

Anlage 2: Modulbeschreibung zum englischsprachigen konsekutiven Studiengang Business & Economics mit dem Abschluss Master of Science
Vertiefungsmodul

Modulnummer	261032-301 (Version 01)
Modulname	Market Research
Modulverantwortlich	Professur BWL – Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Problemformulierung • Typische Forschungsansätze der Marktforschung • Entwicklung von Messinstrumenten • Formen der Datenerhebung • Stichprobenziehung • Datenauswertung als Phase des Marktforschungsprozesses • Anwendung multivariater statistischer Verfahren • Ergebniskommunikation <p><u>Qualifikationsziele:</u></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls haben die Studenten ein Verständnis für die Bedeutung der Marktforschung für (Marketing-) Entscheidungen entwickelt und können Aufgaben sowie Phasen der Marktforschung benennen und erklären. Sie sind in der Lage, typische Forschungsansätze der Marktforschung zu charakterisieren, voneinander abzugrenzen und in einen Zusammenhang zu bringen. Neben den Grundtypen von Marktforschungsuntersuchungen kennen und verstehen sie die unterschiedlichen Verfahren der Datenerhebung, wie Befragung, Beobachtung, Experiment und können deren charakteristische Merkmale voneinander abgrenzen. Auch können sie die Merkmale und Unterschiede der verschiedenen Arten von Stichproben voneinander abgrenzen sowie Merkmale und Unterschiede benennen. Sie sind in der Lage, die erhaltenen Ergebnisse mit Hilfe von gängigen Softwarelösungen auszuwerten und adressatengerecht zu kommunizieren.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Market Research (2 LVS) • Ü: Market Research (1 LVS) <p>Die Lehrveranstaltungen werden in englischer Sprache abgehalten.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	Grundkenntnisse des Marketings (bspw. Modul 261032-100: Marketing)
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist für alle Studiengänge mit wirtschaftswissenschaftlicher Ausrichtung sowie für den Lehrexport geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60-minütige Klausur zu Market Research (Prüfungsnummer: 61312) <p>Die Prüfungsleistung ist in englischer Sprache zu erbringen.</p>
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 5 Leistungspunkte erworben.</p> <p>Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p>
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 150 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf ein Semester.