

Marktforschung - Methoden und Analyse						
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
14MVB	180 Std.	6	3	Jedes Semester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen		Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Methoden der Marktforschung		a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 67,5 Std.	a) 50
	b) Angewandte Marktforschung		b) Deutsch	b) 22,5 Std.	b) 67,5 Std.	b) 50
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... Bedeutung sowie typische Fragestellungen der Marktforschung skizzieren. ... entlang des Marktforschungsprozesses Vorgehensweisen, Problemlösungsansätze sowie Herausforderungen benennen.</p> <p>Verständnis (2) ... den Zusammenhang zwischen Erhebungsparadigmen/ -methoden und dem angestrebten Erkenntnisziel veranschaulichen.</p> <p>Anwendung (3) ... verschiedene Verfahren der Stichprobenziehung bewerten und nutzen. ... selbstständig eine Marktforschungsstudie mittels Primärforschung durchführen und per Statistiksoftware auswerten.</p> <p>Analyse (4) ... differenzieren, welche Fragestellungen sich mit welchen Variablenniveaus und Analyseverfahren beantworten lassen sowie deren Ergebnisse kritisch hinterfragen.</p> <p>Synthese (5) ... Ergebnisse einer Marktforschungsstudie präsentieren sowie Handlungsempfehlungen ableiten.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... die optimalen statistischen Auswertungsverfahren bestimmen und anhand von Qualitätskriterien beurteilen.</p>					
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Bedeutung - Typische Fragestellungen - Begriffsklärungen - Definition des Forschungsproblems und Aufstellen von Hypothesen - Informationsbedarf und Informationsquellen - Design - Erhebung</p>					

	<ul style="list-style-type: none"> - Aufbereitung und Auswertung - Präsentation, Dokumentation und Rückkopplung <p>b)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualitative Verfahren - Quantitative Verfahren
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Vorlesung / Übung</p> <p>b) Praktikum/Labor</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Die Studierenden sollten Vorwissen aus der Vorlesung Statistik (Modul Angewandte Mathematik) mitbringen.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Prüfungsleistung 1K (Klausur) (3 LP)</p> <p>b) Prüfungsleistung 1sbA (Praktische Arbeit) (3 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen - Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Michael Gehrler (Modulverantwortliche/r)</p> <p>Prof. Dr. Michael Gehrler (Dozent/in)</p>
9	<p>Literatur</p> <p>b)</p> <p>Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden - Eine anwendungsorientierte Einführung, 15. Aufl., Berlin 2018.</p> <p>Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P.: Marktforschung - Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 12. Aufl., Wiesbaden 2009.</p> <p>Herrmann, A.; Homburg, C.; Klarman, M.: Handbuch Marktforschung: Methoden - Anwendungen - Praxisbeispiele, 3. Aufl. Wiesbaden 2014.</p> <p>Kuß, A.; Wildner R.; Kreis H.: Marktforschung - Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse, 6. Aufl., Wiesbaden, 2018.</p> <p>Weis, H. C.; Steinmetz, P.: Marktforschung, 8. Auflage, Herne 2012.</p>