

OKTOBER BIS DEZEMBER 2022

KOMMUNIKATION

KURS 1 Oberamteigasse 4, PC-Raum
Termin Mo., 13.10.2022, 17:00-21:00 Uhr
Umfang 5 Vorlesungs-/Übungsstunden
Dozentin Franziska Baar, M.A.
Max. 20 Teilnehmer*innen

VERSTÄNDLICH UND ANGEMESSEN SCHREIBEN – GRUNDLAGEN IN CORPORATE LANGUAGE UND TEXTVERSTÄNDLICHKEIT

Der Kurs führt in die Grundlagen der Textverständlichkeit ein. Mithilfe von TextLab werden Verständlichkeitsanalysen durchgeführt.

Die Verständlichkeit von Texten kann einen Einfluss auf die Unternehmensziele haben. Wie Texte verständlicher werden, mit welchen Methoden Texte auf ihre Lesbarkeit geprüft werden und wie die Umsetzung in der Praxis aussieht, wird in diesem Kurs thematisiert. Als praktische Übung werden Texte mithilfe der Software TextLab analysiert und optimiert.

Präsenz

KURS 2 Oberamteigasse 4, Raum 001
Termin Do., 08.11.2022, 17:00-21:00 Uhr
Umfang 5 Vorlesungs-/Übungsstunden
Dozent Prof. Dr. Gregor Hopf
Max. 25 Teilnehmer*innen

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.

Präsenz

QUANTITATIVE FORSCHUNGSMETHODEN

KURS 3 Oberamteigasse 4, PC-Raum
Termin Di., 18.10.2022, 17:00-21:00 Uhr
Umfang 5 Vorlesungs-/Übungsstunden
Dozentin Vera Engelbart
Max. 20 Teilnehmer*innen

ONLINE-UMFRAGEN MIT EFS SURVEY/UNIPARK

Der Kurs bietet einen kompakten Einstieg für das selbständige Durchführen von Online-Umfragen.

Programmierung anonymer und personalisierter, webbasierter Online-Umfragen. Möglichkeiten des Fragebogaufbaus. Einladung von Teilnehmer*innen, Kontrolle des Umfrageverlaufs und Ergebnisexport anhand praktischer Übungen.

Für Studierende, die Online-Umfragen im Rahmen von lehrintegrierten Forschungsprojekten, Projekt- oder Bachelorarbeiten durchführen möchten.

Präsenz

KURS 4 Oberamteigasse 4, PC-Raum /
Rudolfstr. 19 (Klösterle),
Termine Fr. 02.12.2022, 16:30-20:15 Uhr
Sa. 03.12.2022, 08:00-16:30 Uhr
Umfang 15 Vorlesungs-/Übungsstunden
Dozent Prof. Dr. Thomas Dobbstein
Max. 15 Teilnehmer*innen

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.

Präsenz

APPARATIVE FORSCHUNGSMETHODEN

KURS 5 Oberamteigasse 4, MediaLab
Termin Di., 25.10.2022, 17:00-21:00 Uhr
Umfang 5 Vorlesungs-/Übungsstunden
Dozentin Prof. Dr. Simon Ottler
Max. 10 Teilnehmer*innen

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.

Präsenz

GRUNDLAGEN PROJEKT- UND BACHELORARBEITEN

KURS 6 Alfaview, Raum: Studium Generale
Termin Mi., 26.10.2022, 17:00-19:30 Uhr
Umfang 3 Vorlesungs-/Übungsstunden
Dozentin Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde
Max. 15 Teilnehmer*innen

WIE KOMME ICH ZU EINEM THEMA?

Strategien und Tipps zur Themenfindung bei wissenschaftlichen Arbeiten

Der erste Schritt ist immer der schwerste: Die Wahl von Thema, Zielsetzung und Fragestellung.

Folgende Themen werden besprochen: Systematische und strukturierte Vorgehensweisen bei Themenfindung und Themeneingrenzung. Ableitung von wissenschaftlichen Zielsetzungen und Fragestellungen. Vorgehensweise bei der Methodenwahl. Empfohlen wird der Kurs insbesondere für PA II und Bachelorarbeiten. Außerdem sollten Sie schon eine erste Vorstellung Ihres Themas haben, wenn Sie an dem Kurs teilnehmen.

Online

QUALITATIVE FORSCHUNGSMETHODEN

KURS 7 Alfaview, Raum: Studium Generale
Termine Do., 10.11.2022, 17:00-19:30 Uhr und
Do., 17.11.2022, 17:00-18:30 Uhr
Umfang 5 Vorlesungs-/Übungsstunden
Dozentin Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde
Max. 15 Teilnehmer*innen

QUALITATIVE SOZIALFORSCHUNG

Der Kurs veranschaulicht die Einsatzfelder für qualitatives Arbeiten im Rahmen von Bachelor- oder Projektarbeiten.

Unterschiede zwischen quantitativer und qualitativer Forschung. Einsatzfelder qualitativer Forschung bei studentischen Arbeiten oder im Unternehmensalltag. Vorstellung ausgewählter Methoden (z.B. Fokusgruppengespräche, qualitative Leitfadeninterviews, Narrative Interviews).

Die Veranstaltung richtet sich an Studierende, die sich im Rahmen der Projektarbeit und/oder Bachelorarbeit für qualitative Forschung interessieren.

Online

KURS 8 Oberamteigasse 4, MediaLab
Termine Mi. 19.10.2022, 17:15-19:00 Uhr
Mo. 24.10.2022, 17:15-19:00 Uhr
Do. 27.10.2022, 17:15-19:00 Uhr
Mi. 02.11.2022, 17:15-19:00 Uhr
Umfang 10 Vorlesungs-/Übungsstunden
Dozentin Prof. Dr. Melanie Deutmeyer
Max. 10 Teilnehmer*innen

EXPERT*INNENINTERVIEW

In diesem Kurs wird die Planung und Durchführung von Expert*inneninterviews und anderen qualitativen Forschungsmethoden 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 Besuch des Kurses Qualitative Sozialforschung wird empfohlen.

Präsenz

KURS 9 Oberamteigasse 4, Raum 001
Termin Do., 08.12.2022, 17:00-21:00 Uhr
Umfang 5 Vorlesungs-/Übungsstunden
Dozentin Franziska Baar, M.A.
Max. 20 Teilnehmer*innen

QUALITATIVE INHALTSANALYSEN

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 werden zwei der meist verwendeten Designs der qualitativen Inhaltsanalyse: Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring und der nach Udo Kuckartz. Geübt wird anhand eigenen, mitgebrachten Materials – falls vorhanden – oder zur Verfügung gestellten Beispieltextrn.

Präsenz