



Veranstaltungsankündigung für das Wintersemester 2013/14

Titel der Veranstaltung:	Empirisches Arbeiten in Marketing & Management II
Dozent:	Dr. Victoria Bertels & Philip Sipos, M. Sc.
Art:	Kleingruppen-Seminar (im Rahmen von Humboldt reloaded) / anrechenbar als Bachelorseminar mit 6 ETCS (in Marktorientiertes Management oder Dienstleistungsmanagement)
Anmeldung + Teilnehmer	Weitere Infos und Anmeldung ab 22. Juli 2013 bis 08. September 2013 über das KVS. Anfang Oktober wird Ihnen analog zu den Seminaren im marktorientierten Management mitgeteilt, ob Sie einen Seminarplatz erhalten haben. Alternativ ist eine Anmeldung auch über das Humboldt reloaded Online-System möglich. Max. 12 Teilnehmer
Leistungen	Mitarbeit, Poster-Erstellung und Präsentation in der Gruppe, individueller Forschungsabstract, ca. 180h
Termin + Ort	Semesterbegleitenden Termine / Termine und Ort werden noch angegeben.
Lernziele	Studierende sollen in der Lage sein innerhalb ihrer Seminar- und Bachelorarbeiten (oder in der späteren beruflichen Praxis) eigenständig empirische Untersuchungen durchführen und in Bezug auf wissenschaftliche Fragestellungen auswerten zu können.
Inhalt:	Das Thema „ Conjoint-Analyse “ begleitet das Seminar inhaltlich. Dieses multivariate Verfahren ist <i>nicht nur für die wissenschaftliche Forschung</i> von hoher Relevanz, <i>sondern kommt ebenso in der Praxis</i> häufig zum Einsatz. Schließlich liefert es eine Möglichkeit, Präferenzen von Konsumenten zu messen und daraus u.a. Zahlungsbereitschaften abzuleiten. Einige Unternehmensberatungen haben sich sogar auf dieses Verfahren spezialisiert und verbinden ihre Beratungsprojekte stets mit conjointanalytischen Messungen. Im Seminar wird dabei insbesondere untersucht werden, wie die Teilnahmebereitschaft und Aussagewilligkeit von Probanden über gezielte Anreize gefördert werden kann, sodass man validere Ergebnisse erhält. Einzelne Seminargruppen (je 2-3 Personen) erhalten Teilfragestellungen, die im Rahmen des Seminars beantwortet werden sollen.

	<p>Hierfür ist es die Aufgabe der Seminarteilnehmer in Zusammenarbeit mit den Betreuern einen gemeinsamen Fragebogen zu konzipieren und eigenständig eine Datenerhebung durchzuführen. Anschließend wertet jede Gruppe die Daten in Hinblick auf unterschiedliche Aspekte/ ihre spezifische Fragestellung aus. Die Ergebnisse werden abschließend auf einem Poster dargestellt und den anderen Studierenden präsentiert. Jeder Studierende soll zudem zum Abschluss einen einseitigen „Abstract“ der Forschungsarbeit erzeugen.</p> <p>Es findet ein Wechsel von Plenumsveranstaltungen und Gruppenarbeit/Einzelarbeit statt. In den Plenumsveranstaltungen werden methodische und inhaltliche Grundlagen vermittelt (Grundlagen der Marktforschung, vor allem der Methode der Conjoint-Analyse, Fragebogengestaltung, Tipps & Tricks für die eigene Datenerhebung, Einführung in SPSS; deskriptive Auswertungen, Regressionsanalyse, Varianzanalyse... - jeweils allgemein und mit SPSS). In Gruppenarbeit wird das vermittelte Basiswissen in Bezug auf die eigene, neue Teilfragestellung zugeordnet, angewandt und weiterentwickelt.</p>
<p>Ansprechpartner:</p>	<p>Dr. Victoria Bertels E-Mail: victoria.bertels@uni-hohenheim.de Philip Sipos, M. Sc. E-Mail: Philip.Sipos@uni-hohenheim.de</p>