

<b>Modultitel</b>	<b>Modulcode</b>
Marktforschung im Agrar- und Ernährungsmarketing	AEF-ök022
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	
Prof. Dr. Ulrich Orth	
<b>Veranstalter</b>	
Institut für Agrarökonomie - Agribusiness und Food Marketing	
<b>Fakultät</b>	
Agrar- und Ernährungswissenschaftliche Fakultät	
<b>Prüfungsamt</b>	
Prüfungsamt Agrar- und Ernährungswissenschaftliche Fakultät	

<b>Leistungspunkte</b>	6
<b>Bewertung</b>	Benotet
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Angebotshäufigkeit</b>	Findet nur im Sommersemester statt
<b>Arbeitsaufwand pro Leistungspunkt</b>	30 Stunden
<b>Arbeitsaufwand insgesamt</b>	180 Stunden
<b>Präsenzstudium</b>	60 Stunden
<b>Selbststudium</b>	120 Stunden
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch

<b>Zugangsvoraussetzung laut Prüfungsordnung</b>			
Bestandene Module der Propädeutika			
<b>Empfohlene Voraussetzung</b>			
Grundkenntnisse des Marketing und der Statistik			
<b>Modulveranstaltung(en)</b>			
<b>Veranstaltungsart</b>	<b>Lehrveranstaltungstitel</b>	<b>Pflicht/Wahl</b>	<b>SWS</b>
Vorlesung	Methoden der Marktforschung	Pflicht	2
Übung	Projektarbeit "Befragungsmethoden" Dateneranalyse mit SPSS	Pflicht	2
<b>Voraussetzungen für die Zulassung zu der/den Prüfung(en) (Vorleistungen)</b>			
1. + 2. Prüfungszeitraum im Sommersemester 1. Prüfungszeitraum im Wintersemester Prüfer: Prof. Dr. Orth QIS: Konto 23601 mit PNR 3543			

<b>Prüfung(en)</b>				
<b>Prüfungstitel</b>	<b>Prüfungsform</b>	<b>Bewertung</b>	<b>Pflicht/Wahl</b>	<b>Gewicht</b>
Klausur: Marktforschung im Agrar- und Ernährungsmarketing	Klausur	Benotet	Pflicht	100

<b>Lehrinhalte</b>
Vorlesung: Datenquellen; Qualitative und quantitative Marktforschungsverfahren; psychometrische Messmethoden; uni- und multivariate Auswertungsverfahren Übung: Vorbereitung und Durchführung einer Datenauswertung; Faktoranalyse, Varianz-, Cluster-, Conjointanalyse, MDS, Regression
<b>Lernziele</b>
Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse über methodische Grundlagen der systematischen Erhebung und Analyse von Daten des Konsumentenverhaltens und der praktischen Umsetzung im Rahmen eines Marktforschungsprojektes
<b>Literatur</b>
Backhaus et.al. „Multivariate Analysemethoden“ 11. Aufl., Berlin 2000 Malhotra „Marketing Research – An Applied Orientation“, 6rd European Edition, Prentice Hall Field, Andy: Discovering Statistics Using SPSS, Sage Publications, 4th Ed 2013

<b>Verwendung</b>	<b>Pflicht/Wahl</b>	<b>Fachsemester</b>
Bachelor, 1-Fach, Agrarwissenschaften, Nutztierwissenschaften, (Version 2013)	Wahl	6.
Bachelor, 1-Fach, Agrarwissenschaften, Umweltwissenschaften, (Version 2008)	Wahl	6.
Bachelor, 1-Fach, Ökotrophologie, Ernährungs- und Gesundheitsökonomie, (Version 2013)	Pflicht	6.
Bachelor, 1-Fach, Ökotrophologie, Ernährungs- und Verbraucherökonomie, (Version 2008)	Pflicht	6.
Master, 1-Fach, Agrarwissenschaften, Agrarökonomie und Agribusiness - Profilierung Agrarökonomie, (Version 2008)	Wahl	6.
Master, 1-Fach, Agrarwissenschaften, Agrarökonomie und Agribusiness - Profilierung Agribusiness, (Version 2008)	Wahl	6.
Master, 1-Fach, Agrarwissenschaften, Nutzpflanzenwissenschaften, (Version 2008)	Wahl	6.
Master, 1-Fach, Agrarwissenschaften, Nutztierwissenschaften, (Version 2008)	Wahl	6.
Master, 1-Fach, Agrarwissenschaften, Umweltwissenschaften, (Version 2008)	Wahl	6.
<b>Weitere Bemerkungen zur Verwendung des Moduls</b>		
Bestandene Module der Propädeutika		