

Studiengang Informationswissenschaft (Bachelor of Science)

Wahlpflichtkatalog

Themenbereich: Wirtschaftsinformation

Modul-bezeichnung	Empirische Sozialforschung und Marktforschung
Belegnummer	7503
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Martin Michelson
Dozent(in)	Lehrbeauftragte
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Semesterarbeit und Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	Grundlegenden Denkweisen, Konzeptionen und Methoden der und quantitativen und qualitativen Sozial- und Marktforschung; On- und offline-baiserte Verfahren; Prognostik- und Szenariotechniken. • Abgrenzung Sozialforschung und Marktforschung • Grundlegende Aufgabenfeldern • Datenquellen • Untersuchungsziele, Untersuchungsdesign • Primär- und Sekundärforschung • Erhebungsmethoden: Qualitativ (Gruppendiskussion, Tiefeninterview), Beobachtungsverfahren, repräsentative Befragung, Panel, experimentelle Untersuchungen • Datensammlung, Datenaufbereitung, • Analyseverfahren • Statistische u. evolutionäre Wahrscheinlichkeitsrechnung
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden kennen die allgemeinen und instrumentellen Grundlagen der Markt- und Sozialforschung einschl. der Techniken der Datenerhebung, -auswertung und -aufbereitung und können diese anwenden. Sie sind in der Lage, die qualitativen und quantitativen Ansätze der Sozial- und Marktforschung kritisch zu überprüfen.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	

Notwendige Voraussetzungen	• Modul Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen • Modul Statistik
Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	Turnus jährlich
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	Jeweils neueste Auflage • Kromrey, Helmut: Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung • Schnell, Rainer, Hill, Paul B.; Esser, Elke: Methoden der empirischen Sozialforschung • Kuß, Alfred: Marktforschung, Gabler Verlag, Wiesbaden 2004 • Weis, Hans-Ch.; Steinmetz, Peter: Marktforschung, 6.Aufl., Kiehl Verlag, 2005 • Berekoven, Ludwig; Eckert, Werner; Ellenrieder, Peter: Marktforschung, 10.Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden 2004 Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.

Stand: 19.12.2012, 12:08:59