

RICHTLINIE FÜR KUMULATIVE DISSERTATIONEN

DES DEPARTMENTS FÜR MARKETING

(GÜLTIG AB 30.11.2016)

Neben der Monographie als klassischer Form der Dissertation kann eine Dissertation am Department Marketing auch in kumulativer Form eingereicht werden. Eine kumulative Dissertation liegt vor, wenn die Ergebnisse der wissenschaftlichen Arbeit nicht in Form einer umfassenden in sich geschlossenen Arbeit (Monographie), sondern in Form von bereits publizierten oder veröffentlichungswürdigen Einzelbeiträgen bestehen.

Eine kumulative Dissertation wird am Department für Marketing unter folgenden Voraussetzungen anerkannt:

1. Es sind mindestens drei Einzelbeiträge einzureichen, deren Qualität (und Veröffentlichungswürdigkeit von bis dato noch nicht veröffentlichten Beiträgen) vom Doktoratskomitee beurteilt wird.
2. Die kumulative Dissertation besteht formal aus zwei Teilen: (A) Synopsis, (B) Kumulative Einzelbeiträge.
 - 2.1. Synopsis
 - Der thematische Zusammenhang der Einzelbeiträge ist von der Autorin/dem Autor im Rahmen einer Synopsis der Dissertation darzulegen. Die Synopsis führt dabei die Einzelergebnisse der enthaltenen Beiträge zusammen und verdeutlicht den Beitrag der Arbeit zum wissenschaftlichen Fortschritt als auch die daraus resultierenden Management-Implikationen.
 - 2.2. Kumulative Einzelbeiträge
 - Die einzelnen Beiträge bilden die Unterkapitel dieses Teils der kumulativen Dissertation. Wie eng diese Einzelbeiträge zusammenhängen, liegt im Ermessen der Autorin/des Autors. Alle enthaltenen Beiträge, die Bestandteil der Dissertation sind, müssen am jeweiligen Kapitelanfang mit voller Quellenangabe (Autor/inn/en-namen(n), Titel, Status, Seitenzahlen) versehen werden und sind inhaltlich unverändert zum möglicherweise bereits publizierten Original in die Arbeit einzubinden.
 - 2.3. Die kumulative Dissertation muss in gebundener Form vorgelegt werden, bei der alle Beiträge unabhängig vom Druckformat der Originalpublikation auf DIN A4 Seitenformat übertragen werden.
3. Die Qualität der einzelnen Beiträge wird vom Doktoratskomitee beurteilt. Folgende Kriterien fließen hierbei mit ein:

- 3.1. Sollten die Einzelbeiträge noch nicht veröffentlicht oder zur Veröffentlichung angenommen sein, so müssen die drei Einzelbeiträge vom Doktoratskomitee für veröffentlichungswürdig befunden werden.
- 3.2. Eine notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung für einen Abschluss der Dissertation mit der Note „Sehr Gut“, ist das Erzielen einer „Revision“ in einem Top-Journal der aktuellen Journal-Liste des Department Marketing (d.h. Journals unter Punkt (1) und (2) der Journal-Liste).
4. Begrenzend gilt für die Einreichung von Einzelbeiträgen im Rahmen der kumulativen Dissertation:
 - 4.1. Ko-Autorenschaften sind grundsätzlich möglich. Allerdings sollte die Kandidatin/der Kandidat bei mindestens einem Einzelbeitrag Erstautorin/Erstautor sein oder zumindest im gleichen Umfang, wie alle anderen Autoren beigetragen haben. Bei weiteren Einzelbeiträgen kann sie/er Koautorin/Koautor sein.
 - 4.2. Jeder Einzelbeitrag muss inhaltlich und formal eine eigenständige wissenschaftliche Leistung darstellen.
 - 4.3. Beiträge, die bereits für andere Prüfungen der Autorin/des Autors (z.B. andere kumulative Dissertation) angenommen worden sind, werden nicht berücksichtigt.
 - 4.4. Die in der kumulativen Dissertation enthaltenen Beiträge können in verschiedenen Sprachen abgefasst sein.

o.Univ. Prof. Dr. Peter Schnedlitz
Departmentvorstand
30. 11. 2016