

# Humboldt-Universität zu Berlin

## Institut für Marketing

Prof. Dr. Daniel Guhl

Marktforschung und Marketingentscheidungen  
(70687)

Syllabus SoSe 2020

---

### Zeiten:

Siehe Abschnitt “Inhalte und Ablauf” weiter unten.

### Kursbeschreibung:

Diese Veranstaltung richtet sich an Bachelorstudierende und findet jedes Sommersemester statt. Es werden *Grundlagen der Marktforschung* (z.B. Marktforschungsprozess, Datentypen, Datenerhebung und Datenanalyse) zur *Ableitung von Marketingentscheidungen* behandelt. Die in der Vorlesung vorgestellten *multivariaten Analysemethoden* (Regressionsanalyse, Varianzanalyse, Logistische Regression, Explorative Faktorenanalyse und Clusteranalyse) werden vertieft und mit Hilfe der Statistik-Software R angewendet. Weitere Hinweise zur Übung erhalten Sie in der Vorlesung.

### Teilnahmevoraussetzungen:

Dieser Kurs ist Teil des BWL und VWL Bachelorstudiums (BA BWL und VWL: 6 SP, Modul: “Marketing”). Eine Registrierung zur Vorlesung ist nicht erforderlich. Bitte beachten Sie die Angaben des Prüfungsamtes zur Zulassung zur schriftlichen Prüfung.

**Achtung:** Studierende, die die Prüfung 70688 “Grundlagen der Marktforschung” bereits bestanden haben, können die Prüfung 70687 “Marktforschung und Marketingentscheidungen” nicht erbringen.

### Web Page:

Das Kursmaterial, ergänzendes Material sowie zusätzliche Informationen werden über das *Moodle-System* (<https://moodle.hu-berlin.de/course/view.php?id=94358>) der Humboldt-Universität zu Berlin verfügbar gemacht.

### Literatur:

Dieser Vorlesung liegt kein explizites Lehrbuch zu Grunde. Die folgenden Lehrbücher geben aber einen guten Überblick zu wesentlichen Teilen der Vorlesung. Es ist *nicht* erforderlich, eines dieser Lehrbücher zu kaufen.

1. Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R. (2018): Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, Springer, 15. Auflage.
2. Homburg, C. (2017): Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Springer Gabler, 6. Auflage.
3. Kuß, A., Wildner, R., Kreis, H. (2018): Marktforschung: Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse, Springer Gabler, 6. Auflage.
4. Sarsted, M., Mooi, E. (2019): A Concise Guide to Market Research: The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics, Springer, 3. Auflage.
5. Wollschläger, D. (2016): R kompakt: Der schnelle Einstieg in die Datenanalyse, Springer, 2. Auflage.

## Erlangung eines Leistungsnachweises:

Ihre Leistungen im Fachgebiet Marktforschung und Marketingentscheidungen werden über eine 90-minütige Klausur abgeprüft. Diese Klausur umfasst sowohl Richtig/Falsch-Fragen, als auch Rechenaufgaben und Textaufgaben. Die Termine der schriftlichen Prüfung werden durch das Prüfungsamt bekannt gegeben.

## Software:

In der Übung zur Vorlesung wird R (<https://www.r-project.org>), eine freie Programmiersprache für statistisches Rechnen und statistische Grafiken, eingesetzt.

## Inhalte und Ablauf

**Vorlesung (Daniel Guhl):** Wir stellen die Inhalte als Slides und Videos spätestens zur unten angegebenen Kalenderwoche (KW) über Moodle bereit.

KW	Inhalt
16	ENTFÄLLT
17	Einführung / Marktforschungsprozess
18	Daten
19	Datenbeschaffung
20	Deskriptive Datenanalyse
21	Hypothesentest
22	Regressionsanalyse (1)
23	Regressionsanalyse (2)
24	Conjoint Analyse
25	Logistische Regression
26	Faktorenanalyse
27	Clusteranalyse
28	Kommunikation der Ergebnisse

**Übung (Alaa El-Gayar):** Wir stellen die Inhalte als Slides und Videos spätestens zur unten angegebenen KW über Moodle bereit.

KW	Inhalt
21	R Intro
22	Deskriptive Datenanalyse/Hypothesentests
23	Regressionsanalyse (1)
24	Regressionsanalyse (2)
25	Conjoint Analyse
26	Logistische Regression
27	Faktorenanalyse
28	Clusteranalyse

**Tutorium (Alaa El-Gayar):** Im Rahmen der Tutorien werden u.a. alte Klausuren und Wiederholungsfragen thematisiert. Zu den unten angegeben Terminen und Zeiten werden in zwei Gruppen Videokonferenzen angeboten.

KW	Termin	Inhalt
26	25. Juni, 14:15 - 15:45 Uhr	Tutorium 1 (Gruppe 1)
26	26. Juni, 14:15 - 15:45 Uhr	Tutorium 1 (Gruppe 2)
27	02. Juli, 14:15 - 15:45 Uhr	Tutorium 2 (Gruppe 1)
27	03. Juli, 14:15 - 15:45 Uhr	Tutorium 2 (Gruppe 2)
28	09. Juli, 14:15 - 15:45 Uhr	Tutorium 3 (Gruppe 1)
28	10. Juli, 14:15 - 15:45 Uhr	Tutorium 3 (Gruppe 2)