

Modul: Quantitative Methods in Business Marketing

Niveau	Bachelor	Stundenplankürzel	QMBM
Modulname englisch	Quantitative Methods in Business Marketing		
Modulverantwortliche	Hardkop, Barbara Dipl.-Vw.		
Fachbereich	Maschinenbau und Wirtschaft		
Studiengang	Wirtschaftsingenieurwesen, Bachelor		
Verpflichtungsgrad	Pflicht	ECTS-Leistungspunkte	5
Fachsemester	5	Semesterwochenstunden	4
Dauer in Semestern	1	Arbeitsaufwand in Stunden	150
Angebotshäufigkeit	SoSe	Präsenzstunden	60
Lehrsprache	Englisch	Selbststudiumsstunden	90

Der folgende Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es **genau eine** modulabschließende Prüfung gibt.

Prüfungsleistung	Portfolio-Prüfung	Prüfungsprache	Englisch
Dauer PL in Minuten		Bewertungssystem PL	Drittelnoten

Lernergebnisse	<p>Professional Competence: The students are able to draw relevant information from markets and branches.</p> <p>Methodical Competence: They can analyze and describe markets and branches in a static and dynamic way by using quantitative methods involving one, two or more than two variables.</p> <p>Social Competence: The students are empowered to explain economic decisions to dialogue partners in a plausible and sufficiently convincing way.</p> <p>Personal Competence: Equipped with professional and methodical competence the students are capable of presenting suggestions concerning entrepreneurial actions and of defending them.</p>
Teilnahmevoraussetzungen	

Der vorige Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es **genau eine** modulabschließende Prüfung gibt.

Berücksichtigung von Gender- und Diversity-Aspekten	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verwendung geschlechtergerechter Sprache (THL-Standard) ✓ Zielgruppengerechte Anpassung der didaktischen Methoden ✓ Sichtbarmachen von Vielfalt im Fach (Forscherinnen, Kulturen etc.)
Verwendbarkeit	

Bemerkungen	
--------------------	--

Lehrveranstaltung: Quantitive Methods in Business Marketing

(zu Modul: Quantitative Methods in Business Marketing)

Lehrveranstaltungsart	Vorlesung	Lernform	Präsenz
LV-Name englisch	Quantitative Methods in Business Marketing		
Anwesenheitspflicht	nein	ECTS-Leistungspunkte	5
Teilnahmebeschränkung		Semesterwochenstunden	4
Gruppengröße		Arbeitsaufwand in Stunden	150
Lehrsprache	Englisch	Präsenzstunden	60
Studienleistung	Test	Selbststudiumsstunden	90
Dauer SL in Minuten	120	Bewertungssystem SL	

Der folgende Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es eine lehrveranstaltungsspezifische Prüfung gibt.

Prüfungsleistung		Prüfsprache	
Dauer PL in Minuten		Bewertungssystem PL	
Lernergebnisse			
Teilnahmevoraussetzungen			

Der vorige Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es eine lehrveranstaltungsspezifische Prüfung gibt.

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Designing a questionnaire • Quantitative and qualitative data analysis (descriptive statistics) • Quantitative and qualitative data analysis (deductive statistics) • Uni-, bi- and multivariate analytical methods (factoranalysis, clusteranalysis, analysis of variances etc.)
Literatur	<p>Raab-Steiner, Benesch, Der Fragebogen – von der Forschungs idee zur SPSS-Auswertung, UTB, aktuelle Auflage;</p> <p>Backhaus, Multivariate Analysemethoden, SpringerGabler, aktuelle Auflage.</p> <p>Eckstein, Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Eine realdatenbasierte Einführung mit SPSS, SpringerGabler, aktuelle Auflage.</p>
Bemerkungen	