

Fernstudienkurs
Marktforschung an
der Universität
Koblenz-Landau

Einstieg
in die

Marktforschung

Wer Kenntnisse im Bereich Marktforschung erlangen, vertiefen oder auffrischen möchte, kann seit dem Jahr 2009 den Fernstudienkurs „Marktforschung – Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen“ an der Universität Koblenz-Landau belegen. Was man zu diesem Kurs alles wissen sollte – Research & Results hat nachgefragt.

Text: Christina Gröbl

Den Fernstudienkurs Marktforschung gibt es an der Uni Koblenz-Landau seit rund zwei Jahren. „Damit ist er noch ein relativ junger Kurs im Fernstudienangebot der Universität“, erläutert der Kursleiter Professor Gianfranco Walsh. Der Kurs möchte sich an alle Mafo-Interessierten wenden, die etwas über die Konzeption und Durchführung von Marktforschungsprojekten lernen möchten, und dauert etwa ein Semester. Die Studenten sollen während des Studiums professionelle Methoden der Marktforschung kennenlernen und so die Kompetenz erlangen, Marktbefragungen unter Berücksichtigung von Kosten eigenständig zu entwickeln und auszuwerten, so die Universität.

Der Kurs habe sich seit dem Start sehr positiv entwickelt, erzählt Walsh: „Von Beginn an war die Teilnehmer-Kapazität fast ausgelastet und das Teilnehmerfeedback hat uns darin bestärkt, mit diesem Kurs eine Marktlücke im Fernstudienangebot zu schließen.“

Wer kann den Fernstudienkurs belegen?

Für den Kurs gibt es keine Zulassungsbeschränkungen. Der Inhalt ist auf Teilnehmer mit Universitäts- oder Fachhochschulabschluss oder einer vergleichbaren Qualifikation ausgerichtet. Bisher konnte die Universität alle Bewerber aufnehmen. „Dennoch kommen wir mit unseren 25 Teilnehmern pro Kurs langsam an Grenzen. Wir überlegen deshalb, das Angebot auf zwei Kurse pro Jahr auszuweiten“, fügt der Kursleiter hinzu.

Die Teilnehmer haben verschiedene berufliche Hintergründe und arbeiten in unterschiedlichen Branchen. Somit bräuchten sie natürlich auch unterschiedliche Voraussetzungen für die Marktforschung mit,

erklärt Walsh. Es fänden sich unter den Teilnehmern zum Beispiel Quereinsteiger in die Marktforschung, denen die theoretischen Grundlagen fehlen, Wiedereinsteiger, die ihr Wissen vertiefen möchten, Marketing-Verantwortliche, die mit Marktforschungsinstituten zusammenarbeiten, aber auch Selbstständige oder Unternehmensgründer.

Studienablauf und Inhalte

Der Kurs gliedert sich in eine rund viermonatige Fernstudienphase und ein abschließendes Präsenz-Seminar. Während der Fernstudienphase bearbeiten die Studenten das Material zu Hause. Hierbei werden sie durch vier Studienbriefe unterstützt und über das Internet – im Rahmen einer E-Learning-Plattform – vom Kursleiter betreut.

Die vier Studienbriefe mit insgesamt 350 Seiten behandeln die folgenden Themen:

- ▶ Einführung in die Marktforschung (Einleitung, Die betriebliche Marktforschung, Ablauf eines Marktforschungsprojektes, Sekundärforschung: Auswahl und Nutzung vorhandenen Datenmaterials, Make-or-buy-Entscheidungen in der Marktforschung)
- ▶ Grundsätze und Methoden der Datenerhebung (Einleitung, Ethik in der Marktforschung, Fragebogengestaltung, Befragung, Beobachtung, Experiment, Weitere Erhebungsformen, Stichprobenauswahl)

- ▶ Verfahren der Datenanalyse (Vorbereitung der Datenanalyse, Gütekriterien, Datenauswertung, Dateninterpretation)
- ▶ Betriebliche Nutzung von Marktforschungsergebnissen (Von Zahlen zu Entscheidungen, Anspruchsgruppen und deren Erwartungen an Marktforschungsergebnisse, Ergebnispräsentation und Reporting, Entwicklungen in der Marktforschung)

Die einzelnen Studienbriefe werden ergänzt durch Einsendeaufgaben mit Fragen zu der jeweiligen Studieneinheit. Dabei handelt es sich teilweise um Multiple-Choice-Aufgaben und teilweise um Freitext-Aufgaben (offene Fragen) und statistische Analysen.

Das Präsenz-Seminar in Koblenz soll dazu dienen, ausgewählte Themen zu vertiefen und zusammen mit den Referenten und anderen Teilnehmern zu diskutieren. Darüber hinaus bietet das Seminar auch Gelegenheit, Fragen im Teilnehmerkreis und mit den Referenten zu besprechen und Erfahrungen auszutauschen.

Abschluss und Chancen auf dem Arbeitsmarkt

Haben die Studenten an der Fernstudienphase sowie am Präsenz-Seminar teilgenommen und die Einsendeaufgaben erfolgreich bearbeitet – das heißt, mindestens die Hälfte der maximal erreichbaren Punktzahl erreicht – wird ihnen ein Universitäts-Zer-



Informationen

Anmeldung

15. Januar – 15. März eines jeden Jahres. Bewerbungsunterlagen auf Anfrage (Anmeldungen sind wieder ab dem 15. Januar 2012 möglich)

Beginn

In der zweiten April-Hälfte eines jeden Jahres (Start der Fernstudienphase)

Dauer

1 Semester (etwa 18 Wochen)

Präsenz-Seminar

In der ersten September-Hälfte eines jeden Jahres (zwei Seminartage in Koblenz zur Vertiefung ausgewählter Themen)

Kosten

890,00 Euro. Enthalten sind die Teilnahme an der Fernstudienphase mit Online-Betreuung, der Internetzugang zu allen Kursunterlagen (Download von PDF-Dokumenten) sowie die Teilnahme am Präsenz-Seminar.

Information und Anmeldung

Universität Koblenz-Landau
Zentrum für Fernstudien und Universitäre Weiterbildung
Bereich Management
Postfach 201 602
56070 Koblenz
Thorsten Korn M.A.
www.uni-koblenz.de/management

tifikat ausgestellt. Die Kursteilnehmer, die keine Einsendeaufgaben bearbeiten, weniger als 50 Prozent der maximalen Punktzahl erzielen oder nicht am Präsenz-Seminar teilnehmen, erhalten eine Teilnahmebescheinigung. Die Bewertung basiert auf der Beurteilung der zu Hause bearbeiteten Aufgaben und erfolgt nach einem differenzierten Punktesystem.

„Aus dem erhaltenen Feedback wissen wir, dass viele Teilnehmer für sich eine verbesserte berufliche Perspektive sehen. Aus unseren anderen Kursen, die schon länger laufen, haben wir auch Rückmeldungen. Viele Teilnehmer sind, nach eigenen Angaben, ihren beruflichen Zielen näher gekommen. Das Fazit ist: Weiterbildung lohnt sich allemal“, bilanziert Walsh.

Wie geht es mit dem Kurs weiter?

In Zukunft möchte man das Thema „betriebliche Marktforschung“ noch stärker auf spezielle Themen wie Online-Marktforschung ausrichten. Dadurch sollen die Teilnehmer lernen, unter Berücksichtigung der

Kosten, auch moderne Formen der Datengewinnung zu nutzen, erklärt der Kursleiter. Aber auch die Erweiterung im Hinblick auf Marketing-Themen insgesamt – CRM und Social Media seien hier nur zwei Beispiele – sei notwendig. „Langfristig ist natürlich das Ziel, aus den Kursen einen vollwertigen Studiengang zu entwickeln. Schließlich ist dies für uns als Universität das „Kerngeschäft“. Aber bis dahin wird leider wohl noch Zeit vergehen“, fasst Gianfranco Walsh abschließend zusammen.



Mehr Fachartikel zum Thema „Schulung/Training“ unter:

www.research-results.de/fachartikel

Kursleitung

Bevor **Gianfranco Walsh** im Jahr 2006 zur Universität Koblenz-Landau kam, war er als Senior Lecturer in Marketing an der University of Strathclyde Business School tätig. Von 2002-2004 lehrte Walsh Marktforschung und internationales Konsumentenverhalten am Lehrstuhl für allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing II an der Universität Hannover. Nach seinem BWL-Studium in Lüneburg studierte er an der Manchester Business School und erwarb dort den Master of Philosophy in Management Science. Nach seiner Promotion im Jahr 2001 übernahm er in Hannover die Leitung einer universitären Forschungsgruppe im Bereich Energie-Marketing und habilitierte sich dort erfolgreich im Jahr 2004. Seine Doktorarbeit gewann zwei wissenschaftliche Auszeichnungen für hervorragende akademische Leistungen.



Anzeige

RONIN
CORPORATION

Global Fieldwork Specialists

Working with you to deliver industry leading global data collection

www.ronin.com/dc