

SCHULUNGSANGEBOTE

JANUAR BIS MÄRZ 2026

QUALITATIVE FORSCHUNGSMETHODEN

EXPERT*INNENINTERVIEWS 1 – VON DER PLANUNG ÜBER DIE STICHPROBE BIS ZUR AUSWERTUNG

In diesem Kurs wird das gesamte Verfahren der Expert*inneninterivews thematisiert und geübt.

Auswahl von Expert*innen, Rolle des/der Interviewers/-in, Vorbereitung und Durchführung von Interviews und Fokusgruppengesprächen, Interaktion im Interview (Gesprächsführung), Vermeidung von Antwortverzerrungen.

Der Kurs richtet sich an Studierende, die in ihren Projekt- oder Bachelorarbeiten ausgewählte Methoden der empirischen Sozialforschung (z.B. Interviews, Fokusgruppen) durchführen möchten. Der anschließende Besuch des Kurses **Expert*inneninterviews 2** wird empfohlen.



Mo., 02.02., 17:15 – 19:00 Uhr
Mo., 09.02., 17:15 – 19:00 Uhr
Mi., 11.02., 17:15 – 19:00 Uhr
Mo., 16.02., 17:15 – 19:00 Uhr



Oberamteigasse 4
MediaLab



10 Vorlesungs-/
Übungsstunden



Prof. Dr. Melanie Deutmeyer
Max. 12 Teilnehmer*innen

EXPERT*INNENINTERVIEWS 2 – VON DER AUSWERTUNG BIS ZUR DOKUMENTATION

Dieser Kurs zeigt die Methodik und Herangehensweise der qualitativen Inhaltsanalyse.

Wie werden Expert*inneninterviews, Texte in verschiedenen Medien, Gruppendiskussionen und weitere qualitative Daten wissenschaftlich korrekt ausgewertet? Besprochen wird eines der meist verwendeten Designs der qualitativen Inhaltsanalyse nach Udo Kuckartz. Geübt wird mithilfe der Software MAXQDA anhand eigenen, mitgebrachten Materials – falls vorhanden – oder zur Verfügung gestellten Beispieltexten. Geeignet für Einsteiger*innen. Der Besuch des Kurses **Expert*inneninterviews 1** wird empfohlen.



Di., 24.02., 17:00 – 21:00 Uhr



Oberamteigasse 4
MediaLab



5 Vorlesungs-/
Übungsstunden



Franziska Baar, M.A.
Max. 12 Teilnehmer*innen

KOMMUNIKATION

EINFÜHRUNG IN DEN VR SPEECH TRAINER

Präsentationen üben vor virtuellem Publikum mit ausführlichem KI-Ergebnisbericht.

Selbstvertrauen kombiniert mit Überzeugungskraft während Präsentationen ist nicht immer einfach. Das erfordert Arbeit an den Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten, aber genau das kann Spaß machen! Hier kommt der VR Speech Trainer ins Spiel: VR-Brille auf, Speech Trainer an – und vor virtuellem Publikum präsentieren üben. Ein ausführlicher Bericht samt Transkription hilft dabei herauszufinden, wo Stärken und Schwächen liegen und wie daran gearbeitet werden kann. Eine kurze Einführung wird auf Anfrage angeboten, wenn Sie sich den Speech Trainer ausleihen möchten.



Kontakt: zek@dhbw-ravensburg.de

PERSUASIVE KOMMUNIKATION IN DIGITALEN MEDIEN

Können digitale (soziale) Medien unsere Entscheidungen beeinflussen und ggf. sogar unser Verhalten verändern?

Der Kurs gibt einen Einblick in die Art und Weise, wie Menschen Entscheidungen treffen, wie dieser Prozess unter bestimmten Voraussetzungen durch Neuromarketing beeinflusst werden kann und warum die sozialen Medien sich besonders für persuasive Kommunikation eignen. Im Verlauf des Kurses werden Experimente als Forschungsmethode spielerisch angewandt und fachlich besprochen.



Mi., 07.01., 17:00 – 18:30 Uhr
Mi., 14.01., 17:00 – 18:30 Uhr



Weinbergstraße 17
Raum 010



4 Vorlesungs-/
Übungsstunden



Prof. Dr. Gregor Hopf
Max. 20 Teilnehmer*innen

AKTIVES MEDIENTRAINING

Tagesworkshop für einen erfolgreichen medialen Auftritt

Wie gewinnt man mediale Aufmerksamkeit für seine Themen? Wie geht man mit Anfragen von Pressevertreter*innen um? Wie bereitet man sich selbst bestmöglich auf einen medialen Auftritt vor? Wie verhalte ich mich professionell vor der Kamera auch bei kritischen Rückfragen? Wenn Sie für Ihre Themen oder für Ihr Unternehmen Öffentlichkeitsarbeit bestreiten wollen, vermittelt Ihnen dieser Tagesworkshop anhand von Übungen und einem aktiven Videotraining die Grundlagen für Ihren professionellen Auftritt.



Sa., 21.02., 09:00 – 18:00 Uhr



Weinbergstraße 17
Raum 010



10 Vorlesungs-/
Übungsstunden



Prof. Dr. Gregor Hopf
Max. 16 Teilnehmer*innen

APPARATIVE FORSCHUNGSMETHODEN

EYETRACKING

Die Schulung ermöglicht das eigenständige Durchführen von Blickregistrierungsstudien mit unterschiedlichen Gerätetypen.

Einführungskurs in die Blickregistrierungstechnologie. Vorstellung und Handhabung der gängigen Eyetrackingsysteme. Auswertemöglichkeiten am Beispiel praktischer Übungen (z.B. Usability-Studien, Werbemitteltests, Shopperverhalten). Dieser Kurs ist verpflichtend für alle, die im Rahmen von Lehrprojekten oder Bachelorarbeiten eigenständig Eyetrackingdaten erheben möchten.



Di., 27.01., 17:00 – 21:00 Uhr



Oberamteigasse 4
MediaLab



5 Vorlesungs-/
Übungsstunden



Franziska Baar, M.A.
Max. 10 Teilnehmer*innen

QUANTITATIVE FORSCHUNGSMETHODEN

QUANTITATIVE DATEN AUSWERTEN MIT SPSS

Der Kurs bietet eine fundierte Grundlage für das eigenständige Durchführen ausgewählter Datenanalysen im Marktforschungskontext. Übersicht über die wichtigsten Programmfunktionen. Anlegen von Variablen, Dateneingabe. Uni- und bivariate Analysen. Kreuztabellen und Mittelwertvergleiche. Testverfahren (z.B. Chi-Quadrat-Test). Für Studierende **ab dem 2. Studienjahr**, die sich gezielt auf ihre Bachelorarbeit vorbereiten möchten und/oder quantitative Marktforschungsdaten in der Unternehmenspraxis analysieren müssen.



Fr., 06.02., 16:30 – 20:15 Uhr
Sa., 07.02., 08:00 – 16:15 Uhr



Zoom
(Link in Moodle-Kurs)



15 Vorlesungs-/
Übungsstunden



Prof. Dr. Thomas Dobbelsstein
Max. 15 Teilnehmer*innen

ANSPRECHPARTNERIN

Franziska Baar, M.A.

Akademische Mitarbeiterin

Zentrum für empirische
Kommunikationsforschung

zek@dhbw-ravensburg.de



ravensburg.dhbw.de