

SCHULUNGSANGEBOTE

APRIL BIS JUNI 2026

QUALITATIVE FORSCHUNGSMETHODEN

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

In diesem Kurs wird das gesamte Verfahren der Expert*inneninterviews 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.



Mo., 04.05., 17:15 – 19:00 Uhr
Mi., 06.05., 17:15 – 19:00 Uhr
Di., 12.05., 17:15 – 19:00 Uhr
Mo., 18.05., 17:15 – 19:00 Uhr



Oberamteigasse 4
MediaLab



10 Vorlesungs-/
Übungsstunden



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

KOMMUNIKATION

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., 13.04., 17:00 – 18:30 Uhr
Di., 14.04., 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. Einige Übungen werden in Videoform festgehalten und im Anschluss analysiert, sodass Sie wertvolle Rückmeldungen erhalten.



Sa., 18.04., 10:00 – 18:30 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., 09.06., 17:00 – 21:00 Uhr



Oberamteigasse 4
MediaLab



5 Vorlesungs-/
Übungsstunden



Dr. Steffen Ronft
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., 15.05., 16:30 – 20:15 Uhr
Sa., 16.05., 08:00 – 16:15 Uhr



Zoom
(Link in Moodle-Kurs)



15 Vorlesungs-/
Übungsstunden



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

