

Modulname: Käuferverhalten und Marktforschung (KV-Mafo)

Spezialisierung im Studienfach BWL:

Spezialisierung I: Marketing, Strategy and Human Resources (MSH)

Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	4. Sem.	jedes Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 2 LV sind zu wählen a) Käuferverhalten b) Marktforschung c) Ausgewählte Themen in KV-Mafo	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h	Selbststudium 120 h 120 h 120 h	geplante Gruppengröße ca. 150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Vermittelte Schlüsselqualifikationen: Fachkompetenz, Persönlichkeitskompetenz, Methodenkompetenz Das Modul vermittelt Kompetenzen in zwei aktuellen Themenfeldern des Marketing: Die Studierenden sollen die grundlegenden hypothetischen Konstrukte insbesondere Prozesse und Größen aus der Käuferverhaltensforschung kennen und für deren Bedeutung sowie Messung sensibilisiert sein, um entsprechende Problemstellungen des Käuferverhaltens modellgestützt und praxisorientiert anwenden zu können. Weiterhin sollen die Studierenden die in anderen Modulen vermittelten grundlegenden Verfahren der Datenauswertung auf Fragestellungen der Marktforschung insbesondere in Verbindung mit der Käuferverhaltensforschung anwenden und die zentralen Ergebnisse dieser Verfahren anwendungsorientiert interpretieren können. Mit der Veranstaltung „Ausgewählte Themen in KV-Mafo“ sollen die Studierenden Einblick in besondere Problemfelder aus dem Bereich KV-Mafo erhalten und auch über aktuelle Erkenntnisse aus diesen Bereichen informiert werden.				
3	Inhalte Von den Veranstaltungen a) bis c) werden jeweils zwei angeboten, die dann von den Studierenden zu hören sind. a) Käuferverhalten Die Veranstaltung vermittelt die Grundlagen der Käuferverhaltensforschung. Im Zentrum der individuellen, privaten Kaufentscheidungen stehen die im Rahmen des klassischen SOR-Ansatzes betrachteten hypothetischen Konstrukte, insbesondere aktivierenden und kognitiven Prozesse und Zustände. Vermittelt werden ferner die Rolle der weiteren Determinanten des Konsumentenverhaltens sowie die Grundlagen des Konsumentenverhaltens aus einer Prozessperspektive in verschiedenen Kaufphasen. Die Grundlagen der Charakteristika der individuellen und kollektiven Kaufentscheidungen in Organisati-				

	<p>onen werden ebenso vermittelt. In jedem der inhaltlichen Punkte erfolgt die Betrachtungssequenz: theoretischen Grundlage und Charakteristika sowie praktische Bedeutung und Messung. Letztere umfasst auch die Operationalisierungsproblematik. Die Übungsform der Veranstaltung unterstreicht ihre praktische, berufsqualifizierende Relevanz.</p> <p>b) Marktforschung Zu den zentralen Ansätzen und Konstrukten im Marketing und hier insbesondere der Käuferverhaltenforschung werden typische Analyse- und Auswertungsmöglichkeiten aufgezeigt. Dabei werden die für die Marktforschung zentralen Verfahren der multivariaten Datenanalyse herangezogen und auch anhand von konkreten SPSS-Outputs an praktischen Beispielen vertiefend erläutert. Die Inhalte der Veranstaltung werden anhand von konkreten Übungsaufgaben und aktuellen Beispielen eingeübt und vertieft.</p> <p>c) Ausgewählte Themen in KV-Mafo Diese Veranstaltung behandelt ausgewählte oder aktuelle Themen aus den Bereichen Käuferverhalten und Marktforschung. Entsprechende Modelle und Methoden werden vermittelt. Im Vordergrund kann bspw. das Käuferverhalten (z.B. Wirkungsmodelle), die Kulturvergleichende Forschung oder Marktforschungsansätze in Kunden- sowie Unternehmenssurveys stehen. Das Verstehen aktueller und alternativer Perspektiven im Bereich KV-Mafo sowie Methodeneinblicke und aktuelle Forschungserkenntnisse sind das konstitutive Merkmal der Veranstaltung.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltungen a) und b): Übungen, ggf. mit Lektüreelementen, Fallstudien, Selbststudium sowie Gastvorträgen</p> <p>Lehrveranstaltung c): Übung mit Aufgaben und/oder Fallstudien mit Hausarbeit und/oder Referate, ggf. mit Selbststudium</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Prüfungen in den Modulen Grundzüge der BWL I und II und den Modulen Statistik I und II müssen bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: Die Kenntnis der Inhalte der Lehrveranstaltungen des Vertiefungs-Modul ABWL I („Marketing Management“ und „Information und Entscheidung“) werden vorausgesetzt.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>90 Min. Klausur, max. 50 % Multiple Choice</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Klausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Spezialisierungs-Modul und Wahlfach im BA-Studiengang BWL, Wahlpflichtmodul (WiSo-Integration) und Wahlfach in den BA-Studiengängen Sozialwissenschaften und VWL</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/180</p>
10	<p>Modulbeauftragter: Prof. Dr. Rolf Weiber</p>

	Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Bernhard Swoboda, Prof. Dr. Rolf Weiber und Mitarbeiter
11	Sonstige Informationen Das Modul zählt zum Bereich Marketing. Es wird empfohlen, das Modul KV-Mafo in Verbindung mit dem zweiten Marketing-Modul „MHI“ zu belegen. Wird aus dem Bereich Marketing nur ein Modul gewählt, so muss das Modul „KV-Mafo“ belegt werden, das Modul "MHI" ist dann nicht wählbar.