

# Studiengang Informationswissenschaft (Bachelor of Science)

## Wahlpflichtkatalog

### Themenbereich: Wirtschaftsinformation

<b>Modulbezeichnung</b>	Empirische Sozialforschung und Marktforschung
<b>Belegnummer</b>	7503
<b>Studiengang / Verwendbarkeit</b>	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Martin Michelson
<b>Dozent(in)</b>	Lehrbeauftragte
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Credits</b>	5 CP
<b>Prüfungsart</b>	Semesterarbeit und Präsentation
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Inhalt</b>	<p>Grundlegenden Denkweisen, Konzeptionen und Methoden der und quantitativen und qualitativen Sozial- und Marktforschung; On- und offline-baiserte Verfahren; Prognostik- und Szenariotechniken.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Abgrenzung Sozialforschung und Marktforschung</li><li>• Grundlegende Aufgabenfeldern</li><li>• Datenquellen</li><li>• Untersuchungsziele, Untersuchungsdesign</li><li>• Primär- und Sekundärforschung</li><li>• Erhebungsmethoden: Qualitativ (Gruppendiskussion, Tiefeninterview), Beobachtungsverfahren, repräsentative Befragung, Panel, experimentelle Untersuchungen</li><li>• Datensammlung, Datenaufbereitung,</li><li>• Analyseverfahren</li><li>• Statistische u. evolutionäre Wahrscheinlichkeitsrechnung</li></ul>
<b>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</b>	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.
<b>Niveaustufe / Level</b>	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
<b>Lehrform / SWS</b>	Seminar (4 SWS)
<b>Arbeitsaufwand / Workload</b>	128 Stunden
<b>Units (Einheiten)</b>	

<b>Notwendige Voraussetzungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modul Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen</li> <li>• Modul Statistik</li> </ul>
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Turnus jährlich
<b>Anerkannte Module</b>	Siehe § 19 ABPO
<b>Medienformen</b>	
<b>Literatur</b>	<p>Jeweils neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kromrey, Helmut: Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung</li> <li>• Schnell, Rainer, Hill, Paul B.; Esser, Elke: Methoden der empirischen Sozialforschung</li> <li>• Kuß, Alfred: Marktforschung, Gabler Verlag, Wiesbaden 2004</li> <li>• Weis, Hans-Ch.; Steinmetz, Peter: Marktforschung, 6.Aufl., Kiehl Verlag, 2005</li> <li>• Berekoven, Ludwig; Eckert, Werner; Ellenrieder, Peter: Marktforschung, 10.Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden 2004</li> </ul> <p>Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.</p>

Stand: 19.12.2012, 12:08:59