



Lehrveranstaltungsbeschreibung

Titel der Lehrveranstaltung	Markt- und Konsument*innenforschung
Eingabeverantwortliche(r)/Lektor*in	Natalie Dimitriadis/ Julia Krall
Lehrveranstaltungsart	ILV
Prüfungscharakter	Immanent
Semester	1
ECTS	2
Studiengang	Consumer Research & Data Driven Marketing
Abteilung	FB Consumer Science
Lehrveranstaltungsziele/Kompetenzen	Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none">• Kennen Anwendungsfelder, Aufgabenbereiche und (internationale) Trends der Markt- und Konsument*innenforschung und haben Einblick in die (österreichische) Marktforschungsbranche.• Sind in der Lage, praxisorientiert Angebote zu erstellen, Briefings zu formulieren und Ergebnisse verständlich darzustellen.• Kennen Datenqualitätskriterien und können überblicksmäßig die Bedeutsamkeit von Datenschutz, Ethik und Qualitätsnormen in der Marktforschung reflektieren.• Verstehen die Rolle der Markt- und Konsument*innenforschung in ihrer Beziehung zu den anderen Inhalten des Studiengangs.
Pflichtliteratur	<ul style="list-style-type: none">• Lehrveranstaltungsunterlagen• ICC/ESOMAR internationaler Kodex• Jahoda, M., Lazarsfeld, P. F., & Zeisel, H. (2009). Die Arbeitslosen von Marienthal: ein soziographischer Versuch über die Wirkungen langandauernder Arbeitslosigkeit ([22. Aufl.], Lizenzausg, Ser. Edition Suhrkamp, 769). Suhrkamp.• Keller, B., Klein, H.-W., Wachenfeld-Schell, A., & Wirth, T. (2020). Marktforschung für die Smart Data World: Chancen, Herausforderungen und Grenzen. Springer Gabler. → TEIL 1
Ergänzende Literatur	Wird ggf in der LV bekanntgegeben
Beurteilung	<ul style="list-style-type: none">• Übung 1 – Einzelleistung: 20%• Übung 2 – Gruppenarbeit: 20%• Schriftliche Prüfung: 60% Die Beurteilung erfolgt nach dem österreichischen Notensystem 1 bis 5
Wiederholungsmöglichkeiten	Allfällige Wiederholungen erfolgen nach Maßgabe der Bestimmungen des § 18 FHG
Finale(r) Freigabeverantwortliche(r)	Dr. Natalie Dimitriadis-Schnür