

SCHULUNGSANGEBOTE

OKTOBER BIS DEZEMBER 2023





QUALITATIVE FORSCHUNGSMETHODEN

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

In diesem Kurs wird das gesamte Verfahren der ExpertInneninterviews 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., 09.10., 17:15 – 19:00 Uhr Mo., 16.10., 17:15 – 19:00 Uhr Mi., 18.10., 17:15 – 19:00 Uhr Mo., 03.10., 17:15 – 19:00 Uhr	 Oberamteigasse 4 Raum 001	 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., 02.11., 17:00 – 21:00 Uhr	 Oberamteigasse 4 PC-Raum 011	 5 Vorlesungs-/ Übungsstunden	 Franziska Baar, M.A. Max. 10 Teilnehmer*innen
--	---	---	--

QUANTITATIVE FORSCHUNGSMETHODEN

ONLINE-UMFRAGEN ERSTELLEN MIT EFS SURVEY/UNIPARK

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

Programmierung anonymer, 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.

 Di., 07.11., 17:00 – 21:00 Uhr	 Oberamteigasse 4 PC-Raum 011	 5 Vorlesungs-/ Übungsstunden	 Vera Engelbart Max. 20 Teilnehmer*innen
--	---	---	--

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., 27.10., 16:30 – 20:15 Uhr Sa., 28.10., 08:00 – 16:15 Uhr	 BigBlueButton (Link in Moodle-Kurs)	 15 Vorlesungs-/ Übungsstunden	 Prof. Dr. Thomas Dobbstein Max. 15 Teilnehmer*innen
--	--	--	--

KOMMUNIKATION

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.

Als praktische Übung schreiben Sie selbst kurze Texte und werden diese und weitere mithilfe der Software TextLab analysieren und optimieren.

 Mi., 11.10., 17:00 – 21:00 Uhr	 Oberamteigasse 4 PC-Raum 011	 5 Vorlesungs-/ Übungsstunden	 Franziska Baar, M.A. Max. 15 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., 25.10., 17:00 – 21:00 Uhr	 Oberamteigasse 4 MediaLab	 5 Vorlesungs-/ Übungsstunden	 Franziska Baar, M.A. Max. 10 Teilnehmer*innen
--	--	---	--

