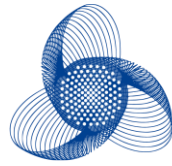




Universität Stuttgart



LEHRSTUHL FÜR
MARKETING



Marketing II: Marktforschung

WINTERSEMESTER 2025/2026

Prof. Dr. Christina Kühnl

Überblick

- Marketing II – Marktforschung als **“LBP”** (= “lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung”) ab Wintersemester 2025/2026
- **Marktforschungsprojekt:** Konzeption und Durchführung eines quantitativen Marktforschungsprojekts in Kleingruppen
- **Semesterbegleitende Vorlesung, Übung und Sprechstunden für die Assignments**
 - Es wird **keine schriftliche Prüfung** in Form einer Klausur geben
- **Benotung:** sechs Assignments während des Semesters einschließlich Abschlusspräsentation
 - **Verbindliche Kursanmeldung bis Montag, 20.10.2025 (18 Uhr)** über die Website unseres Lehrstuhls erforderlich
 - Die **Teilnahme** an allen Terminen ist **verpflichtend**

Grundidee

- **Ziel:** Vertieftes Verständnis- und Anwendungswissen dank Entwicklung und Durchführung eines Marktforschungsprojekts auf Basis einer vorgegebenen Fragestellung
- **Assignments:** Durchführung der zentralen Schritte des Marktforschungsprozesses
 - (1) Forschungsdesign entwickeln
 - (2) Fragebogen konzipieren und Daten erheben
 - (3) Daten auswerten und interpretieren
 - (4) Präsentation der Ergebnisse sowie Evaluation der Projekte anderer Gruppen
- **Support:**
 - Vorlesungen und Übungen
 - Kontinuierliche Betreuung der Projektarbeit in Sprechstunden-Terminen



Zeitplan (1/3)

Tag	Uhrzeit	Raum	Thema	Dozentin
Do, 16.10.2025	14:00 - 15:30 Uhr	M 17.52	Vorlesung: Kick-Off + Kapitel 1 - 2	Prof. Christina Kühnl
Do, 23.10.2025	14:00 - 15:30 Uhr	M 17.52	Vorlesung: Kapitel 3 - 4	Prof. Christina Kühnl
Mi, 29.10.2025	14:00 - 15:30 Uhr	M 17.52	Übung: Kapitel 1 – 4 Input: Assignment #1	Georgia Tsonis
Mi, 29.10.2025	15:45 - 17:15 Uhr	M 17.52	Sprechstunde: Assignment #1	Georgia Tsonis
Do, 30.10.2025	14:00 - 15:30 Uhr	M 17.52	Vorlesung: Kapitel 5 – 7.1	Prof. Christina Kühnl
Mo, 03.11.2025	14:00 - 15:30 Uhr	WebEx	Sprechstunde: Assignment #1	Georgia Tsonis
Di, 04.11.2025 *	12:00 Uhr		Abgabe: Assignment #1	
Do, 06.11.2025	14:00 - 15:30 Uhr	6.058, KII	Sprechstunde: Feedback Assignment #1	Prof. Christina Kühnl
Do, 06.11.2025	15:45 - 17:15 Uhr	6.058, KII	Sprechstunde: Feedback Assignment #1	Prof. Christina Kühnl



Zeitplan (2/3)

Tag	Uhrzeit	Raum	Thema	Dozentin
Do, 13.11.2025	14:00 - 15:30 Uhr	M 17.52	Vorlesung: Kapitel 7.1 – 7.2	Prof. Christina Kühnl
Mi, 19.11.2025	14:00 - 15:30 Uhr	M 17.52	Übung: Kapitel 5 – 7.2 Input: Assignment #2	Georgia Tsonis
Mi, 19.11.2025	15:45 - 17:15 Uhr	M 17.52	Sprechstunde: Assignment #2	Georgia Tsonis
Mo, 24.11.2025	14:00 - 15:30 Uhr	WebEx	Sprechstunde: Assignment #2	Georgia Tsonis
Di, 25.11.2025 *	12:00 Uhr		Abgabe: Assignment #2	
Do, 27.11.2025	14:00 - 15:30 Uhr	M 17.52	Vorlesung: Kapitel 7.2	Prof. Christina Kühnl
Do, 04.12.2025	14:00 - 15:30 Uhr	M 17.52	Vorlesung: Kapitel 7.2	Prof. Christina Kühnl
Mi, 10.12.2025	14:00 - 15:30 Uhr	M 17.52	Übung: Kapitel 7.2 Input: Assignment #3	Georgia Tsonis
Mi, 10.12.2025	15:45 - 17:15 Uhr	M 17.52	Sprechstunde: Assignment #3	Georgia Tsonis
Mo, 15.12.2025	14:00 - 15:30 Uhr	WebEx	Sprechstunde: Assignment #3	Georgia Tsonis
Di, 16.12.2025 *	12:00 Uhr		Abgabe: Assignment #3	



Zeitplan (3/3)

Tag	Uhrzeit	Raum	Thema	Dozentin
Mi, 17.12.2025	14:00 - 15:30 Uhr	M 17.52	Input: Assignment #4 + #5	Georgia Tsonis
Mi, 17.12.2025	15:45 - 17:15 Uhr	M 17.52	Sprechstunde: Assignment #4 + #5	Georgia Tsonis
Mi, 07.01.2026	14:00 - 15:30 Uhr	M 17.52	Sprechstunde: Assignment #4 + #5	Georgia Tsonis
Do, 08.01.2026	14:00 - 15:30 Uhr	6.058 (KII)	Sprechstunde: Feedback Assignment #3	Prof. Christina Kühnl
Do, 08.01.2026	15:45 - 17:15 Uhr	6.058 (KII)	Sprechstunde: Feedback Assignment #3	Prof. Christina Kühnl
Di, 13.01.2026 *	12:00 Uhr		Abgabe: Assignment #4 + #5	
Mi, 14.01.2026	14:00 - 15:30 Uhr	M 17.52	Input und Sprechstunde: Assignment #6	Georgia Tsonis
Mi, 21.01.2026	14:00 - 15:30 Uhr	M 17.52	Sprechstunde: Assignment #6	Georgia Tsonis
Mi, 28.01.2026 *	12:00 Uhr		Abgabe: Assignment #6	
Fr, 30.01.2026	09:45-17:15 Uhr	M 11.82 (KI)	Abschlusspräsentation	





Marketing II
Prof. Dr. Christina Kühnl
Wintersemester 2025/2026



Marketing II
Prof. Dr. Christina Kühnl
Wintersemester 2025/2026

Assignment #1: Gestaltung eines geeigneten Erhebungsinstruments

Ziel des ersten Assignments ist es, basierend auf Ihrer vorgegebenen Forschungsfrage und dem bereits festgelegten quantitativen Untersuchungsdesign ein methodisch konsistentes und empirisch einsetzbares Erhebungsinstrument zu entwickeln.

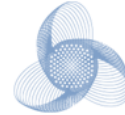
Assignment #2: Pretest als Qualitätssicherung des Erhebungsinstruments

Ziel des zweiten Assignments ist es, den von Ihnen entwickelten Fragebogen vor der eigentlichen Datenerhebung einem Pretest zu unterziehen. Dabei sollen Sie kritisch reflektieren, wie der Pretest durchgeführt wurde, welche Rückmeldungen Sie erhalten haben und welche Anpassungen Sie daraufhin vorgenommen haben.



LEHRSTUHL FÜR
MARKETING
Universität Stuttgart

Marketing II
Prof. Dr. Christina Kühnl
Wintersemester 2025/2026



LEHRSTUHL FÜR
MARKETING
Universität Stuttgart

Marketing II
Prof. Dr. Christina Kühnl
Wintersemester 2025/2026

Assignment #3: Durchführung, Auswertung und Limitationen der Untersuchung

Ziel des dritten Assignments ist es, die praktische Umsetzung Ihrer quantitativen Untersuchung darzulegen und kritisch zu reflektieren. Sie beschreiben, wie Sie die Datenerhebung geplant und durchgeführt haben, wie Sie die erhobenen Daten für die Analyse aufbereitet haben und welche Stichprobe Sie dabei tatsächlich erreicht haben. Darauf aufbauend erläutern Sie die Wahl Ihres statistischen Verfahrens, prüfen Ihre Hypothese und setzen die Ergebnisse in Bezug zur bestehenden wissenschaftlichen Literatur. Abschließend diskutieren Sie die Aussagekraft und Grenzen Ihrer Untersuchung und leiten daraus erste Implikationen sowie mögliche Anschlussfragen für weitere Forschung ab.

Assignment #4: Peer-Projekt 1: Erhebungsinstrument, Datensatz & Datenanalyse

Ziel des vierten Assignments ist es, den Forschungsprozess einer anderen Gruppe kritisch nachzuvollziehen. Sie evaluieren das Erhebungsinstrument und den Datensatz (inkl. Datenqualität und Bereinigungsschritte), führen die vorgegebene Hypothesentestung eigenständig durch und vergleichen Ihre Ergebnisse mit den Resultaten der Ursprunggruppe. Dadurch reflektieren Sie die methodische Angemessenheit sowie die Belastbarkeit der Analyse und geben der Ursprunggruppe fundiertes Feedback zu Stärken und Schwächen ihres Vorgehens.



Marketing II
Prof. Dr. Christina Kühnl
Wintersemester 2025/2026



Marketing II
Prof. Dr. Christina Kühnl
Wintersemester 2025/2026

Assignment #5: Peer-Projekt 2: Erhebungsinstrument, Datensatz & Datenanalyse

Ziel des fünften Assignments ist es, den Forschungsprozess einer anderen Gruppe kritisch nachzuvollziehen. Sie evaluieren das Erhebungsinstrument und den Datensatz (inkl. Datenqualität und Bereinigungs Schritte), führen die vorgegebene Hypothesentestung eigenständig durch und vergleichen Ihre Ergebnisse mit den Resultaten der Ursprungsgruppe. Dadurch reflektieren Sie die methodische Angemessenheit sowie die Belastbarkeit der Analyse und geben der Ursprungsgruppe fundiertes Feedback zu Stärken und Schwächen ihres Vorgehens.

Assignment #6: Abschlusspräsentation des Forschungsprojekts

Ziel des sechsten Assignments ist es, die zentralen Inhalte, Ergebnisse und Erkenntnisse Ihres empirischen Forschungsprojekts im Rahmen einer Abschlusspräsentation überzeugend, klar strukturiert und wissenschaftlich fundiert darzustellen.

Benotung

- Die Benotung setzt sich aus insgesamt sechs Assignments während des Semesters zusammen:
 - **Schriftliche Assignments**
 - #1, #2, #3: je 15%
 - #4, #5: je 10 %
 - **Abschlusspräsentation** (Assignment #6, 30.01.2026): 35 %
 - Verspätete Abgaben der Assignments sowie das Versäumen verpflichtender Termine führen zu Notenabzug
- Die Benotung erfolgt für jede Person einzeln, nicht für die gesamte Gruppe.
- Am Ende des Projekts ist ein Peer-Evaluationsformular einzureichen, dessen Bewertung Auswirkung auf die individuelle Note haben kann.



Anmeldung

- Eine Anmeldung zur Teilnahme am Kurs ist erforderlich.
- Bitte melden Sie sich bis **spätestens Montag, den 20. Oktober 2025, 18:00 Uhr** an.
- Mit der Anmeldung ist die Teilnahme am Kurs verbindlich.
- Die Kursanmeldung erfolgt über QR-Code (oder Link):



<https://www.bwi.uni-stuttgart.de/abt6/lehre/bachelor/anmeldeformular-marketing-II/>

Wir freuen uns über Ihr Interesse und Ihre Teilnahme 😊!

- **Wichtiger Hinweis:** Eine separate Prüfungsanmeldung über C@mpus ist während des regulären Prüfungsanmeldezeitraums der Universität erforderlich.

- Auf ILIAS werden die Vorlesungs- und Übungsinhalte zur Verfügung gestellt
- Kurzfristige Änderungen sowie wichtige Informationen zur Veranstaltung werden auf ILIAS veröffentlicht
- **Kursbeitritt:** <https://ilias3.uni-stuttgart.de/>
 - *Magazin » Wirtschafts- und Sozialwissenschaften » Betriebswirtschaftslehre » Lehrveranstaltungen » Winter 2025/26 » Marktforschung (Vorlesung und Übung)*

The screenshot shows the ILIAS course page for 'Marktforschung (Vorlesung und Übung)'. The page is in German and includes the following sections:

- Header:** 'Magazin > Wirtschafts- und Sozialwissenschaften > Betriebswirtschaftslehre > Lehrveranstaltungen > Winter 2025/26 > Marktforschung (Vorlesung und Übung)'. The course title is 'Marktforschung (Vorlesung und Übung)' with a 'Anmelden' button.
- Navigation:** 'Home', 'Timeline', 'Info', 'Mitglieder', 'Lernfortschritt'.
- Willkommen im Kurs 'Marketing II - Marktforschung':** A welcome message for students, mentioning the course is in the Wintersemester 2025/2026. It describes the course as a mix of theory and practical application, focusing on quantitative methods and research projects.
- Annahmebedingungen:** A red box with a blue circle icon stating: 'Für die Teilnahme am Kurs ist eine verbindliche Anmeldung erforderlich.' It provides an 'Anmeldezeitraum' from 01.10.25 to 20.10.25 at 18:00 Uhr and a 'Bitte nutzen Sie für die Anmeldung folgenden Link' with a URL: <https://www.bei.uni-stuttgart.de/sozialwissenschaften/marketing/marketing.de>.
- Click-off:** A note stating: 'Click-off: Die erste Veranstaltung findet am 16.10.25 um 14:00 Uhr im Raum M 17.32 statt. Eine Anmeldung ist auch nach dem Click-off noch möglich.'
- Algemeine Informationen:** A section with expandable items: 'Aufbau des Kurses', 'Literatur', 'Kursinhalte', and 'Kursunterlagen'.
- Inhalt:** A list of course items: 'Anregungen' (marked as 'aktuelle Angebotsliste 27 Sep. 21 Stunden' and 'Lernfortschritt'), 'Übung', and 'Vorlesung'.
- Weblinks:** A section with 'Webduelle: Montag-Sprechstunden - Fr. Törns' and 'Sprechstunde mit Prof. Georg Törns am Montag, der 10.11.25 (14:11-25 / 16:12-25 / 18:12-25 / 14:00-15:30 Uhr)'.

- Aktuelle Informationen zum Lehrstuhl und der Veranstaltung finden Sie auf unserer Internetseite: www.uni-stuttgart.de/marketing
- Wichtige kurzfristige Ankündigungen
 - **Aktuelles**
- Termininformationen zur Veranstaltung:
 - Lehre
 - Veranstaltungen des Bachelorstudiengangs
 - **42230 Marketing II: Marktforschung**
- Folgen Sie unserem **LinkedIn Profil**, um mit dem Lehrstuhl auch über das Studium vernetzt zu bleiben

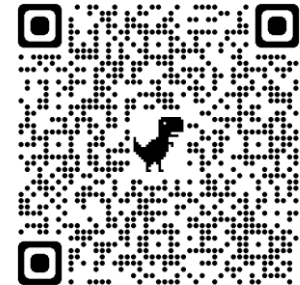
Abt. VI Marketing • Lehre • Veranstaltungen d...



Unser Lehrangebot für Bachelorstudierende

Hier finden Sie einen Überblick über alle Bachelor-Veranstaltungen, die der Lehrstuhl für ABWL und Marketing anbietet.

60870 BWL I: Einführung in das Marketing	▼
42220 Marketing I: Business-to-Business- und Dienstleistungsmarketing	▼
42230 Marketing II: Marktforschung	▼
Fachübergreifende Schlüsselqualifikationen (FÜSQ)	▼



Wir wünschen Ihnen eine spannende Marketingveranstaltung!



Prof. Dr. Christina Kühnl

- Vorlesung -

Telefon: +49 711 685 82941

E-Mail:
lehrstuhl.marketing@bwi.uni-
stuttgart.de



Georgia Rafaela Tsonis

- Übung -

Telefon: +49 711 685 82945

E-Mail:
georgia.tsonis@bwi.uni-
stuttgart.de