

Marktforschung
SS 2010
Aufbau und Pflichtlektüre

Datum	Gegenstand	Literatur
12.04.2010	Einführung in die Marktforschung, Formen der Datenerhebung, Fragebogengestaltung und Skalierungsverfahren	Backhaus u.a. 2008, S. 8-20; Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 19-39, S. 66-79; Decker/Wagner 2002, S. 15-46, S. 164-173
19.04.2010	Auswahlverfahren und Stichprobenbildung	Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 43-56, S. 87-183; Decker/Wagner 2002, S. 107-124, S. 151-183
26.04.2010	Datenauswertung I: Lage- und Streuungsparameter	Bankhofer/ Vogel 2008, S. 27-44; Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 187-190
03.05.2010	Datenauswertung II: Gruppenvergleiche und Signifikanztests	Bortz 2005, S.107-123; Zöfel 2003, S. 87-102, S. 126-150
10.05.2010	Datenauswertung III: Kreuztabellierung und Kontingenzanalyse	Backhaus u.a. 2008, Kap. 6; Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 192-193
17.05.2010	Datenauswertung IV: Korrelationsanalyse	Bankhofer/Vogel 2008, S. 51-62; Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 193-194
31.05.2010	Datenauswertung IV: Regressionsanalyse	Backhaus u.a. 2008, Kap. 1; Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 196-199, S. 200-204; Skiera/Albers 2008, S. 467-498
07.06.2010	Datenauswertung V: Varianzanalyse	Backhaus u.a. 2008, Kap. 3; Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 204-206; Herrmann/Landwehr 2008, S. 579-608
14.06.2010	Datenauswertung VI: Clusteranalyse	Backhaus u.a. 2008, Kap. 8; Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 212-214; Jensen 2008, S. 335-372
21.06.2010	Datenauswertung VII: Multidimensionale Skalierung	Backhaus u.a. 2008, Kap. 14; Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 214-216; Wührer 2008, S. 305-334
28.06.2010	Datenauswertung VIII: Diskriminanzanalyse	Backhaus u.a. 2008, Kap. 4; Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 206-207; Frenzen/Krafft 2008, S. 607-650
05.07.2010	Datenauswertung IX: Faktorenanalyse	Backhaus u.a. 2008, Kap. 7; Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 207-212; Hüttner/Schwarting 2008, S. 241-270
12.07.2010	Datenauswertung X: Strukturgleichungsmodelle	Backhaus u.a. 2008, Kap. 11; Homburg/Pflesser/Klarmann 2008, S. 547-578
19.07.2010	Datenauswertung XI: Conjoint Measurement	Backhaus u.a. 2008, Kap. 9; Teichert/Sattler/Völckner 2008, S. 651-686

Literatur

Basisliteratur

- Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R. (2008): Multivariate Analysemethoden, 21. Aufl. (oder ältere Auflagen), Berlin u.a.
- Bankhofer, U.; Vogel, J. (2008): Datenanalyse und Statistik – Eine Einführung für Ökonomen im Bachelor, Wiesbaden.
- Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P. (2009): Marktforschung, 12. Aufl., Wiesbaden.
- Frenzen, H.; Krafft, M. (2008): Logistische Regression und Diskriminanzanalyse, in: Herrmann, A.; Homburg, C.; Klarmann, M. (Hrsg.): Handbuch Marktforschung, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 607-650.
- Herrmann, A.; Landwehr, J. R. (2008): Varianzanalyse, in: Herrmann, A.; Homburg, C.; Klarmann, M. (Hrsg.): Handbuch Marktforschung, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 579-606.
- Homburg, C.; Pflesser, C.; Klarmann, M. (2008): Strukturgleichungsmodelle mit latenten Variablen: Kausalanalyse, in: Herrmann, A.; Homburg, C.; Klarmann, M. (Hrsg.): Handbuch Marktforschung, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 547-578.
- Hüttner, M.; Schwarting, U. (2008): Exploratorische Faktorenanalyse, in: Herrmann, A.; Homburg, C.; Klarmann, M. (Hrsg.): Handbuch Marktforschung, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 241-270.
- Jensen, O. (2008): Clusteranalyse, in: Herrmann, A.; Homburg, C.; Klarmann, M. (Hrsg.): Handbuch Marktforschung, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 335-372.
- Skiera, B.; Albers, S. (2008): Regressionsanalyse, in: Herrmann, A.; Homburg, C.; Klarmann, M. (Hrsg.): Handbuch Marktforschung, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 467-498.
- Teichert, T.; Sattler, H.; Völckner, F. (2008): Traditionelle Verfahren der Conjoint-Analyse, in: Herrmann, A.; Homburg, C.; Klarmann, M. (Hrsg.): Handbuch Marktforschung, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 651-686.
- Wührer, G. A. (2008): Mehrdimensionale Skalierung, in: Herrmann, A.; Homburg, C.; Klarmann, M. (Hrsg.): Handbuch Marktforschung, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 305-334.

Vertiefungsliteratur

- Bortz, J.; Döring, N. (2003): Forschungsmethoden und Evaluation, 3. Aufl., Berlin.
- Bortz, J. (2005): Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler, 6. Aufl., Heidelberg.
- Bühner, M. (2004): Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, München u.a.
- Bühner, M.; Ziegler, M. (2009): Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler, München u.a.
- Decker, R.; Wagner, R. (2002): Marketingforschung, München.
- Eckstein, P. P. (2006): Angewandte Statistik mit SPSS, 5. Aufl., Wiesbaden.
- Green, P. E.; Tull, D. S. (1982): Methoden und Techniken der Marketingforschung, 4. Aufl., Stuttgart.
- Handl, A. (2002): Multivariate Analysemethoden: Theorie und Praxis multivariater Verfahren unter besonderer Berücksichtigung von S-Plus, Berlin u.a.
- Hartung, J.; Elpelt, B. (2007): Multivariate Statistik, 7. Aufl., München/Wien.
- Hellbrück, R. (2009): Angewandte Statistik mit R, Wiesbaden.
- Holm, K. (Hrsg.) (1976): Die Befragung, München.
- Schlittgen, R. (2003): Einführung in die Statistik, 10. Aufl., München/Wien.
- Zöfel, P. (2003): Statistik für Psychologen, München u.a.
- Zucchini, W.; Schlegel, A.; Nenadic, O.; Sperlich, S. (2009): Statistik für Bachelor- und Masterstudenten, Berlin.