



ANMELDUNG ZUM DDV-WETTBEWERB 2018

Zum Wettbewerb wird die nachstehend aufgeführte theoretische Abschlussarbeit angemeldet:

Thema/Titel der Arbeit:

Es handelt sich um eine Bachelorarbeit Master-/Diplomarbeit Dissertation

Lehrstuhl/Institut

Anschrift

Lehrstuhlinhaber (Professor)

Betreuer

Meine Daten:

Familienname

Vorname

Straße, Nr., PLZ, Ort

Telefon mit Vorwahl

E-Mail

Geburtsdatum

Erklärung: Die Teilnahmebedingungen erkenne ich an.

Ort, Datum

Unterschrift

Einsendeschluss ist unwiderruflich der 30. Juni 2018.

Bitte beachten Sie die Teilnahmebedingungen und Beurteilungskriterien auf der Rückseite.

Unterlagen

Ihre Wettbewerbsunterlagen, bestehend aus Ihrer Abschlussarbeit mit einer einseitigen Zusammenfassung der Ergebnisse (als pdf- oder Word-Datei), einer eidesstattlichen Versicherung, einem Foto (bitte Namen und Adresse vermerken) und dieser Anmeldung, senden Sie bitte per Post oder E-Mail an folgende Adresse:

Deutscher Dialogmarketing Verband e. V.
„Alfred Gerardi Gedächtnispreis 2018“
Isabel Britz
Hahnstraße 70
60528 Frankfurt
aggp@ddv.de

A. Teilnahmebedingungen

1. Am DDV-Wettbewerb zum Alfred Gerardi Gedächtnispreis können sich alle Studierenden an Universitäten und (Fach-)Hochschulen in Deutschland, Österreich und der Schweiz beteiligen.
2. Zugelassen sind ausschließlich Abschlussarbeiten, insbesondere Diplom-, Bachelor- und Masterarbeiten sowie Dissertationen; Seminararbeiten sind vom DDV-Wettbewerb ausgeschlossen.
3. Die eingereichte Arbeit muss sich schwerpunktmäßig zu mindestens zwei Dritteln mit dem Themenkreis Dialogmarketing und seinen Möglichkeiten auseinandersetzen.
4. Die Arbeit muss, damit sie für den DDV-Wettbewerb 2018 zugelassen werden kann, in der Zeit vom 30.06.2017 bis 30.06.2018 einem Fach- oder Hochschulgremium zur Begutachtung vorgelegt worden sein.
5. Der Fertigstellungstermin der Arbeit darf nicht vor dem 30.06.2017 liegen.
6. Einsendeschluss ist unwiderruflich der **30. Juni 2018**. Es gilt das Datum des Poststempels, bzw. Eingang der E-Mail.
7. Eine Kurzfassung der eingereichten Arbeit wird in die Online-AGGP-Bibliothek des DDV eingestellt. Der DDV kann die Langfassung auf Anforderung Dritten zur Verfügung stellen und hierfür eine Bearbeitungsgebühr festlegen.
8. Der Teilnehmer erklärt sich bereit, seine Arbeit gegebenenfalls in einer öffentlichen Veranstaltung zu präsentieren.
9. Bei Arbeiten mit Sperrvermerk wird lediglich eine Kurzfassung der Arbeit veröffentlicht. Der Teilnehmer stimmt diese mit der betreffenden Institution/dem Unternehmen vor Einreichung beim AGGP ab.

B. Zielvorstellung

10. Die eingereichte Arbeit soll sich mit einem aktuellen Thema des Dialog- und Data-Driven-Marketing befassen, etwas Neues aufgreifen und im Ergebnis einen Wissensfortschritt mit verwertbaren Ergebnissen für die Marketingpraxis erbringen.
11. Das bearbeitete Thema sollte zumindest schwerpunktmäßig einem der folgenden fünf Gebiete gerecht werden:
 - Analyse ausgewählter Fragestellungen zu einem aktuellen Thema
 - Entwicklung konkreter Lösungen für die Praxis, also Konzeptionen
 - Durchführung von Befragungen (Marktforschung)
 - Erarbeiten von praxisnahen Regeln, Gesetzmäßigkeiten und Zusammenhängen, Vorgehensweisen (Arbeitsanleitungen)
 - Auswertung und Analyse empirischen Materials

C. Bewertungskriterien

12. Als preiswürdig werden Arbeiten angesehen, die über dem Durchschnitt dessen liegen, was Studenten normalerweise erarbeiten, und die inhaltlichen, stilistischen und formalwissenschaftlichen Anforderungen gerecht werden. Die Jury wird aus den eingesandten Arbeiten die drei Preisträger ermitteln. Daneben kann die Jury Anerkennungs-urkunden für weitere herausragende Arbeiten vergeben.
13. Der Autor muss die Leistung eigenständig erbracht haben. Dies muss aus dem Inhalt erkennbar sein und durch eine eidesstattliche Versicherung bestätigt werden.
14. Die eingereichte Arbeit muss den formalen Aspekten einer wissenschaftlichen Arbeit entsprechen, d. h., Thema, Gliederung und Inhalt müssen zusammenpassen, die Literatur-Zitate fehlerfrei sein.

D. Entscheidung der Jury

15. Die Entscheidungen der Jury sind nicht anfechtbar. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Die Jury

Bernd Ambiel, Vorsitzender, Ambiel Direkt-Marketing-Beratung, Waldbronn
Robert Bidmon, Lehrbeauftragter Privatuniversität Schloss Seeburg
Norbert Briem M. A., Jahns and Friends, Agentur für Dialogmarketing und Werbung AG, Düsseldorf
Prof. Dr. Gert Hoepner, FH Aachen
Prof. Dr. Heinrich Holland, Hochschule Mainz
Christian Klöver, below GmbH
Prof. Dr. Lutz H Schminke, Hochschule Fulda

