

SCHULUNGSANGEBOTE

OKTOBER 2026 BIS MÄRZ 2027

ANALYSIS OF CUSTOMER INSIGHT MIT SMARTPLS

Was macht Kundinnen und Kunden wirklich zufrieden? Welche Faktoren beeinflussen Kaufentscheidungen, Weiterempfehlungen oder die Nutzung neuer Angebote?

In diesem Kurs lernen Sie, wie Sie mit SmartPLS solche Fragestellungen wissenschaftlich fundiert beantworten und aus Umfragedaten wertvolle Customer Insights gewinnen. Schritt für Schritt erwerben Sie die Fähigkeit, komplexe Zusammenhänge verständlich zu analysieren und Ergebnisse überzeugend zu präsentieren – eine gefragte Kompetenz, die Ihnen bei empirischen Seminar- und Abschlussarbeiten sowie im späteren Berufsleben einen echten Mehrwert bietet (Grundkenntnisse Marktforschung empfohlen).

**Kurs 1**
Do., 29.10., 16:30 – 19:45 Uhr
Fr., 30.10., 14:00 – 17:15 Uhr
Do., 05.11., 16:30 – 19:45 Uhr
Fr., 06.11., 14:00 – 17:15 Uhr

 Weinbergstraße 17
Raum 110

 16 Vorlesungs-/
Übungsstunden

 Prof. Dr. Patrick Roßmann
Max. 20 Teilnehmer*innen

Kurs 2
Do., 28.01., 16:30 – 19:45 Uhr
Fr., 29.01., 14:00 – 17:15 Uhr
Do., 04.02., 16:30 – 19:45 Uhr
Fr., 05.02., 14:00 – 17:15 Uhr

EINFÜHRUNG AGE SUIT

Der Einsatz eines Alterssimulationsanzugs stellt eine etablierte Methode der anwendungsorientierten Forschung dar, um altersbedingte Einschränkungen unter kontrollierten Bedingungen erfahrbar zu machen und daraus Erkenntnisse für die Gestaltung altersgerechter Umgebungen, Produkte und Dienstleistungen abzuleiten. Der Kurs enthält eine kurze Einführung in die Theorie, das richtige Anlegen des Anzugs und anschließend einige praktische Anwendungsübungen.


Mi., 04.11., 16:30 – 18:00 Uhr
Mi., 27.01., 16:30 – 18:00 Uhr

 Rudolfstraße 19
Raum 147

 2 Vorlesungs-/
Übungsstunden

 Prof. Dr. Anja Brittner-Widmann
Max. 20 Teilnehmer*innen

EMOTION RECOGNITION

Die Schulung vermittelt Einblicke in die KI-gestützte apparative Emotionserkennung. Anhand des Noldus FaceReader Advanced werden Funktionsweise und Anwendungsfelder demonstriert. Zudem werden die Möglichkeiten und Grenzen solcher Systeme kritisch beleuchtet und gemeinsam diskutiert.


Mi., 25.11., 17:00 – 21:00 Uhr
Do., 18.02., 17:00 – 21:00 Uhr

 Rudolfstraße 11
Raum 2.01

 5 Vorlesungs-/
Übungsstunden

 Prof. Dr. Steffen Ronft
Max. 15 Teilnehmer*innen

EYETRACKING

Die Schulung bietet einen Einführungskurs in die Blickregistrierungstechnologie und befähigt die Teilnehmenden, eigenständig Blickregistrierungsstudien durchzuführen.

Vorge stellt und praktisch erprobt werden gängige Eyetrackingsysteme sowie Auswertermöglichkeiten anhand praxisnaher Übungen (z. B. Usability-Studien, Werbemitteltests, Shopperverhalten). Der Kurs ist verpflichtend für alle, die im Rahmen von Lehrprojekten oder Bachelorarbeiten Eyetracker ausleihen möchten (Eyetracking-Zertifikat).


Do., 15.10., 17:00 – 21:00 Uhr
Do., 19.01., 17:00 – 21:00 Uhr

 Rudolfstraße 11
Raum 2.10

 5 Vorlesungs-/
Übungsstunden

 Prof. Dr. Steffen Ronft
Max. 10 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.

**Kurs 1**
Mo., 12.10., 17:30 – 19:00 Uhr
Di., 13.10., 17:30 – 19:00 Uhr

 Oberamteigasse 4
MediaLab

 4 Vorlesungs-/
Übungsstunden

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

Kurs 2
Di., 16.02., 17:00 – 18:30 Uhr
Mo., 22.02., 17:00 – 18:30 Uhr

QUANTITATIVE DATEN AUSWERTEN MIT SPSS

Der Kurs bietet eine fundierte Grundlage für das eigenständige Durchführen ausgewählter Datenanalysen für Projekt- und Bachelorarbeiten sowie im Marktforschungskontext.

Inhalte: Übersicht über Möglichkeiten und Bedienung von SPSS, Anlegen eines Fragebogens, Import von Daten z.B. aus Onlinebefragungen, beschreibende Analysen (z.B. Häufigkeiten und Mittelwerte), Vergleich von Mittelwerten und Häufigkeiten zwischen verschiedenen Gruppen, Testverfahren (z.B. zur Identifikation signifikanter Zusammenhänge).

Für Studierende **ab dem 2. Studienjahr**, die sich gezielt auf ihre Bachelorarbeit vorbereiten möchten und/oder quantitative Marktforschungsdaten in der Unternehmenspraxis analysieren müssen.



Hinweis: Zur Teilnahme benötigen Sie eine eigene SPSS Lizenz. Bitte beantragen Sie diese rechtzeitig über die Website des ZEK.

**Kurs 1**
Fr., 23.10., 16:30 – 20:15 Uhr
Sa., 24.10., 08:00 – 16:15 Uhr

 Zoom
(Link in Moodle-Kurs)

 16 Vorlesungs-/
Übungsstunden

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

Kurs 2
Fr., 05.02., 16:30 – 20:15 Uhr
Sa., 06.02., 08:00 – 16:15 Uhr