

Gültig für 2021.HS

Modulbezeichnung: Wissenschaftliches Arbeiten: Instrumente & Methoden (Market Research)	
Modulkürzel	w.MA.XX.WAIM-MA.17HS
Beschreibung des Moduls	In diesem Modul erhalten die Studierenden weiterführende Kompetenzen in wissenschaftlichem Arbeiten und erwerben Wissen und Fähigkeiten in der angewandten Forschung, die sowohl für den weiteren Studienverlauf (z.B. für die Masterarbeit) als auch für die Unternehmenspraxis unabdingbar sind. Die Studierenden können am Ende des Moduls wissenschaftliche Arbeiten, Instrumente und Methoden beurteilen und deren Ergebnisse für einen gegebenen Kontext würdigen. Sie kennen die Darstellung des wissenschaftlichen Prozesses, der vom Erkenntnisinteresse über die Problemkonstruktion zur Methodenwahl wissenschaftlicher Untersuchungen führt. Sie lernen Themengebiete wie Forschungsdesign, Experimentalforschung, Erhebung von Daten sowie Bewerten und Einordnen von Marktforschungsergebnissen kennen.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	Business Administration - Specialization in Marketing
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Marketing) erstmals beschlossen am 07.11.2008
Modulkategorie	Modultyp: Pflichtmodul
ECTS	6
Verantwortliche OE	W Institut für Marketing Management
Modulverantwortung	Oliver Thomas (thol)
Modulverantwortung Stellvertretung	Gunther Kucza (kuca)
Spezifische Vorkenntnisse	-
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	§ Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren § Nutzung von Informationen § Kreativität & Innovation Sozialkompetenz § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	Die Studierenden... § recherchieren effizient in einem neuen Forschungsgebiet: Sie zeigen die wichtigsten Publikationen inkl. Hierarchy of Evidence auf und würdigen diese kritisch. § identifizieren Biases in der Forschung. § erklären die unterschiedlichen Studiendesigns "Systematic Review" und "Meta-Analysis". § verstehen unterschiedliche Variablentypen (unabhängige Variablen, abhängige Variablen, Mediatoren, Moderatoren, Kontrollvariablen). § halten Korrelation und Kausalität auseinander. § formulieren Hypothesen und definieren und operationalisieren Parameter. § entwickeln ein eigenes Conceptual Model. § konzipieren Experimente, Befragungen und Beobachtungen. § interpretieren Gütekriterien.

	§ entwickeln die Bereitschaft, sich vertieft mit wissenschaftlichem Schreiben auseinanderzusetzen. § fördern ihr eigenverantwortliches Lernen durch autonomes und begleitetes Selbststudium.		
Inhalte des Moduls	§ Grundlagen der Wissenschaftstheorie: Ansätze, Entwicklungen und deren Bedeutung für die Sozial- und Wirtschaftswissenschaften; epistemologische Grundlagen, Begriffe und Theorien § Methodologie: Theorie vs. Empirie, Induktion vs. Deduktion, Korrelation vs. Kausalität, Hauptgütekriterien § Forschungsdesign, Forschungsprozess, Entwicklung von Forschungsfragen und Hypothesen, Fragen der Methodenwahl § Aufarbeitung von bestehendem Wissen; Umgang mit Literatur: Suchstrategien, Recherchetechniken und Literaturverwaltungssoftware § Operationalisierung und Probandenauswahl § Qualitative und quantitative Methoden der Wirtschaftsforschung: Umfragen, Experimente, qualitative Erhebungen § Management von Forschungsprojekten		
Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgendem Modul auf: w.MA.XX.WAQM-MA.17HS		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Übungen § Problemorientierter Unterricht § Forschendes Lernen § Literaturstudium	Eingesetzte Sozialformen: Einzelarbeit	
Digitale Lernressourcen	§ Reader § Lehrvideos § Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen)		
Unterrichtsgliederung	Kontaktstudium	Begleitetes Selbststudium	Autonomes Selbststudium
	Vorlesung	56 h	-
	Übung	-	50 h
	Projektarbeit	-	-
	Seminar	-	-
	Total	56 h	50 h
			74 h
Leistungsnachweise			
	Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)
	Schriftliche Prüfung	open book	60
	Hilfsmittel	freie Wahl Taschenrechner	mit Diktionär
	Andere	Bewertung	Dauer (Min.)
	-	-	-
Eine Nachbesserung bzw. Nachbearbeitung von Leistungsnachweisen ist nicht möglich.			
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Zwingende Präsenzzeit: Keine		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pfichtliteratur	§ Hussy, W., Schreier, M. & Echterhoff, G. (2010). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften. Springer. ISBN 978-3-642-34362-9. Alle Bücher sind auf ZHAW Intranet der Bibliothek (ePortal) verfügbar.		
Ergänzende Literatur	§ Mayring, P. (2015). Qualitative Inhaltsanalyse : Grundlagen und Techniken. 12. Auflage. Weinheim und Basel: Verlag Beltz. ISBN 978-3-407-25730-7. Alle Bücher sind auf ZHAW Intranet der Bibliothek (ePortal) verfügbar. § Döring, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. 5. vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer. ISBN 978-3-642-41089-5. Alle Bücher sind im ZHAW Intranet der Bibliothek (ePortal) verfügbar. § Atteslander, P. (2010). Methoden der empirischen Sozialforschung. 13. Auflage. Erich Schmidt Verlag. ISBN 978-3-503-12618-7.		
Bemerkungen	Die Modulbeschreibung basiert auf der Annahme, dass im HS21 sowohl Präsenzunterricht als auch -prüfungen stattfinden. Sollten sich jedoch pandemiebedingt die Rahmenbedingungen ändern, sind kurzfristige Anpassungen des Moduls bzw. der Art des Leistungsnachweises möglich.		