



Call for Abstracts

2. Treffen der
AG MARKETING
17. – 18. August 2020 (virtuell)

Einladung:

Wir erleben ungewöhnliche Zeiten und der wissenschaftliche Austausch wird derzeit insbesondere durch die Absage zahlreicher Konferenzen erschwert. Wir möchten dem als AG MARKETING entgegenwirken.

Um den wissenschaftlichen Dialog zu stärken, haben wir uns daher dazu entschlossen das 2. Treffen der AG MARKETING am 17. und 18. August 2020 komplett virtuell stattfinden zu lassen!

Mithilfe eines Videokonferenzsystems werden wir Sessions organisieren, in denen Sie Ihre aktuellen Forschungsprojekte vorstellen können. Ein Feedback und hilfreiche Denkanstöße können auch auf digitalem Weg erfolgen und die für die Forschung so wichtigen wissenschaftliche Diskussionen ermöglichen!

Wie bei unserem ersten Treffen rufen wir Forschungsarbeiten im quantitativen Marketingbereich auf. Die Liste der Themen ist dabei weit über die Bereiche *Preis-, Produkt-, Kommunikations-, oder Distributionspolitik, Innovationsmanagement, Konsumentenverhalten, digitales Marketing* oder *Heterogenitätsforschung* hinaus offen. Sowohl anwendungsorientierte Marketing- und Marktforschung als auch rein konzeptionelle oder methodische Studien sind willkommen!

Interessierte Forscherinnen und Forscher sind eingeladen, einen Abstract zur virtuellen Präsentation einzureichen. Die Abstracts werden einem Peer-Review-Verfahren unterzogen. Für dieses virtuelle Treffen wird keine Gebühr erhoben und alle registrierten Teilnehmer haben die Möglichkeit, eine „Teilnahmebestätigung“ für Ihre Organisation anzufordern!

Datum:

Die Sitzung der Arbeitsgruppe findet **virtuell** am **Montag, 17. August 2020**, und **Dienstag, 18. August 2020** statt.

Veröffentlichungen:

Akzeptierte Abstracts werden in den *Archives of Data Science, Series A* veröffentlicht. Ferner erhalten akzeptierte Abstracts des 2. Treffens der AG MARKETING die Möglichkeit die finale Version als Artikel in die *Archives of Data Science, Series A* einzureichen. Der Artikel sollte 10-14 Seiten umfassen. Bitte reichen Sie den Artikel direkt beim Journal ein und beachten Sie hierbei die Style-Vorlagen:

https://www.archivesofdatascience.org/journals/series_a/author-guidelines?c=AgMcaD

Die Deadline zur Einreichung endet am **31. Dezember 2020!**



Wichtige Termine:

- **Abstract-Einreichung:** Bitte senden Sie bis zum **17. Juli 2020** einen Abstract (max. 500 Wörter zuzüglich 1-3 Referenzen) per Mail an agmark-workshop@tu-clausthal.de
- **Benachrichtigung über die Annahme:** bis zum **24. Juli 2020**
- **Anmeldung:** Bitte registrieren Sie sich per Mail an agmark-workshop@tu-clausthal.de **bis zum 31. Juli 2020.**

Wir hoffen, dass wir Ihnen mit diesem virtuellen Format des 2. Treffens der AG MARKETING entgegenkommen und freuen uns auf zahlreiche spannende Einreichungen!

Bei Fragen können Sie sich gern an uns wenden!

Viele Grüße

Friederike Paetz (friederike.paetz@tu-clausthal.de)

und Daniel Guhl (daniel.guhl@hu-berlin.de)