

SCHULUNGSANGEBOTE

JULI BIS SEPTEMBER 2025

QUALITATIVE FORSCHUNGSMETHODEN

EXPERT*INNENINTERVIEWS 1 – 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. Der anschließende Besuch des Kurses **Expert*inneninterviews 2** wird empfohlen.

 Mi., 09.07., 17:15 – 19:00 Uhr Di., 15.07., 17:15 – 19:00 Uhr Mo., 21.07., 17:15 – 19:00 Uhr Di., 22.07., 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.

 Mi., 30.07., 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.

AUF
ANFRAGE

 Kontakt: zek@dhbw-ravensburg.de

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION: VERSTÄNDLICH UND ANGEMESSEN SCHREIBEN

Grundlagen in Corporate Language und Textverständlichkeit.

Markenkonforme und verständliche Sprache kann einen positiven Einfluss auf die Unternehmensziele haben. Wie Texte verständlicher werden, was Corporate Language ist und wie die Umsetzung in der Praxis aussieht, wird in diesem Kurs thematisiert - mit und ohne Hilfe von KI. Als praktische Übung schreiben Sie selbst kurze Texte und werden diese und weitere mithilfe der Software TextLab analysieren und optimieren.

 Mo., 04.08., 17:00 – 21:00 Uhr	 Oberamteigasse 4 MediaLab	 5 Vorlesungs-/ Übungsstunden	 Franziska Baar, M.A. Max. 10 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.

Auswertungsmöglichkeiten 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.

 Mi., 06.08., 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.

ONLINE

 Fr., 05.09., 16:30 – 20:15 Uhr Sa., 06.09., 08:00 – 16:15 Uhr	 Zoom (Link in Moodle-Kurs)	 15 Vorlesungs-/ Übungsstunden	 Prof. Dr. Thomas Döbelstein Max. 15 Teilnehmer*innen
--	---	--	---

ANSPRECHPARTNERIN
Franziska Baar, M.A.
Akademische Mitarbeiterin

Zentrum für empirische
Kommunikationsforschung
zek@dhbw-ravensburg.de

