

**STUDIENGANG WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN
MODULBESCHREIBUNG**

Details zum Modul				
Code	Studienjahr			Studiensemester
BE017	2021-2022			Wahlfach
Bezeichnung	VL	UE	LU	ECTS
Marktforschung und Datenanalyse	3	1	0	10
Sprache	Englisch			
Studium	Master		Doktorat	X
Studiengang	PhD Wirtschaftswissenschaften			
Lehr- und Lernformen	Präsenzvorlesung			
Modultyp	Pflichtfach		Wahlfach	X
Lernziele	Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, den Studierenden zu ermöglichen, Kenntnisse auf die Theorien und Probleme der Marktforschung und Datenanalyse zu erwerben. Theorien, die die Grundlage für die klassische und aktuelle Forschung des Markt und Datenanalyse bilden, werden durch wöchentliche Lektüre untersucht. Lehrveranstaltungen werden durch eingehende Diskussionen und Vergleiche von Artikeln, die in indextierten Zeitschriften veröffentlicht wurden, sowie durch Untersuchung methodischer Ansätze in den Artikeln durchgeführt.			
Lerninhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Schritte der Marktforschung - Anwendungen statistische Methoden in der Marktforschung 			
Teilnahmevoraussetzungen	-			
Koordination	-			
Vortragende(r)	-			
Mitwirkende(r)	-			
Praktikumsstatus	Keine			
Fachliteratur				
Bücher / Skripte	<ul style="list-style-type: none"> - Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). Marketing research: An applied approach. Pearson Education Limited. - Hair Jr, J.F., William, C.B., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2014). Multivariate Data Analysis. Pearson Education. 			
Weitere Quellen	-			
Lernmaterialien				
Dokumente	- Wissenschaftliche Artikeln			

**STUDIENGANG WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN
MODULBESCHREIBUNG**

Hausaufgaben	-		
Prüfungen	-		
Zusammensetzung des Moduls			
Sozialwissenschaften			100%
Erziehungswissenschaften			%
Naturwissenschaften			%
Gesundheitswissenschaften			%
Fachkenntnis			%
Bewertungssystem			
Aktivität	Anzahl		Gewichtung in Endnote (%)
Zwischenprüfungen			
Quiz			
Hausaufgaben	2		40
Anwesenheit	Anwesenheitspflicht min. 60% (9 SWS)		0
Übung			
Präsentationen	2		60
Projekte			
Abschlussprüfung			
	Summe		100
ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand			
Aktivität	Anzahl	Dauer	Gesamtaufwand (Stunden)
Vorlesungszeit	14	4	56
Selbststudium	14	4	56
Hausaufgaben	2	28	56
Präsentation / Seminarvorbereitung	2	56	112
Zwischenprüfungen			
Übung			
Labor			
Projekte			
Abschlussprüfung			
	Summe Arbeitsaufwand		280
	ECTS Punkte (Gesamtaufwand / 28)		10
Lernergebnisse			
1	Erkenntnisgewinnung über die früheren Studien und die aktuellen Forschungsfragen im Bereich des Marktforschung und Datenanalyse.		

**STUDIENGANG WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN
MODULBESCHREIBUNG**

2	Erkenntnisgewinnung über die Theorien der Marktforschung und Datenanalyse.
3	Entwicklung der Fähigkeit zur kritischen Analyse methodischer Ansätze in wissenschaftlichen Zeitschriftartikeln.
4	In der Lage sein, eigene Forschungsfragen zu erstellen.

Wöchentliche Themenverteilung

1	Einführung in die Marktforschung
2	Einführung in die Datenanalyse
3	Lektüre zur Marktforschung und Datenanalyse
4	Lektüre zur Marktforschung und Datenanalyse
5	Lektüre zur Marktforschung und Datenanalyse
6	Lektüre zur Marktforschung und Datenanalyse
7	Studenten-Präsentationen
8	Lektüre zur Marktforschung und Datenanalyse
9	Lektüre zur Marktforschung und Datenanalyse
10	Lektüre zur Marktforschung und Datenanalyse
11	Lektüre zur Marktforschung und Datenanalyse
12	Lektüre zur Marktforschung und Datenanalyse
13	Lektüre zur Marktforschung und Datenanalyse
14	Lektüre zur Marktforschung und Datenanalyse
15	Studenten-Präsentationen

Beitrag der Lernergebnisse zu den Lernzielen des Programms (1-5)

Lernergebnisse	P1	P2	P3
1	5	5	3
2	5	4	3
3	5	5	3
4	5	5	3

Beitragsgrad: 1: Sehr Niedrig 2: Niedrig 3: Mittel 4: Hoch 5: Sehr Hoch

<https://obs.tau.edu.tr/oibs/bologna/progLearnOutcomes.aspx?lang=en&curSunit=5926>

Erstellt von: Fachbereich Produktionsmanagement und Marketing

Datum der Aktualisierung: 09.09.2021