

Modul-Nr./ Code	43222
Modulbezeichnung	Analyseverfahren und Berichterstattung (Marketingforschung B)
Semester/ Trimester	Erstes bzw. zweites Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungen des Modul	Entfällt
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes zweite Semester
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	Aufgrund der speziellen inhaltlichen Ausrichtung des Master-Studiengangs nur für den Studiengang Master of Arts in Sales and Marketing verwendbar.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heidel
Name der/ des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Heidel
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden Plenumsveranstaltungen: 60 Std. Selbststudium, Vor- und Nachbereitung: 120 Std.
SWS	4 SWS + 2 SWS Übung SPSS/Excel
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur + Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	4,4%
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Am Ende der Veranstaltung müssen die Studenten in der Lage sein, die in der Marktforschung gängigen Analyseverfahren zu beschreiben, anzuwenden und zu bewerten. • Sie müssen Tabellen und Ergebnisse der statistischen Verfahren am Beispiel von

	<p>Fragestellungen aus der Marketingplanung ausführlich interpretieren können.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darüber hinaus müssen sie in der Lage sein, über die Ergebnisse einer empirischen Untersuchung einen fundierten Berichtsband anzufertigen und die Ergebnisse zu präsentieren. • In der begleitenden Übung werden die Verfahren an praktischen Beispielen eingeübt. • Neben den inhaltlichen Bereichen müssen die Studierenden in der Lage sein, mit SPSS bzw. Excel Daten univariat, bivariat und multivariat auszuwerten.
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vorbereitung der Analyse 2. Einführung in die EDV-gestützte Datenanalyse (praktische Beispiele mit Excel und SPSS) 3. Univariate Analyseverfahren 4. Bivariate Analyseverfahren 5. Multivariate Analyseverfahren 6. Inhaltsanalyse, Exploration und Gruppendiskussion 7. Die Berichterstattung (Berichtsband und Präsentation) <p>In der Übung werden die entsprechenden Inhalte des Kurses mit SPSS und Excel eingeübt.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Unterricht, Präsentationen, Übungen
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Softwarepraktika mit SPSS und EXCEL
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Backhaus, K; Erichson, B.; Plinke, W. und Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, Heidelberg, akt. Auflage • Bleymüller, J. und Gehlert, G.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München, akt. Auflage • Bleymüller, J. und Gehlert, G.: Statistische Formeln, Tabellen und Programme, München, akt. Auflage • Herrmann, A. und Homburg, C. (Hrsg.): Marktforschung, Wiesbaden, akt. Auflage • Monka, M. und Voss, W.: Statistik am PC. Lösungen mit Excel, akt. Auflage • Seifert, J.W.: Visualisieren. Präsentieren. Moderieren, Offenbach, akt. Auflage • Zöfel, P. und Bühl, A.: SPSS. Version (aktuell). Einführung in die moderne Datenanalyse unter Windows, München, akt. Auflage

