



UNIVERSITÄT  
KOBLENZ · LANDAU



## FERNSTUDIENKURS MARKTFORSCHUNG

---

### METHODISCHE GRUNDLAGEN UND PRAKTISCHE ANWEN- DUNGEN

SOMMERSEMESTER 2012

STUDIENVERLAUFS-INFORMATIONEN

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir freuen uns, dass Sie sich für unseren einsemestrigen Fernstudienkurs „Marktforschung – Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen“ interessieren oder sich bereits zur Teilnahme daran entschlossen haben. Für Ihr Vertrauen bedanken wir uns recht herzlich.

Über die wesentlichen Aspekte zu den Zielen, Inhalten und zur Organisation des Studienangebots konnten Sie sich bereits durch unsere Kurzbroschüre bzw. auf unseren Internetseiten informieren. Um Sie mit weiteren Details zum Studienablauf vertraut zu machen, haben wir die folgenden Seiten für Sie zusammengestellt. Sollten Sie hierzu Fragen haben, können Sie uns gerne jederzeit anrufen oder uns eine E-Mail senden.

### Kursbeginn

Beginn der  
Fernstudienphase

Der Fernstudienkurs startet mit dem Versand der Studienmaterialien (s.u.) und Bekanntgabe der Zugangskennungen für die Online-Lernplattform in der **17. Kalenderwoche**. Voraussichtlicher Versandtermin ist der **26. April 2012**. Ab der 18. Kalenderwoche ist die E-Learning-Plattform im Internet – mit Diskussionsforen – freigeschaltet.

### Gliederung des Fernstudienkurses

Gliederung des  
Kursangebots

Der Kurs gliedert sich in eine etwa sechsmonatige **Fernstudienphase** sowie ein abschließendes **Präsenzseminar**. Während der Fernstudienphase bearbeiten die KursteilnehmerInnen das Studienmaterial zu Hause und setzen sich autodidaktisch mit den zu behandelnden Themen auseinander. In diesem Lernprozess werden Sie durch vier Studienbriefe unterstützt und via Internet im Rahmen einer E-Learning-Plattform durch die Kursleiter betreut. Dort haben Sie die Möglichkeit, Fragen zu stellen und mit Ihren KommilitonInnen und Kursleitern zu diskutieren.

### Studienmaterial

4 Studienbriefe

Das von Prof. Dr. Gianfranco Walsh und seinen MitarbeiterInnen am Instituts für Management der Universität in Koblenz erstellte Studienmaterial besteht aus den folgenden **vier Studienbriefen**, die insgesamt ca. 350 Seiten umfassen:

Skript 1: Einführung in die Marktforschung

Skript 2: Grundsätze und Methoden der Datenerhebung

Skript 3: Verfahren der Datenanalyse

Skript 4: Betriebliche Nutzung von Marktforschungsergebnissen

Detaillierte Angaben zu den Inhalten aller Studieneinheiten finden Sie in Anlage 1.

Die Studienbriefe werden **in gedruckter und gebundener Form** herausgegeben. Zusätzlich dazu haben Sie auch die Möglichkeit, alle Studienmaterialien als **PDF-Dokumente** von der E-Learning-Plattform des Kurses herunterzuladen.

Die Studienbriefe werden ergänzt durch je einen Satz **Einsendeaufgaben** mit Fragen zu den Themen der jeweiligen Studieneinheit. Es handelt sich dabei teils um multiple-choice-Aufgaben und teils um Freitext-Aufgaben und statistische Analysen. Näheres zu den Einsendeaufgaben erfahren Sie weiter unten.

Einsendeaufgaben

### Versand der Studienmaterialien

Das gesamte Studienmaterial wird voraussichtlich am **26. April 2012** per **Post-Versand** verschickt und sollte nach spätestens einer Woche bei Ihnen eingetroffen sein. Dem Paket beiliegend finden Sie einen **Packplan**. Diesen sollten Sie zu allererst genau durchlesen und an Hand dessen den Inhalt des Paketes auf Vollständigkeit überprüfen. Wenn Sie feststellen, dass etwas fehlt, melden Sie sich bitte umgehend! Für Nachteile, die Ihnen möglicherweise entstehen, weil Sie das Fehlen von Unterlagen nicht sofort nach Erhalt der Versandeinheit mitgeteilt haben, kann die Universität keine Haftung übernehmen.

Bitte vormerken:  
Versand 26.04.12

Dies gilt insbesondere bei Verlust ganzer Versandeinheiten. Wie die jahrelange Erfahrung im Fernstudium zeigt, kann es vorkommen, dass Studienunterlagen auf dem Postweg einmal verloren gehen. Das ist allerdings nicht problematisch, wenn Sie sich rechtzeitig bei uns melden. Sollten Ihre Studienmaterialien eine Woche nach dem o.g. Termin noch nicht bei Ihnen eingetroffen sein, rufen Sie bitte zunächst Ihre zuständige Poststelle an. Es könnte sein, dass Ihr Postbote Sie nicht angetroffen hat und vergaß, Ihnen eine Mitteilungskarte zu hinterlassen (Pakete werden nur persönlich ausgeliefert. Trifft die Post niemanden an, wird das Paket max. 7 Tage in der Poststelle gelagert. I.d.R. werden Sie darüber durch eine Mitteilungskarte informiert und müssen Ihren Versand selbst abholen). Liegt auch bei der Poststelle nichts vor, so rufen Sie uns bitte umgehend an. Wir sorgen in diesem Fall sofort für Ersatz.

Wenn etwas  
schief geht ...

### Einsendeaufgaben

Wie bereits oben erwähnt, erhalten Sie zu jedem Studienbrief einen Satz **Einsendeaufgaben**, bestehend aus multiple-choice-Aufgaben sowie Freitext-Aufgaben und statistischen Analysen. Die Analysen können mit Hilfe gängiger Software, die für die statistische Auswertung von Daten eingesetzt wird (z.B. Excel, Open Office), bearbeitet werden. Die software-technischen Voraussetzungen sind von den TeilnehmerInnen selbst zu gewährleisten.

Die Aufgaben sind neben den Studienbriefen und der E-Learning-Plattform ein wichtiges Steuerungsinstrument im Rahmen des Lernprozesses, indem sie die Studienmotivation fördern, zur Reflexion des Gelesenen sowie zur Informationsrecherche anregen und Impulse für die Diskussion in den Online-Foren geben.

Die Bearbeitung der Einsendeaufgaben und **Rücksendung** Ihrer Ausarbeitungen ist **freiwillig**, jedoch Voraussetzung für die Vergabe des Abschluss-Zertifikats. Aus organisatorischen Gründen sind die **Bearbeitungsfristen** zeitlich gestaffelt:

Bitte beachten Sie  
die Termine !

Skripte 1 und 2: Einsendeschluss **Mo., 06. August 2012**

Skripte 3 und 4: Einsendeschluss **Mo., 22. Oktober 2012**

Die Bearbeitungsfristen sind auf dem **Einsendebogen** (= letzte Seite eines jeden Aufgabensatzes) angegeben. Bitte senden Sie Ihre Lösungen und Ausarbeitungen bis zu diesem Stichtag (es gilt das Datum des Poststempels) an das ZFUW zurück. Fristverlängerungen können i.d.R. nicht gewährt werden, da die übrigen TeilnehmerInnen eine zügige Bearbeitung und Mitteilung ihrer Ergebnisse erwarten.

Punktesystem und  
Leistungsbewertung

Ihre Ausarbeitungen der Einsendeaufgaben sind die Grundlage für eine Leistungsbewertung. Jeder der vier Aufgabensätze wird mit einer bestimmten Punktzahl bewertet. Aus dem Verhältnis von individuell erreichter Punktzahl zur maximalen Gesamtpunktzahl bestimmt sich die **Leistungsstufe**, die im Abschluss-Zertifikat dokumentiert wird. Einzelheiten hierzu lesen Sie bitte im Abschnitt „Abschluss“. Bitte beachten Sie auch die **Bearbeitungshinweise** und Hinweise zum Punktesystem, die auf der Innenseite des Deckblattes eines jeden Aufgabensatzes und auf der E-Learning-Plattform zu finden sind.

Fertigen Sie  
Kopien an!

In Ihrem eigenen Interesse sei empfohlen, sich von Ihren Ausarbeitungen, die Sie an die Universität zurücksenden, Kopien anzufertigen. Nur so haben Sie die Möglichkeit, Ihre Lösungen mit den **Musterlösungen**, die nach Ablauf der Bearbeitungsfristen online zur Verfügung gestellt bzw. beim Abschluss-Seminar ausgegeben werden, zu vergleichen. Außerdem beugen Sie dadurch möglichen Problemen vor, die sich aus einem evtl. Verlust Ihrer Unterlagen auf dem Postweg ergeben könnten.

### **E-Learning-Plattform**

Blackboard/WebCT

Um den TeilnehmerInnen die größtmögliche Flexibilität hinsichtlich Ort und Zeit Ihres Fernstudiums einzuräumen und gleichzeitig eine optimale Betreuung zu garantieren, setzen alle rheinland-pfälzischen Hochschulen sowohl im Bereich des grundständigen Präsenzstudiums wie auch des weiterbildenden Fernstudiums als E-Learning-Instrument die Online-Lernplattform **Blackboard/WebCT 6** ein, die durch den **Virtuellen Campus Rheinland-Pfalz** (VCRP; <http://www.vcrp.de/index.php>) bereitgestellt wird.

Digitale Texte

Wie bereits oben beschrieben wurde, haben Sie als KursteilnehmerIn dort die Möglichkeit, alle verwendeten Studienmaterialien (Studienbriefe und weitere Texte, Einsendeaufgaben und Musterlösungen) auch in Form von **PDF-Dokumenten** abzurufen.

Diskussionsforen

WebCT/Blackboard bietet darüber hinaus die Möglichkeit, diverse Kommunikations-tools für den Informationsaustausch und die Diskussion miteinander und mit den Dozierenden zu nutzen. Ein wesentliches Element der Online-Betreuung werden die **Diskussionsforen** sein, womit Ihnen die Möglichkeit geboten wird, bereits während der Fernstudienphase miteinander und mit den Kursleitern zu diskutieren, Verständnisprobleme zu klären und Erfahrungen auszutauschen.

Informationen über den Zugang zur E-Learning-Plattform am Virtuellen Campus Rheinland-Pfalz und die erforderliche Konfiguration Ihres Rechners erhalten Sie gleichfalls bei Kursbeginn. Die technischen Voraussetzungen für den Zugang zur Plattform sind von den TeilnehmerInnen selbst zu gewährleisten. Die Teilnahme ist freiwillig, über eine rege Nutzung und Ihre Beiträge in diesen Foren würden wir uns jedoch sehr freuen!

### Präsenz-Seminar

Die Teilnahme am abschließenden Seminar ist **freiwillig**, jedoch ebenfalls **Voraussetzung für die Vergabe des Zertifikats**. Das Seminar dient dem Ziel, ausgewählte Themen der in der Fernstudienphase zu Hause bearbeiteten Studienmaterialien nochmals vertiefend darzustellen und zusammen mit den Referenten zu diskutieren. Insbesondere werden Verfahren der Datenanalyse in praktischen Übungen am Rechner vertieft und Richtlinien zur Steuerung und Kontrolle von Marktforschungsinstituten erarbeitet. Darüber hinaus bietet diese Veranstaltung Gelegenheit, Verständnisprobleme und offene Fragen im Teilnehmerkreis und mit den Referenten zu besprechen.

Teilnahme ist Voraussetzung für das Zertifikat !

Das Seminar wird am **10. und 11. November 2012** an der **Universität in Koblenz** stattfinden. Das in Anlage 2 abgedruckte Seminarprogramm ist als Orientierung über Zeiten und Themen zu betrachten; Änderungen bleiben vorbehalten.

Termin und Programm

### Abschluss

Nach erfolgreichem Abschluss des Fernstudienkurses erhalten die TeilnehmerInnen ein **Zertifikat** der Universität Koblenz-Landau. Wie oben geschildert, müssen hierfür drei Voraussetzungen erfüllt werden:

Zertifikat

1. die Beteiligung an der Fernstudienphase,
2. die erfolgreiche Bearbeitung des Studienmaterials und die fristgerechte Rücksendung Ihrer Ausarbeitungen zu den Einsendeaufgaben **sowie**
3. die Teilnahme am Abschluss-Seminar.

Voraussetzungen

Das Zertifikat dokumentiert die von den TeilnehmerInnen erbrachten Leistungen in Form von Leistungsstufen („mit Erfolg teilgenommen“, „mit gutem Erfolg teilgenommen“ usw.). Diese Einstufung erfolgt auf der Grundlage der erreichten Gesamtpunktzahl (umgerechnet in Prozent) für die Bearbeitung der Einsendeaufgaben und wird nach folgendem Schema vorgenommen:

Leistungsstufen

Erreichte Punktzahl (in Prozent)	Leistungsstufe
< 50 %	„teilgenommen“ (Teilnahmebescheinigung)
50,0 – 69,9 %	„mit Erfolg teilgenommen“
70,0 – 84,9 %	„mit gutem Erfolg teilgenommen“
85,0 – 100,0 %	„mit sehr gutem Erfolg teilgenommen“

Bei einer Leistungsbewertung die mindestens „mit Erfolg teilgenommen“ lautet, werden für die Kursteilnahme **4 ECTS-Leistungspunkte** entsprechend dem European Credit Transfer and Accumulation System vergeben.

4 ECTS-Punkte

TeilnehmerInnen, die nicht alle Kursteile belegen möchten oder können, erhalten eine **Teilnahmebescheinigung**. Mindestvoraussetzung hierfür ist jedoch die Beteiligung an der Fernstudienphase und entweder die erfolgreiche Bearbeitung der Einsendeaufgaben (mindestens 50 % der Gesamtpunktzahl erreicht) oder die Teilnahme am Seminar.

Teilnahmebescheinigung

Zustellung der  
Zertifikate

Die Korrektur der Einsendeaufgaben wie auch die Ausstellung der Zertifikate bzw. Bescheinigungen benötigen Zeit. Daher können diese Dokumente nicht bereits am letzten Tag des Abschluss-Seminars ausgegeben werden, sondern werden wenige Wochen nach Abschluss des Kurses auf dem Postweg zugestellt.

### **Beratung und Betreuung**

Institut für  
Management

In allen fachlichen Fragen des Fernstudienkurses sind die Kursleiter aus dem **Institut für Management** Ihre Ansprechpartner. Während der Fernstudienphase ist eine Kontaktaufnahme über die Diskussionsforen der E-Learning-Plattform möglich.

ZFUW Koblenz

In Fragen der Organisation, Verwaltung und des technischen Supports werden Sie von den Mitarbeitern des **Zentrums für Fernstudien und Universitäre Weiterbildung** betreut:

**Norbert Juraske/Thorsten Korn:** Tel.: +49-261/287-1522

**Martina Gärtner:** Tel.: +49-261/287-1526

Fax: +49-261/287-1521

E-Mail: [management@uni-koblenz.de](mailto:management@uni-koblenz.de)

WWW: <http://www.uni-koblenz-landau.de/zfuw/Angebote/management/marktforschung>

Bitte wenden Sie sich bei Fragen und Problemen vertrauensvoll an die zuständigen Mitarbeiter, die Ihnen an jedem Werktag zu unseren üblichen Geschäftszeiten telefonisch oder – nach Terminabsprache – auch in einem persönlichen Gespräch zur Verfügung stehen. Unsere (Kern-)Geschäftszeiten sind:

Mo. bis Do.:	9.00 - 16.00 Uhr
Fr.:	9.00 - 14.00 Uhr

Für die Teilnahme am Fernstudienkurs „Marktforschung – Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen“ wünschen wir Ihnen viel Freude und viel Erfolg und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

Ihre ZFUW-Leitung

Stand der Information: 01.02.2012

**Notizen:**

**Inhaltsverzeichnisse der vier Studieneinheiten:****Skript 1: Einführung in die Marktforschung**

1. Einleitung
  - 1.1 Problemstellung
  - 1.2 Markt- und Marketingforschung
  - 1.3 Der Markt für Marktforschung
2. Die betriebliche Marktforschung
  - 2.1 Der betriebliche Informationsbedarf
  - 2.2 Nutzer der Marktforschung
  - 2.3 Organisatorische Einbindung der betrieblichen Marktforschung
3. Ablauf eines Marktforschungsprojektes
  - 3.1 Generelle Aspekte und Hinweise zum Ablauf
  - 3.2 Problemformulierung und Bestimmung der Forschungsziele
  - 3.3 Planung des Forschungsdesigns:
  - 3.4 Datenerhebung
  - 3.5 Datenaufbereitung und Datenanalyse
  - 3.6 Präsentation der Ergebnisse
  - 3.7 Umsetzung
4. Sekundärforschung: Auswahl und Nutzung vorhandenen Datenmaterials
  - 4.1 Charakterisierung der Sekundärforschung
  - 4.2 Datenquellen der Sekundärforschung
  - 4.3 Vorteile der Sekundärforschung
  - 4.4 Nachteile der Sekundärforschung
  - 4.5 Beurteilung von Sekundärdaten
5. Make-or-buy-Entscheidungen in der Marktforschung
  - 5.1 Marktforschung unter ökonomischen Gesichtspunkten
  - 5.2 Fremdforschung
  - 5.3 Selbstforschung

**Skript 2: Grundsätze und Methoden der Datenerhebung**

1. Einleitung
2. Ethik in der Marktforschung
  - 2.1 Verantwortung gegenüber Teilnehmern/Probanden
  - 2.2 Verantwortung gegenüber Kunden
  - 2.3 Verantwortung hinsichtlich der Berichterstattung gegenüber Kunden und Öffentlichkeit
  - 2.4 Verantwortung gegenüber externen Contractern und Interviewten
3. Fragebogengestaltung
  - 3.1 Fragen- und Antwortformulierung
  - 3.2 Direkte und indirekte Fragen
  - 3.3 Offene und geschlossene Fragen
  - 3.4 Skalentypen
  - 3.5 Fragebogaufbau
  - 3.6 Filterfragen

4. Befragung
  - 4.1 Schriftlich
  - 4.2 Persönlich
  - 4.3 Telefonisch
  - 4.4 Internet basiert
  - 4.5 Vor- und Nachteile der Befragungsform
5. Beobachtung
  - 5.1 Offene und verdeckte Beobachtungsverfahren
  - 5.2 Teilnehmende und nicht teilnehmende Beobachtung
  - 5.3 Vor- und Nachteile der Beobachtung
6. Experiment
  - 6.1 Grundlagen
  - 6.2 Labor- und Feldexperimente
7. Weitere Erhebungsformen
  - 7.1 Panel
  - 7.2 Qualitative Ansätze
8. Stichprobenauswahl
  - 8.1 Grundgesamtheit
  - 8.2 Bestimmung der Stichprobe
  - 8.3 Festlegung des Auswahlverfahrens

### **Skript 3: Verfahren der Datenanalyse**

1. Vorbereitung der Datenanalyse
  - 1.1 Nutzung einer geeigneten Software
  - 1.2 Erstellung einer Datendatei und Dateneingabe
  - 1.3 Identifizierung „schlechter“ Daten
  - 1.4 Datenexploration
2. Gütekriterien
  - 2.1 Objektivität
  - 2.2 Reliabilität
  - 2.3 Validität
3. Datenauswertung
  - 3.1 Deskriptive Auswertung
  - 3.2 Bivariate Analysemethoden
  - 3.3 Multivariate Analysemethoden
  - 3.4 Qualitative Auswertungen
  - 3.5 Weitere Auswertungsmethoden
4. Dateninterpretation
  - 4.1 Weitere Forschungsfragen
  - 4.2 Implikationen für die Unternehmenspraxis

**Skript 4: Betriebliche Nutzung von Marktforschungsergebnissen**

1. Von Zahlen zu Entscheidungen – Umsetzung von Marktforschungsergebnissen im Unternehmen
  - 1.1 Marketing-Controlling
  - 1.2 Informationen aus Marktforschungsstudien und deren Verwendung in den Funktionsbereichen
2. Anspruchsgruppen und deren Erwartungen an Marktforschungsergebnisse
  - 2.1 Hindernisse bei der Akzeptanz von Marktforschungsergebnissen
  - 2.2 Das Anspruchsgruppenkonzept
  - 2.3 Interne Anspruchsgruppen
  - 2.4 Externe Anspruchsgruppen
3. Ergebnispräsentation und Reporting
  - 3.1 Das Publikum verstehen
  - 3.2 Aufbau und Komponenten des Forschungsberichts
  - 3.3 Die mündliche Präsentation
  - 3.4 Gängige Fehler bei der Ergebnispräsentation
4. Entwicklungen in der Marktforschung
  - 4.1 Trends
  - 4.2 Neue Methoden
  - 4.3 Berufsbilder und Berufschancen in der Marktforschung

**Vorläufiges Programm des Seminars am  
10. + 11. November 2012**

**Samstag, 10. November 2012**

- 09:00 Uhr: Anmeldung und Kaffee  
09:30 Uhr: Begrüßung, organisatorische Hinweise und Kurzvorstellung der Teilnehmer/innen  
09:45 Uhr: Marktforschung im Überblick  
10:45 Uhr: Kaffeepause  
11:00 Uhr: Einführung in SPSS (deskriptiv)  
12:45 Uhr: Gemeinsames Mittagessen  
13:45 Uhr: Eigenständige Analysen in SPSS (unter Anleitung)  
15:15 Uhr: Kaffeepause  
15:30 Uhr: Faktorenanalyse in SPSS  
17:00 Uhr: Clusteranalyse in SPSS  
ca. 18.30 Uhr: Ende des ersten Seminartages

**Sonntag, 11. November 2012**

- 09:00 Uhr: Regressionsanalyse in SPSS  
10:00 Uhr: Kaffeepause  
10:15 Uhr: Gruppenvergleiche in SPSS  
11:45 Uhr: Gruppenarbeit zur Konzeption von Marktforschungsstudien  
12:30 Uhr: Gemeinsames Mittagessen  
13:30 Uhr: Präsentationen der Gruppenarbeiten und Diskussion  
14:30 Uhr: Zusammenfassung und Abschlussbesprechung  
ca. 15:00 Uhr: Kaffee und Verabschiedung

Stand: 01.02.2012; Änderungen vorbehalten

**Fernstudienkurs „Marktforschung – Methodische Grundlagen  
und praktische Anwendungen“**

Zentrum für Fernstudien und Universitäre Weiterbildung – ZFUW  
Universität Koblenz-Landau  
Universitätsstr. 1  
56070 Koblenz