

Methoden-Workshop empirische Abschlussarbeiten

Professur für Marketing und Konsumentenverhalten

Verantwortlich: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ

Zielgruppe: Alle Masterstudierenden der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät, die gerade ihre empirische Abschlussarbeit schreiben oder in der unmittelbaren Planung sind.

Lernziele: Der zweitägige Workshop dient der methodischen Unterstützung von Studierenden bei empirischen Abschlussarbeiten. Ziel ist die praktische Auffrischung/Vertiefung derjenigen Methoden, die bei Abschlussarbeiten besonders häufig genutzt werden. Dies umfasst etwa die Anwendung von statistischen Verfahren in SPSS wie Varianzanalyse und Regressionsanalyse (möglichst mit Daten der Studierenden). Diese Vertiefung soll ergänzt werden um sinnvolle neue Elemente wie Mediations- und Moderationsanalyse mit PROCESS, die bei Abschlussarbeiten zunehmend Anwendung finden.

Format: Blockveranstaltung

Termine: Zwei aufeinander aufbauende Termine, davon einer in der Vorlesungszeit, einer in der vorlesungsfreien Zeit. Wird jedes Semester angeboten.

Kapazität: Maximal 12 Teilnehmer, Studierende des Schwerpunkts MEB werden bevorzugt berücksichtigt.

Aufbau der Veranstaltung:

1. Einführung in die Veranstaltung

- 1.1. Ziele einer empirischen Arbeit
- 1.2. Ablauf einer empirischen Arbeit
- 1.3. Phasen einer prototypischen empirischen Arbeit
- 1.4. Entscheidungen in der Planungs- und Durchführungsphase

2. Planungsphase

- 2.1. Empirisches Arbeiten mit Primärdaten
- 2.2. Theoriebildung und Theorieprüfung
- 2.3. Das Modell in der empirischen Forschung
 - 2.3.1. Begriffliche Grundlagen
 - 2.3.2. Konzeptualisierung
 - 2.3.3. Theoretisches Konstrukt Kundenzufriedenheit
- 2.4. Hypothesenentwicklung:
 - 2.4.1. Ableiten von Hypothesen
 - 2.4.2. Formulierung von Hypothesen
- 2.5. Messinstrumente der empirischen Forschung
 - 2.5.1. Operationalisierung

- 2.5.2. Messung der Kundenzufriedenheit
- 2.5.3. Generalisierbarkeit der Ergebnisse
- 2.6. Untersuchungsdesign
 - 2.6.1. Untersuchungsziele
 - 2.6.2. Ausgangspunkt Problemdefinition
 - 2.6.3. Methoden der Befragung
- 2.7. Kausalität und Funktionalität
- 2.8. Experiment
 - 2.8.1. Definition Experiment
 - 2.8.2. Formen von experimentellen Designs
 - 2.8.3. Störvariablen in Experimenten
- 2.9. Skalenentwicklung
 - 2.9.1. Grundlagen
 - 2.9.2. Skalenniveau
 - 2.9.3. Skalierungsverfahren
 - 2.9.4. Konstruktion von Skalen
 - 2.9.5. Likert-Skala
 - 2.9.6. Semantisches Differenzial
 - 2.9.7. Unipolare vs. Bipolare Skalen
 - 2.9.8. Anforderungen an Skalen und Messmodelle
- 2.10. Fragenformulierung
 - 2.10.1. Die Konstruktion von Fragen
 - 2.10.2. Typen von Fragen
 - 2.10.3. Fragenerstellung
 - 2.10.4. Wortlaut der Fragen
 - 2.10.5. Praktische Anwendung
- 2.11. Gestaltung des Fragebogens

3. Durchführungsphase

- 3.1. Versuchsablaufsplan
- 3.2. Fragebogensoftware

4. Auswertungsphase

- 4.1. Ziele der Auswertung
- 4.2. Datenaufbereitung
- 4.3. Dateninspektion
- 4.4. Datensatzbereinigung
- 4.5. Ausreißeranalyse
- 4.6. Umgang mit fehlenden Werten
- 4.7. Personenspezifische Antworttendenzen
- 4.8. Reliabilitätsanalyse
- 4.9. Validitätsanalyse
- 4.10. Skalenerstellung
- 4.11. Einfache deskriptive Datenanalyse
- 4.12. Einfache testende Datenanalyse
- 4.13. Multivariate Methoden
- 4.14. Methodenauswahl
- 4.15. Fragebogensoftware: Übung in SPSS

5. Dokumentation

5.1. Formen der Dokumentation

5.2. Kriterien der Dokumentation

5.3. Zusätzliche Literatur für Auswertung und Dokumentation