

**34700 Marketing Research**

<b>Veranstaltungsnummer (Stud.IP)</b>
34700
<b>Veranstaltungsname</b>
Marketing Research
<b>Modulverantwortliche/r</b>
Prof. Dr. Jan Hendrik Schumann

<b>Modulgruppe</b>	<b>Prüfungsnummer</b>	<b>ECTS</b>
Management, Innovation, Marketing	212404	5
<b>Modulangebot</b>	<b>Zeitdauer des Moduls</b>	<b>SWS</b>
jedes Sommersemester	1 Semester	2

<b>Workload</b>
Vorlesung = 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit + 45 Std. Eigenarbeitszeit) Übung = 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit und 45 Std. Eigenarbeitszeit)  Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht in 60 Minuten in die Berechnung ein.
<b>Empfohlenes Studiensemester</b>
Das Modul wird zum 4. Semester oder 6. Semester des Bachelorstudiums empfohlen.
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>
Grundlegende Kenntnisse des Marketings sowie der linearen Algebra und Differentialrechnung sind hilfreich.
<b>Verpflichtende Voraussetzungen</b>
<b>Unterrichtssprache</b>
Englisch

<b>Inhalt</b>
- Introduction to marketing research - Research design formulation - Measurement, scaling and sampling - Uni- and bivariate methods of analysis - Multivariate methods of analysis
<b>Lernziele</b>
At the end of the lecture students will be able to... - ... understand the nature and scope of marketing research - ... describe a framework for conducting marketing research - ... define and classify various research designs and explain the differences between them - ... understand the concepts of measurement, scaling and sampling - ... understand different methods of data analysis and the insights that can be obtained from such analysis.
<b>Bezug zur LPO I</b>
<b>Lehrform, Lehr- und Lernmethode, Medienform</b>

- Interaktiver Frontalunterricht - Bearbeitung von Übungsaufgaben in der Übung
<b>Anwesenheitspflicht</b>
<b>Prüfungsleistung (Prüfungsform, Umfang, Gewichtung)</b>
schriftliche Klausur am Ende des Semesters, 60 Minuten, 100%
<b>Gesamtnotenrelevanz</b>
<b>Wiederholungsmöglichkeit</b>
Gem. der Prüfungs- und Studienordnung für den Bachelorstudiengang Business Administration and Economics bzw. für den Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik.
<b>Literatur</b>
- Malhotra, Naresh K. (2010), Marketing Research: An Applied Orientation. Boston: Pearson. - Field, Andy P. (2009), Discovering statistics Using SPSS. Los Angeles: Sage.
<b>Weitere Hinweise</b>
Die Vorlesung soll durch Gastvorträge ergänzt werden. Die Vorlesung findet in englischer Sprache statt.

**34700 Marketing Research**

<b>Veranstaltungsnummer (Stud.IP)</b>
34700
<b>Veranstaltungsname</b>
Marketing Research
<b>Modulverantwortliche/r</b>
Prof. Dr. Jan Hendrik Schumann

<b>Modulgruppe</b>	<b>Prüfungsnummer</b>	<b>ECTS</b>
Schwerpunktnote - Management, Innovation, Marketing	212404	5
<b>Modulangebot</b>	<b>Zeitdauer des Moduls</b>	<b>SWS</b>
jedes Sommersemester	1 Semester	2

<b>Workload</b>
Vorlesung = 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit + 45 Std. Eigenarbeitszeit) Übung = 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit und 45 Std. Eigenarbeitszeit)
Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht in 60 Minuten in die Berechnung ein.
<b>Empfohlenes Studiensemester</b>
Das Modul wird zum 4. Semester oder 6. Semester des Bachelorstudiums empfohlen.
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>
Grundlegende Kenntnisse des Marketings sowie der linearen Algebra und Differentialrechnung sind hilfreich.
<b>Verpflichtende Voraussetzungen</b>
<b>Unterrichtssprache</b>
Englisch

<b>Inhalt</b>
- Introduction to marketing research - Research design formulation - Measurement, scaling and sampling - Uni- and bivariate methods of analysis - Multivariate methods of analysis
<b>Lernziele</b>
At the end of the lecture students will be able to... - ... understand the nature and scope of marketing research - ... describe a framework for conducting marketing research - ... define and classify various research designs and explain the differences between them - ... understand the concepts of measurement, scaling and sampling - ... understand different methods of data analysis and the insights that can be obtained from such analysis.
<b>Bezug zur LPO I</b>
<b>Lehrform, Lehr- und Lernmethode, Medienform</b>

- Interaktiver Frontalunterricht - Bearbeitung von Übungsaufgaben in der Übung
<b>Anwesenheitspflicht</b>
<b>Prüfungsleistung (Prüfungsform, Umfang, Gewichtung)</b>
schriftliche Klausur am Ende des Semesters, 60 Minuten, 100%
<b>Gesamtnotenrelevanz</b>
<b>Wiederholungsmöglichkeit</b>
Gem. der Prüfungs- und Studienordnung für den Bachelorstudiengang Business Administration and Economics bzw. für den Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik.
<b>Literatur</b>
- Malhotra, Naresh K. (2010), Marketing Research: An Applied Orientation. Boston: Pearson. - Field, Andy P. (2009), Discovering statistics Using SPSS. Los Angeles: Sage.
<b>Weitere Hinweise</b>
Die Vorlesung soll durch Gastvorträge ergänzt werden. Die Vorlesung findet in englischer Sprache statt.