

Forschungsintegrierte Lehre

- Stand und Entwicklungspotenzial der Digitalisierung im Landkreis Ravensburg
- Entwicklung einer Digitalstrategie für die Kunsthalle Tübingen
- Trends in der deutschen Automobilindustrie: E-Mobilität, Car-sharing und Autonomes Fahren
- Arbeitsplatzperspektive und Arbeitskräftepotenzial syrischer Flüchtlinge und Einwanderer in Hotellerie und Gastronomie
- Konzeption von Learningsnacks und Tutorials für das wissenschaftliche Arbeiten

Bachelor- und Masterarbeiten

- Emotionale Markenbindung durch Influencer Marketing am Beispiel einer Fluggesellschaft
- Wirkung von Produktplatzierungen in einer Fernsehshow
- Visuelle Wahrnehmung und Optimierung von Messeständen
- Usability Evaluation von touristischen Webseiten mittels Eyetracking
- Usability-Studie im Rahmen der Entwicklung einer Fiori-App für eine SAP-Anwendung
- Neuromarketing – Gestaltung effektiver Werbung mithilfe eines Reaktionszeitverfahrens

Tagungen

2019

Künstliche Intelligenz (Save the Date: 16. Mai 2019)

2018

Marken- und Erlebnisswelten – gestern, heute, morgen

2017

Klartext, Glaubwürdigkeit, Vertrauen:
Erfolgreich kommunizieren in Wirtschaft und Politik

2016

Perspektiven des demografischen Wandels

2015

Die Vermessung des Menschen: Welchen Beitrag kann innovative Marktforschung zur erfolgreichen Markenführung leisten?

Anfahrt & Kontakt

Anfahrt

Das Zentrum für empirische Kommunikationsforschung befindet sich in der Oberamteigasse 4 in 88214 Ravensburg.



Ansprechpartner

Wissenschaftliche Leitung

Prof. Dr. Simon Ottler

Telefon +49.751.18999.2131

E-Mail ottler@dhbw-ravensburg.de

Akademischer Mitarbeiter

René Resch, M.Sc.

Telefon +49.751.18999.2128

E-Mail resch@dhbw-ravensburg.de

Web & Mail

Informationen zum ZEK unter: ravensburg.dhbw.de/zek

E-Mail zek@dhbw-ravensburg.de

ZEK

ZENTRUM FÜR EMPIRISCHE KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG

Was die Wirtschaft will
Was die Wissenschaft sagt
Was der Mensch macht



MENSCHEN - MARKEN - MEDIEN

Forschungsfelder

ZEK

Das Zentrum für empirische Kommunikationsforschung ist Bestandteil der Fakultät Wirtschaft und dient der professionellen Unterstützung empirischer Projekte in Lehre und Forschung. Im Fokus anwendungs- und transferorientierter Forschung stehen Menschen, Marken und Medien.

Schwerpunkte

Die Schwerpunkte der Forschungsaktivitäten des ZEK liegen in den folgenden Bereichen:

- Zielgruppenforschung
- Marken- und Imageanalysen
- Käuferverhalten (B2C und B2B)
- Kundenzufriedenheitsstudien
- Produkt- und Verpackungstests
- Usability-Tests (Websites, mobile Endgeräte, Software)
- Medien- und Werbewirkungsforschung
- Qualitative Sozialforschung
- Virtual und Augmented Reality

Expertenteam

Bei der Durchführung von Forschungsprojekten profitieren alle Beteiligten vom Know-how des Expertenteams:

- Prof. Dr. Simone Besemer
- Prof. Dr. Stephan Daurer
- Prof. Dr. Melanie Deutmeyer
- Prof. Dr. Thomas Dobbelsstein
- Prof. Mathias Hassenstein
- Prof. Dr. Udo Klaiber
- Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde
- Prof. Dr. Simon Ottler
- René Resch, M.Sc.

Dienstleistungen

Kooperative Forschung

Partnerschaften mit Unternehmen, Verbänden und anderen Hochschulen führen zu vielfältigen Forschungsfragen. Diese lassen sich auf drei Wegen wissenschaftlich fundiert bearbeiten:

- Forschungsintegrierte Lehre
- Bachelor- und Masterarbeiten
- Auftragsforschung in Kooperation mit der IWT Wirtschaft und Technik GmbH

Tagungen und Kongresse sind ein weiterer Baustein für den Wissenstransfer an der Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis.

Schulungs- und Beratungsangebote

Studierende können sich bei speziellen Fragen zum empirischen Arbeiten beraten lassen. Unser Expertenteam bietet regelmäßig Veranstaltungen zu folgenden Themen an:

- Qualitative Sozialforschung
- Interviewtraining
- Qualitative Datenanalyse mit MAXQDA
- Online-Umfragen mit EFS Survey
- Quantitative Datenanalyse mit SPSS
- Einführung in das Eyetracking
- Forschungskolloquium

Eine Übersicht mit den aktuellen Schulungsterminen ist auf der Internetseite des ZEK zu finden.

Forschungsequipment

MediaLab

Das Forschungslabor MediaLab umfasst eine moderne Infrastruktur. Bei der Einrichtung des Teststudios wurde auf flexible Nutzungsmöglichkeiten geachtet:

- Arbeitsplätze für Studierende
- Testleiterplatz für Laborexperimente
- Spion-Spiegelwand mit Beobachterplätzen
- Kamerasysteme zur Beobachtung von Gruppendiskussionen
- Face Reader (Automatisierte Gesichtserkennung zur Emotionsmessung)
- Stationärer Eyetracker zur Blickverlaufsanalyse (Websites, Anzeigen etc.)
- Drehregler-Anlage (Bewertung von Audio- und Werbespots etc.)
- VR-Brille für sensorische Produkttests
- Alterssimulationsanzug

Ausleihe und Lizenzen

Über das MediaLab hinaus stehen ausleihbares Equipment und Lizenzen für das Durchführen und Auswerten von Feldstudien zur Verfügung:

- Eyetracking-Brille
- Digitales Aufnahme- und Transkriptionsgerät
- MAXQDA Plus-Lizenzen
- EFS Survey/Unipark
- Notebooks mit SPSS-Lizenzen
- TextLab (softwaregestützte Analyse der Textverständlichkeit)

Eine Übersicht der aktuellen Ausleihmöglichkeiten sowie ein Formular zur Anfrage sind auf der Internetseite des ZEK zu finden.