

# Termine

Datum	Inhalt
17.10.	Auftakt und Einführung
24.10.	Marktforschung Teil 1
25.10.	Marktforschung Teil 1/Teil 2
01.11.	Marktforschung Teil 2 – Qualitative Studie
07.11.	<i>Elevator Pitches</i>
08.11.	Marktforschung Teil 3 – Quantitative Studie
14.11.	Marktforschung Teil 4 – Neue Produkte
15.11.	Marktforschung Teil 5 – Kreativitätsworkshop
21.11.	<i>Peer Review-Präsentationen</i>
22.11.	SPSS Teil 1 - Fragebogengestaltung
28.11.	Marktforschung Teil 6 - Herausforderungen
29.11.	SPSS Teil 2 – Einführung und deskriptive Statistik
05.12.	Marktforschung Teil 7 – Aktuelle Entwicklungen
06.12.	SPSS Teil 3 - Vergleichstests

Datum	Inhalt
12.12.	Konsumentenverhalten Teil 1 - Emotionen
13.12.	SPSS Teil 4 – Korrelation und Regression
19.12.	Konsumentenverhalten Teil 2 – Wahrnehmung und Einstellung
09.01.	Konsumentenverhalten Teil 3 – Gastvortrag Maria Schwabe “Research Report - Consumer Behavior at the Point-of-Sale”
10.01.	SPSS Teil 5 – Faktorenanalyse (Prof. Walsh)
16.01.	Konsumentenverhalten Teil 4 – Entscheidung und Entscheidungsverzerrungen
17.01.	SPSS Teil 6 - Konsultation
23.01.	Praxisvortrag Dr. Antje Mark (Bauerfeind AG) „Heute schon wissen, was Kunden morgen brauchen.“
30.01.	<i>Abschlusspräsentationen Block (14 -20 Uhr)</i>
31.01.	Klausurvorbereitung