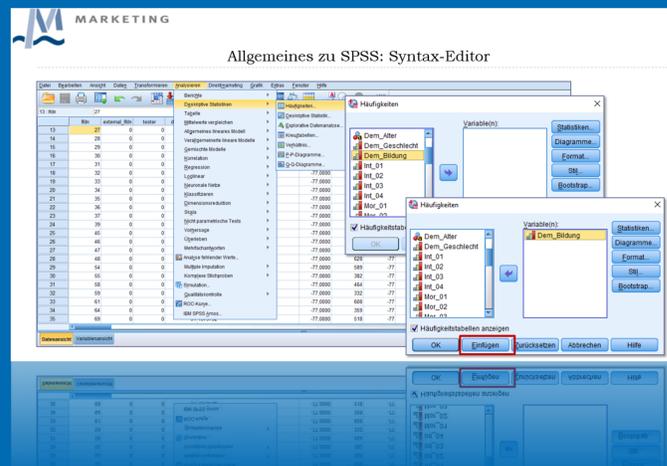


Projektleitung: Lasse Meißner, M.A. & Prof. Dr. Peter Kenning

Digitalisierung von anwendungsbezogenen, statistischen Lehrinhalten im Kontext des Marketing

Statistische Grundlagen als Grundvoraussetzung empirisch-quantitativer Marketingforschung

Die Veranstaltungen „Projektarbeit I und II mit Kolloquium“ stellen einen integrativen Bestandteil der Schlüsselqualifikationsmodule BQ05, MQ04, MQ05, MQV01 und BQV04 für Bachelorstudierende und Masterstudierende dar. Sie finden im Sommer- und Wintersemester statt und richten sich an Bachelor- und Masterstudierende der Studiengänge BWL, VWL und Wirtschaftskemie.



Für die Studierenden sind die Projektarbeiten im Bereich Marketing eine wichtige Möglichkeit um Forschungsmethoden im Bereich Marketing kennen zu lernen. Auf diesen Kenntnissen wird im Bereich der Bachelorarbeit, Masterarbeit und auch im Modul MW05 (speziell im Kurs 3 „Marketingforschung“) aufgebaut. Die Projektarbeiten vermitteln grundlegendes Wissen um eigene Forschung zu ermöglichen. Vor diesem Hintergrund werden die wesentlichen Konzepte – zusätzlich zur Besprechung im Rahmen der Vorlesung – anhand von 12 Videos erläutert. Pro Konzept wurde ein separates max. 10 minütiges Video erstellt, in dem Lehrstuhlmitarbeiter die notwendigen Informationen darlegen, welche anhand von Grafiken, konkret in den statistischen Programmen und anhand anderer Hilfsmittel visualisiert werden. Sobald die einzelnen Themen in der Vorlesung behandelt und die Videos gezeigt wurden, werden die Videos auf der IILIAS-Plattform sukzessive freigeschaltet. Sollten zusätzliche Fragen auftreten, können diese im Rahmen der in der Vorlesung institutionalisierten Wiederholungseinheit gestellt werden.

Auswirkungen

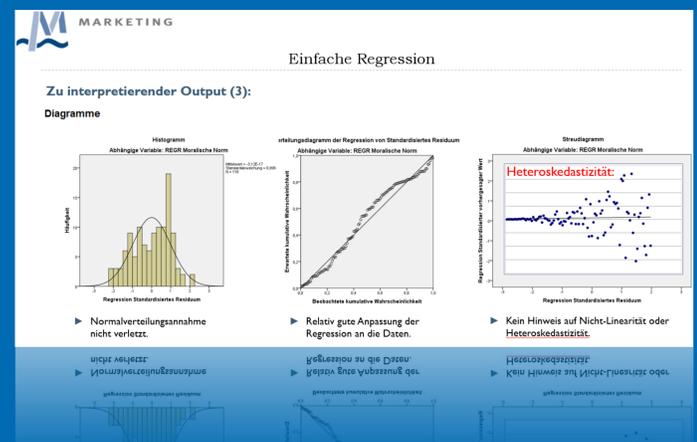
Wesentliche Auswirkungen wird die Maßnahme auf die Integration derjenigen Studierenden haben, die ihr vorheriges Studium nicht an der Universität Düsseldorf absolviert haben oder während des Bachelor-Studiums nicht den Schwerpunkt „Marketing“ wählen haben. Die Anfertigung einer Bachelor- oder Masterarbeit am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing setzt profunde Kenntnisse grundlegender Forschungsmethoden aus dem Marketing voraus. Zum erfolgreichen Abschluss dieser Arbeit ist also für oben genannte Studierende eine eigenständige Nacharbeitung des Stoffs unerlässlich und wird erwartet. Diese wird erheblich erleichtert durch den angestrebten Einsatz der Lernvideos, da den Studierenden die vorausgesetzten Inhalte zeitlich unabhängig von der Veranstaltung zum Nachlernen zur Disposition stehen. Folglich findet eine Nivellierung der Kenntnisse der Teilnehmer/innen statt, welche die Lehre für Studierende und Lehrende wesentlich erleichtern wird.

Themen

- Allgemeines zu SPSS
- Definition von Variablen und Zuweisung von Parametern
- Datenaufbereitung
- Einfache Auswertungsverfahren
- Skalenprüfung
- Explorative Faktorenanalyse
- Konfirmatorische Faktorenanalyse und Faktorenextraktion
- Einfache Regression
- Multiple Regression
- Moderierte Regression
- Datenselektion
- Arbeiten mit Unipark

eLearning Bezug

Das Videomaterial kann aufgrund der absehbaren Beständigkeit der Vorlesungsgliederung in den darauffolgenden Veranstaltungsdurchläufen wiederverwendet werden. In diesem Fall werden die vermittelten Kenntnisse zudem nicht nur in einem Kurs vorausgesetzt sondern für viele verschiedene Vorlesungen und Prüfungen angesprochen. Daraus ergeben sich starke Synergieeffekte für viele Lehrangebote des Lehrstuhls. Außerdem entspricht die Produktion der und die Arbeit mit den Videos einer Maßnahme, die nicht nur einer, sondern mehreren Studierendengenerationen zugutekommt und nachhaltig ist. Zudem ermöglicht das Videomaterial nachhaltiges Lernen, da der Stoff beliebig oft wiederholt und in kleinen Schritten, dem individuellen Tempo des Studierenden angepasst, zeit- und ortsunabhängig nachvollzogen werden kann. Die Studierenden haben die Möglichkeit, die Videos zur Nachbereitung der Veranstaltung zu nutzen, ebenso wie zur Vorbereitung der Erstellung der Abschlussarbeiten. Für die Vermittlung des überwiegenden Teils der methodischen Kenntnisse eine PC-Nutzung erforderlich. Den Studierenden fällt es in besonderem Maße einfacher die vermittelten Kenntnisse an den eigenen technischen Geräten zu üben und nachzuvollziehen als an der nur begrenzt zugänglichen technischen Ausstattung des Zentrums für Informations- und Medientechnologie (ZIM) der HHU. Durch eine Digitalisierung der Lehrinhalte können die Studierenden die Inhalte gut verständlich und umfassend auch zuhause an den eigenen Gerätschaften nachvollziehen und direkt umsetzen.



Anwendungsbezug in empirischen Projektarbeiten

Die Studierenden, die ihren Schwerpunkt auf den Bereich Marketing legen, werden vertieft Forschungsmethoden der Marketingforschung vermittelt. Ziel des Kurses ist, dass die Studierenden befähigt sind, die wesentlichen methodischen Kenntnisse im Bereich der Datenerhebung, -eingebe, -aufbereitung und -analyse zu erlernen und praktisch anwenden zu können.

Das fachspezifische Leitbild unserer Lehre ist dabei der "generalistische Marketingmanager", der über ein breites methodisches Wissen verfügt, in verschiedenen, nicht nur betrieblichen Kontexten erfolgreich agieren kann und wissenschaftlich anschlussfähig ist. Um diesem Anspruch gerecht zu werden ist die fachspezifische Lehre mit Blick auf die hohe Dynamik der Marketingforschung und -praxis auf die systematische Integration innovativer Lehr- und Lernformen angewiesen.

