

# Marketing R<sup>3</sup>

## Recherche – Rezeption – Reflexion

Prof. Dr. Martin G. Möhrle & Jonas Frischkorn

500 Studierende + 250 Gruppen + 14 Wochen + 10 Paper + 5 Themen + 3 studentische Präsentationen + 3 Semester + 1 Lehrstuhl + 1 Konzept + **wissenschaftlicher Anspruch**

# = CHALLENGE

### Die Idee

- Vertiefung grundlegender Kompetenzen wissenschaftlichen Arbeitens
- drei Schritte (R<sup>3</sup>)
- eigenständige Beschäftigung mit einem Schwerpunkt

### Der Rahmen

- Vorlesung „**Marketing**“
- 2. Semester betriebswirtschaftlich-orientierter Studiengänge
- 500 Teilnehmer
- double-blind Peer-Reviews

### Die Durchführung

- fünf Durchgänge
- es zeigten sich konkrete Probleme
- reaktive Problembehandlung durch gezielte Aktionen in den Übungen der Veranstaltung

### Die Ergebnisse

- es gibt zwei Lerntypen: *deep learner* und *surface learner*
- das Projekt wurde vorwiegend von *deep learner*-Typen angenommen
- R<sup>3</sup>-Teilnehmer waren bei der Modulprüfung erfolgreicher
- konstruktives Feedback
- positive Lernkurve war beobachtbar