

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Market Research		12-M-SM-252-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Marketing		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
<p>Dieser Kurs vermittelt den Studierenden ein umfassendes Verständnis der Grundlagen und Prozesse der Durchführung effektiver Marketingforschung. Dazu gehören z.B. das Verständnis latenter Konstrukte, die Konzeption von Datenerhebungsmethoden und Fragebögen sowie der Aufbau von Experimenten. Darüber hinaus erlernen die Studierenden Techniken zur Datenanalyse und -interpretation mit SPSS, die univariate, bivariate und multivariate Analysemethoden abdecken, um aus den Forschungsergebnissen verwertbare Erkenntnisse abzuleiten.</p> <p>Grobe Kursstruktur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Prozess der Marketingforschung</li> <li>• Einführung in die Marketingforschung</li> <li>• Latente Konstrukte</li> <li>• Datenbeschaffung &amp; Fragebogengestaltung</li> <li>• Experimental Set-up</li> </ul> <p>Datenanalyse und -interpretation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in SPSS</li> <li>• Uni- und bivariate Analysemethoden</li> <li>• Multivariate Analysemethoden (verschiedene Formen der Regressionsanalyse; Varianzanalyse; Conjoint-Analyse; Mediationsanalyse; Strukturgleichungsmodellierung)</li> </ul>		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Anhand von theoretischen Überlegungen sowie praktischen Übungen und Fallstudien entwickeln die Studierenden die notwendigen Fähigkeiten, um Daten zu sammeln und zu analysieren und so strategische Marketingentscheidungen zu treffen.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Hausarbeit (15-20 S.) Prüfungssprache: Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: nach Ankündigung		

**Bezug zur LPO I**

--

**Verwendung des Moduls in Studienfächern**

Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2025)  
Master (1 Hauptfach) Management (2025)  
Master (1 Hauptfach) Management International (2025)  
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2025)  
Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2025)  
Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2025)