

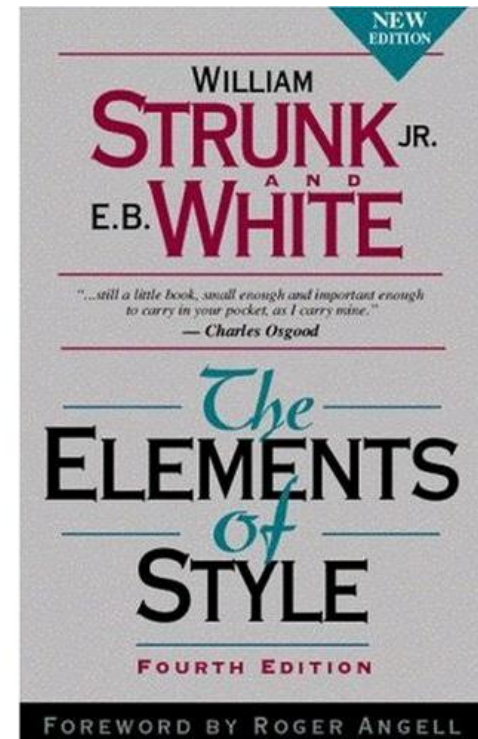
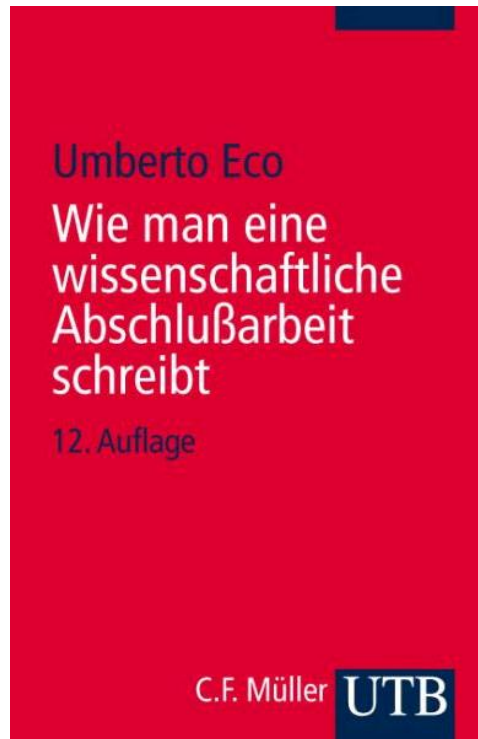
Anforderungen an wissenschaftliche Arbeiten

Universität Leipzig

Wintersemester 2018/2019

Univ.-Prof. Dr. habil. Dubravko Radić

Nützliche Lektüre



Kriterien wissenschaftlicher Arbeit

1. Die Untersuchung behandelt einen erkennbaren Gegenstand, der so genau umrissen ist, dass er auch für Dritte erkennbar ist.
2. Die Untersuchung muss über diesen Gegenstand Dinge sagen, die noch nicht gesagt worden sind, oder sie muss Dinge, die schon gesagt worden sind, aus einem neuen Blickwinkel sehen.
3. Die Untersuchung muss für andere von Nutzen sein.
4. Die Untersuchung muss jene Angaben enthalten, die es ermöglichen nachzuprüfen, ob ihre Hypothesen falsch oder richtig sind, sie muss also die Angaben enthalten, die es ermöglichen, die Auseinandersetzung in der wissenschaftlichen Öffentlichkeit fortzusetzen.

Umberto Eco (2007)

Weitere Anforderungen an wissenschaftliche Arbeiten

■ Moralische Ansprüche / „intellektuelle Redlichkeit“:

- Bei der Wahrheit bleiben, von anderen übernommene Ideen sind entsprechend zu kennzeichnen
- Fälschungen und Plagiate sind unzulässig

■ Technische Ansprüche:

- Objektivität
- Reliabilität
- Validität

■ Stilistische Ansprüche:

- Übersichtlichkeit, Verständlichkeit, Sachlichkeit im Ausdruck.
- Zudem ist ein fehlerfreier Gebrauch der deutschen Sprache von Vorteil

Materialquellen

- **nach der Erscheinungsform**
 - Monographien
 - Periodika

- **nach dem wissenschaftlichen Anspruch**
 - Reputation der Zeitschrift

- **nach der Sach- und Problemnähe**
 - Primärliteratur
 - Sekundärliteratur

Zeitschriftenranking

- VHB-JOURQUAL 3 (Stand: 2015)
- <http://vhbonline.org/vhb4you/jourqual/vhb-jourqual-3/>
- Abbildung enthält einen Auszug aus dem Teilrating Marketing

A+ = Herausragende, weltweit führende wissenschaftliche Zeitschrift auf dem Gebiet der BWL oder ihrer Teildisziplinen											
Zeitschrift	JQ3	JQ2	Anzahl Voten	Anteil Rating o. besser	Verteilung der Voten					Nicht Wiss.	Nicht BWL
					A+	A	B	C	D		
Journal of Marketing Research	A+	A+	191	83,2%	83,2%	13,1%	2,1%	1,0%	0,5%	0,0%	0,0%
Journal of Marketing	A+	A+	219	80,8%	80,8%	14,6%	3,7%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Journal of Consumer Research	A+	A+	175	75,4%	75,4%	18,9%	5,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Marketing Science	A+	A+	172	74,4%	74,4%	19,8%	4,7%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%
A = Führende wissenschaftliche Zeitschrift auf dem Gebiet der BWL oder ihrer Teildisziplinen											
Zeitschrift	JQ3	JQ2	Anzahl Voten	Anteil Rating o. besser	Verteilung der Voten					Nicht Wiss.	Nicht BWL
					A+	A	B	C	D		
Journal of Applied Psychology	A	A	186	88,2%	34,9%	53,2%	10,2%	1,6%	0,0%	0,0%	2,6%
International Journal of Research in Marketing	A	A	152	84,2%	19,1%	65,1%	11,2%	4,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Journal of the Academy of Marketing Science	A	A	181	81,8%	22,7%	59,1%	14,9%	2,2%	1,1%	0,0%	0,0%
Journal of Retailing	A	A	168	80,4%	15,5%	64,9%	15,5%	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Journal of Service Research - JSR	A	A	179	72,6%	11,7%	60,9%	20,7%	5,6%	1,1%	0,0%	0,0%
Journal of Product Innovation Management (JPIM)	A	A	227	66,5%	11,0%	55,5%	26,0%	6,2%	1,3%	0,0%	0,0%
Journal of Consumer Psychology	A	B	95	60,0%	14,7%	45,3%	33,7%	4,2%	2,1%	0,0%	0,0%

Zeitschriftendatenbanken

- z. B. Business Source Complete (via EBSCOhost)

- [Link](#)

UNIVERSITÄT LEIPZIG LIBRARY

UNIVERSITÄT LEIPZIG

New Search Publications Company Information Thesaurus More

Sign In Folder Preferences Languages Ask-A-Librarian Help

Searching: Specific Databases, Show all | Choose Databases by Subject

Suggest Subject Terms

Select a Field (optional)

Search

AND Select a Field (optional) Create Alert

AND Select a Field (optional) Clear

Basic Search Advanced Search Search History

Search Options

Reset

Search Modes and Expanders

Search modes

Boolean/Phrase

Find all my search terms

Find any of my search terms

SmartText Searching [Hint](#)

Apply related words

Also search within the full text of the articles

Apply equivalent subjects

Limit your results

Full Text

Scholarly (Peer Reviewed) Journals

Publication

Document Type

References Available

Published Date

Month Year - Month Year

Publication Type

All

Academic Journal

Book

Case Study

Language

Mögliche Gliederung einer wissenschaftlichen Arbeit

- Titelblatt
- Inhaltsverzeichnis
- Textteil
- Anhang
- Anmerkungen
- Literaturverzeichnis
- (Evtl.) Erklärung

Titelblatt

- Exakter und vollständiger Titel der Arbeit
- Angaben zum Seminar und Fachbereich
- Vollständige Namen der Autoren
- Matrikelnummer
- Name des Prüfers
- Offizieller Abgabetermin

Beispiel

Universität Leipzig
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Institut/Abteilung
Betreuer

Thema

„*Thema der Arbeit*“

Masterarbeit zur Erlangung des akademischen Grades
Master of Science – *[Studiengang]*

vorgelegt von: *Name, Vorname*

Prüfungsnummer: #####

Matrikelnummer: #####

Email-Adresse: *adresse@mail.de*

Telefonnummer: #####

Anschrift: *Straße Hausnummer*

Postleitzahl Ort

Leipzig, den *Abgabedatum*

[Muster des Studienbüros](#)

Inhaltsverzeichnis

- Ggf. Abkürzungsverzeichnis
- Ggf. Abbildungsverzeichnis
- Gliederung
- Anhang
- Anmerkungen
- Literaturverzeichnis
- Eidesstattliche Erklärung (nur für Abschlussarbeiten)

Beispiel Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	
Abkürzungsverzeichnis	II
Abbildungsverzeichnis	III
1. Einleitung.....	1
2. Problemstellung	2
2.1 Aufbau der Arbeit.....	2
2.2 Hypothesen	5
3. Hauptteil	7
3.1 Überschrift 1.....	7
3.2 Überschrift 2.....	15
3.2.1 Überschrift 2.1	23
3.2.2 Überschrift 2.2	27
4. Schluss	30
Anhang	31
Literaturverzeichnis.....	42
Eidesstattliche Erklärung (nur für Abschlussarbeiten).....	50

Formalia (1)

■ Ausführungsanzahl

- Abschlussarbeiten in doppelter Ausführung sowie elektronisch (CD)
- Seminararbeiten in einfacher Ausführung sowie elektronisch

■ Umfang

- Seminararbeiten: 15 Seiten, ggf. Absprache mit dem Betreuer
- Bachelorarbeiten: 30-40 Seiten
- Masterarbeiten: 60-80 Seiten (maximal)

■ Bindung

- Abschlussarbeiten sind zu binden. Ob Sie etwas auf den Einband prägen lassen, z. B. „Bachelor Thesis“ und/oder Ihren Namen, bleibt Ihnen überlassen.
- bei Seminararbeiten reicht eine Spiralbindung

■ Papier

- DIN A4, unliniert, weiß oder Umpweltpapier, einseitig bedruckt

Formalia (2)

■ Randbreite

- Links: 4 cm; Rechts: 2cm;
- Oben: 2,5 cm; Unten: 2 cm (plus: Seitenzahl)

■ Schrift

- Proportionalschriftart (Times New Roman, Verdana, Arial, Garamond)

■ Schriftgröße: 12 Pkt., Fußnote: 10 Pkt., längere Zitate: 11 Pkt.

- In eigenen Tabellen und Abbildungen mindestens 10 Pkt.
- Überschriften maximal 16 Pkt.

■ Zeilenabstand

- 1,5 Zeilenabstand, Fußnoten und längere Zitate (min. 3 Zeilen) einzeilig
- Vor Absätzen einen größeren Abstand lassen (max. 1 Zeile)

Formalia (3)

■ Kapitel

- Jedes neue Hauptkapitel beginnt auf einer neuen Seite

■ Nummerierung

- Inhalts-, Abbildungs-, Tabellen-, Abkürzungsverzeichnis: römische Ziffern
- Textteil, Literaturverzeichnis und Anhang: arabische Ziffern
- Ein Unterpunkt bspw. 2.1 darf nur verwendet werden, wenn auch einen Unterpunkt 2.2 existiert
- Die Hauptkapitel werden mit einem Punkt beendet, die Subkapitel jedoch nicht (siehe Beispiel Inhaltsverzeichnis)
- Seitenzahlen angeben
- Auf dem Deckblatt wird keine Seitenzahl eingefügt

Zitierweise (1)

- Zitate müssen nachprüfbar sein!
- Fremdes Gedankengut ist zu kennzeichnen (intellektuelle Redlichkeit)
- **Wörtliches Zitat**
 - Anführungszeichen, buchstäbliche Genauigkeit
 - Abweichungen vom Original sind zu kennzeichnen, z. B. (Anm. d. Verf.)
 - Hervorhebungen im Text sind zu übernehmen
 - Eigene Hervorhebungen sind zu kennzeichnen, z. B. (Herv. durch den Verf.)
 - Auslassungen sind durch fortlaufende Punkte (...) anzuzeigen
 - Kein Zusatz vor dem Quellenhinweis

Zitierweise (2)

■ Sinngemäßes Zitat

- Übernahme von Gedanken anderer
- Keine wörtliche Übernahme
- Umfang der Übernahme muss kenntlich sein

■ Fremdsprachliches Zitat

- Wörtlich übernommene englische Quellen müssen nicht übersetzt werden
- Wörtliche Zitate aus anderen Sprachen sind im Text zu übersetzen und in einer Fußnote in der Originalsprache mit Angabe des Übersetzers anzugeben

■ Länge wörtlicher Zitate

- Nicht mehr als 2-3 Sätze
- In Ausnahmefällen mit kleinerer Schriftgröße, einzeilig und eingerückt zu schreiben

Zitierweise (3)

■ Tabellen und Abbildungen

- Die Quellenangabe erscheint direkt darunter
- Beginn des Quellenhinweises mit „Quelle:“
- Bei Eigenerstellung „Eigene Darstellung“ bzw. „Eigene Erhebung“ usw.

Beispiele: wörtliche Zitate

- „Ein erfolgreiches Studium ist ohne Kenntnis der Methoden und Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie der erforderlichen Formvorschriften kaum möglich“ (Theisen 2005, S. 1).
- „Perceived service quality is defined as the difference between consumer expectations and perceptions.“ (Zeithaml, Berry, & Parasuraman 1988, S. 36).

Beispiele: sinngemäße Zitate

- Fehlt einem Studierenden das Wissen über die Vorgehensweise des wissenschaftlichen Arbeitens und die formalen Vorschriften, so wird er sein Studium wahrscheinlich nicht erfolgreich absolvieren (vgl. Theisen 2005).
- Nach Zeithaml, Berry und Parasuraman (1988) kann Dienstleistungsqualität definiert werden als... .

Literaturverzeichnis

- Nur Quellen, auf die im Text Bezug genommen wurde!
- **Erforderliche Angaben**
 - Name und Vorname der Autoren
 - Erscheinungsjahr (Bei mehreren Quellen eines Autors aus einem Jahr wird die Jahreszahl durch Buchstaben ergänzt: 2018a, b, c...)
 - Titel des Werkes bzw. Aufsatzes. Sammelwerke werden durch den Hinweis „in:“ gefolgt vom Titel des Sammelwerkes gekennzeichnet; der Herausgeber wird durch den Zusatz (Hrsg.) gekennzeichnet; (gilt nicht für Zeitschriften)
 - Ggf. Band, Auflage
 - Erscheinungsort (bei Büchern)
 - Erste und letzte Seite des Aufsatzes
 - Nummer des Heftes der Zeitschrift
- Das Literaturverzeichnis ist **nicht** nach „Büchern“, „Aufsätzen“, „Primärliteratur“ usw. aufzugliedern

Beispiele Literaturverzeichnis

■ Bsp. Sammelwerk:

Albert, H. (1972), Theorie und Prognose in den Sozialwissenschaften, in: Topisch, E. (Hrsg.), Logik der Sozialwissenschaften, 8. Aufl., Köln, S. 126-143.

■ Bsp. Zeitschrift:

Desiraju, R. & Shugan, S. M. (1999), Strategic Service Pricing and Yield Management, Journal of Marketing, 63(1), S. 44-56.

■ Bsp. Internetquelle:

Görmann, F. (2006), Servicewüste Deutschland, URL:
<http://www.spiegel.de/unispiegel/wunderbar/0,1518,446419,00.html>, Stand:
08.10.2007.

■ Bsp. Monographie/Buch:

Radic, D. (2005), Econometric Analysis of Innovation Activities, Frankfurt am Main.