florian Siems seit langer Zeit wieder einmal ein für ihn neues Fach unterrichten: Er hielt eine Gastvorlesung zum Thema „Big Data – Einführung in eine unkonventionelle Mess- und Analyseverfahren“ in der Ringvorlesung „Methoden der empirischen Sozialforschung I“, die u. a. von der Professur für Methoden der empirischen Sozialforschung/Institut für Soziologie veranstaltet wird. Der Kurs wurde von über 300 Teilnehmer:innen besucht.

ONLINE-KLAUSUREN

Das Wintersemester endete mit einer besonderen Herausforderung: Wir haben uns in der zweiten Januarwoche angesichts der Pandemielage relativ kurzfristig für den Umstieg aller Klausuren unseres Lehrstuhls auf Online-Klausuren entschieden.

Dabei war es uns wichtig, die mit Online-Klausuren verbundenen Nachteile (wegen derer wir relativ lange am Plan einer Präsenzprüfung festgehalten hatten) so gut es ging zu reduzieren, konkret das Risiko von Betrugsversuchen. Wir wissen, dass die meisten Studierenden ehrlich sind und keine Betrugsversuche unternehmen. Um aber genau diese vor den anderen zu schützen und entsprechend „fair“ (nämlich für Wissenserwerb, nicht eine „Fähigkeit und Bereitschaft zu betrügen“) Punkte und Noten vergeben zu können, mussten wir verhindern bzw. zumindest so weit wie möglich reduzieren, dass unerlaubtes Nachschlagen in Unterlagen (unsere Klausuren sind nicht als Open-Book-Klausuren angesetzt) oder Absprachen mit Mitstudierenden erfolgen. Beides wird bei einer Präsenzklausur durch die von uns dort steuerbare Prüfungsumgebung und konkret auch die Klausuraufsichten verhindert. Bei Online-Klausuren, wie wir sie im Wintersemester anbieten konnten und zurzeit anbieten könnten, ist dies nicht möglich. Ein „Proctoring“, d. h. eine Überwachung der Online-Klausur z. B. über eine Kamera, war und ist bei uns aktuell u. a. (Ressourcen-)technisch nicht möglich.

Aus diesem Grund nutzten wir andere Mittel, um die genannten möglichen Betrugsversuche so gut es geht zu unterbinden bzw. zu reduzieren: Die Studierenden erhielten die Aufgaben in randomisierter Reihenfolge und in linearer Abfolge (d. h. wir verhinderten bewusst ein Zurück-Gehen zu vorherigen Fragen). Gleichzeitig war die Bearbeitungszeit so knapp bemessen, dass die Aufgaben nur ohne Nachschlagen in Büchern o. ä. bearbeitet werden konnten und kein zusätzlicher Zeitpuffer (wie wir ihn sonst bei Präsenzklausuren vorsehen) eingeräumt wurde.

Im Ergebnis zeigte sich, dass dieser Ansatz – insbesondere die bewusst eng kalkulierte Bearbeitungszeit – bei manchen Studierenden auf zum Teil erhebliche Ablehnung stieß. Gleichzeitig mussten wir leider, u. a. über die Kommunikation in studentischen Netzwerken, feststellen, dass trotz allem Betrugsversuche erfolgt sind (Fortsetzung auf der nächsten Seite).

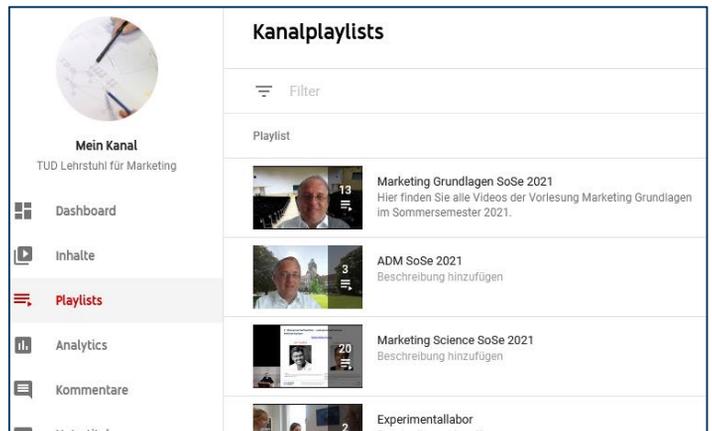
Im Ergebnis sind wir trotzdem überzeugt, angesichts der Pandemielage mit der Umstellung auf Online-Klausuren richtig entschieden zu haben: Der Schutz der Gesundheit unserer Studierenden (sowie der zu Aufsichten verpflichteten Mitarbeiter:innen) schloss aus unserer Sicht Präsenzklausuren im möglichen Prüfungszeitraum (Februar bis April) aus. Gleichzeitig bestätigten die genannten und aufgetretenen Probleme unsere Ansicht, dass zumindest an einer großen Fakultät wie der unseren, mit ca. 100 bis 300 Teilnehmer:innen pro Klausur, und dort konkret in Grundlagenfächern (die neben kompetenzorientiertem Lernen auch den Anspruch des Wissenserwerbs haben) Präsenzklausuren die mit den heutigen Möglichkeiten bessere Prüfungsmethode sind und entsprechend hoffentlich bald wieder als solche genutzt werden können. Für das fortgeschrittene Studium dagegen halten wir rein kompetenzorientierte Online-Klausuren, die mit moderatem Zeitdruck auskommen und auch schon 2020 von uns durchgeführt und sehr gut sowie ohne erkennbare Betrugsversuche von den Studierenden angenommen wurden, durchaus für einen interessanten neuen Weg – und werden diesen wie auch schon im letzten Jahr in einem entsprechenden Fach auch 2021 im anlaufenden Sommersemester (konkret in unserer Vorlesung „Marketing Science“) wieder nutzen.

SOMMERSEMESTER 2021

Am 12. April 2021 starteten die Lehrveranstaltungen des Sommersemesters an der TU Dresden. Pandemiebedingt werden alle Lehrveranstaltungen unseres Lehrstuhls dieses Semester wieder digital erfolgen. Anders als vor einem Jahr sind dieses Semester neben asynchronen Lehreinheiten auch mehr „Live-Vorlesungen“ in Form von Kurzvorträgen via Zoom geplant, um den Interaktionsgrad weiter zu steigern. Wir freuen uns auf die anstehenden Veranstaltungen – und wünschen allen Studierenden und Kolleg:innen hiermit einen guten Semesterverlauf!



Prof. Dr. Florian Siems bei der virtuellen Begrüßung der Studierenden zu „Marketing Science“



Der Lehrstuhl auf YouTube – Playlists für das Sommersemester

Und an alle Studierenden, die dies lesen: Wir haben großen Respekt davor, was Sie alle im Moment leisten müssen, denn das sind keine einfachen Bedingungen für ein Studium im Moment. Wir hoffen, mit unseren digitalen Angeboten zumindest das Beste daraus zu machen, was im Moment möglich ist. Wir werden alles dafür tun, dass dieses Semester erneut kein verlorenes Semester wird, dass Sie dieselben Inhalte vermittelt bekommen, wie sonst auch und hoffentlich trotz aller Einschränkungen, die die aktuelle Zeit mit sich bringt, auch etwas Freude daran haben.

PUBLIKATION

Abschließend möchten wir auf unsere neueste Publikation hinweisen (bei Interesse an der Publikation schreiben Sie uns bitte einfach eine kurze Mail):

Hardner, A./Schönitz, M.-S./Papen, M.-C./Leyh, C./Siems, F. (2020): Theory of Classical Conditioning in the Era of Digitalization – A Content Analysis of Current Applications in Social Media Marketing, in: transfer – Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement, Vol. 66, No. 4, S. 6-17.