

M9 Empirische Forschungsmethoden					
Kennnummer M9	Workload 150 h	Credits 6	Studien- semester 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Deskriptive Statistik b) Analytische Statistik c) Übung	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h	Selbststudium 60 h	geplante Gruppengröße 55 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ einschlägige Methoden und Berechnungsweisen zur Beschreibung und Auswertung von statistischem Datenmaterial zu verstehen und anzuwenden (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“), ▪ auf Basis von Stichproben Schlussfolgerungen und Entscheidungen für die unbekannte Grundgesamtheit abzuleiten (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“), ▪ geeignete statistische Methoden auszuwählen und deren Ergebnisse zu interpretieren (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „beurteilen“). <p>Das Modul fördert insbesondere die Fähigkeit der Studierenden zum analytischen Denken (Professionalität).</p>				
3	<p>Inhalte:</p> <p><u>Deskriptive Statistik</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswertungsmethoden für eindimensionales Datenmaterial (Lageparameter, Streuungsparameter, Konzentrationsmessung) ▪ Auswertungsmethoden für mehrdimensionales Datenmaterial (Korrelation, Regression) ▪ Indices <p><u>Analytische Statistik</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gegenstand und Erkenntniswert der Statistik ▪ Grundlagen der empirischen Sozialforschung ▪ Grundzüge der Wahrscheinlichkeitstheorie und -rechnung ▪ Zufallsvariablen, Verteilungsfunktion und -parameter ▪ Punkt- und Intervallschätzung, Hypothesentests <p><u>Übung</u></p>				
4	<p>Lehr- und Lernformen:</p> <p>Seminaristischer Unterricht und Selbststudium. In die Veranstaltung sind Übungen integriert, so dass eine laufende Lernkontrolle erfolgt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen (Kenntnisse und Fähigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme und Hinweise für die geeignete Vorbereitung):</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Grundlegende Kenntnisse in Mathematik gemäß den Lehrplänen der die Fachhochschulreife vermittelnden Schulen.</p>				
6	<p>Prüfungsformen: Klausur von 120 Minuten</p>				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: M4 Konsumentenforschung, Data Analytics & digitale Ethik, M22 Marketing Analytics, M23 Online Marketing
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 6/180
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Philipp Freitag (Modulverantwortlicher)
11	<p>Sonstige Informationen (z.B. Literatur):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bamberg, Günter / Baur, Franz / Krapp, Michael: Statistik. Eine Einführung für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, 18. Aufl., München 2017 ▪ Bamberg, Günter / Baur, Franz / Krapp, Michael: Statistik-Arbeitsbuch: Übungsaufgaben – Fallstudien – Lösungen, 10. Aufl., München 2017 ▪ Bley Müller, Josef / Weißbach, Rafael: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, 17. Aufl., München 2015 ▪ Stine, Robert / Foster, Dean: Statistics for Business. Decision Making and Analysis, 3. Aufl., Harlow, Essex 2018 ▪ Ubøe, Jan: Introductory Statistics for Business and Economics. Theory, Exercises and Solutions, Wiesbaden 2018 ▪ Wewel, Max: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL. Methoden, Anwendung, Interpretation, 3. Aufl., München 2014 <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>