

M1: Wissenschaftstheorie und Forschungsmethodik					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M1	250 h	10	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1.1 Wissenschaftstheorien und Theoriekritik 1.2 Methoden empirischer Sozialforschung 1.3 Wirtschafts- und Medienethik		Kontaktzeit 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 35 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> zentrale wissenschaftstheoretische Grundlagen wirtschafts-, medien- und sozialwissenschaftlicher Forschung zu verstehen, zu erläutern und auf praktische Forschungs-fragestellungen im Bereich des Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagements anzuwenden (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“ und „anwenden“), sozialwissenschaftliche (quantitative und qualitative) Erhebungs- und Auswertungsmethoden forschungszielorientiert auszuwählen und auf konkrete Forschungsfragen anzuwenden (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“ und „anwenden“), kommunikations-, medien- und wirtschaftswissenschaftliche Theorien/Theorieansätze in ihrem Erklärungsanspruch und ihrer Erklärungsreichweite kritisch zu beurteilen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „beurteilen/bewerten“), den spezifischen Einfluss theoretischer Konzepte auf empirische Forschungsdesigns und empirischer Befunde wirtschafts-, medien- und sozialwissenschaftliche Theoriebildung zu analysieren und in eigenen Projekt- und Forschungsarbeiten produktiv zu nutzen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“ und „erweitern/erschaffen“), gängige Erhebungs-, Analyse- und Auswertungstools der qualitativen und quantitativen empirischen Sozialforschung (z.B. MAXQDA, SPPS) zweckgerichtet auszuwählen und auf eigene Forschungsaufgaben anzuwenden (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“ und „analysieren“), eigene Forschungsideen und -möglichkeiten zu entwickeln (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erweitern/erschaffen“), an praktischen Beispielen den Konflikt zwischen dem notwendigen wirtschaftlichen Gewinnstreben und der Verantwortung für die sozialen, ökologischen aber eben auch direkt ökonomischen Folgen des wirtschaftlichen Handelns zu erkennen, zu analysieren und zu reflektieren (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“), im Hinblick auf praktische, exemplarische Fragestellungen (z.B. Big Data und Privatsphäre, Cybermobbing, Hate-Speech in sozialen Medien etc.) die Auswirkungen ihres Forschungs-, Arbeits-, Mediennutzungs- und Entscheidungsverhaltens auf die Gesellschaft und den Einzelnen in Einzel- oder Gruppenübungen zu diagnostizieren, zu analysieren und zu reflektieren (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, Sozial- und Selbstkompetenz), basierend auf Quellentexten zur allgemeinen sowie zur angewandten Ethik konsistente Begründungen für moralisches Handeln zu entwickeln (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erweitern/erschaffen“), 				

	<ul style="list-style-type: none"> ethische Fragestellungen im Kontext interkultureller Konfliktsituationen im Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement (unterschiedliche Denk- und Werthaltungen) in Einzel- oder Gruppenübungen zu erkennen, zu reflektieren und basierend auf der Kenntnis kulturell geprägter Regeln und Normen Lösungsansätze zu entwickeln (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, „beurteilen/bewerten“ und „erweitern/erschaffen“, Sozial- und Selbstkompetenz).
3	<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> Grundlegende Begriffe wissenschaftlichen Denkens (Definitionen, These, Hypothese, Bezugsrahmen etc.) Entwicklungslinien der Wissenschaftstheorie Wertfreiheit der Wissenschaften und Wissenschaftsfreiheit der Werte Wissenschaftstheorie, Theoriebildung und Theoriekritik im Kontext wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Fragestellungen und Anwendungsfelder Forschungsdesigns und deren Forschungslogik Erhebungsverfahren der qualitativen und quantitativen Forschung Analyseverfahren der qualitativen und quantitativen Forschung (inkl. Tool-Anwenderkenntnisse) Gütekriterien qualitativer und quantitativer Forschung Grundlagen und zentrale Begriffe der Ethik Das Spannungsfeld aus Ethik und Ökonomie, Anwendungsfelder der Ethik: Wirtschaftsethik, Unternehmensethik, Medienethik, Forschungs- und Wissenschaftsethik
4	<p>Lehrformen:</p> <p>Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Der Unterricht wird ergänzt durch Diskussionen, Einzel- und Gruppenübungen mit praktischen Fallbeispielen, Gastvorträge sowie durch teilnehmermoderierte Gruppendiskussionen. Die Lehrinhalte werden praxisorientiert und anwendungsbezogen und zum Aufbau digitaler Forschungs- und Methodenkompetenz (z.B. Anwendung von Transkriptions-Software, Online-Befragungs- und Interviewtools, etc.) situativ auch online in virtueller Präsenz vermittelt. Ein Zeitplan wird verbindlich und transparent zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen:</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	Prüfungsformen: Klausur (Dauer: 180 Minuten)
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</p> <p>Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)</p>
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 10/120
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende:</p> <p>Prof. Dr. Andreas Diedrich (Modulverantwortlicher)</p> <p>Prof. Dr. Andreas Diedrich (Lehrender)</p> <p>Prof. Dr. Nicole Richter (Lehrende)</p>

11	<p>Sonstige Informationen:</p> <p>Lehrsprache: Deutsch</p> <p>Literatur (Pflichtlektüre):</p> <ul style="list-style-type: none">• Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, 13. Aufl., Berlin, 2010.• Bak, P. M.: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Eine Einführung, Stuttgart, 2014.• Bandalos, D. L.: Measurement Theory and Applications for the Social Sciences, New York: Guilford Publications, 2018.• Chalmers, A. F.: Wege der Wissenschaft. Einführung in die Wissenschaftstheorie, 6. Aufl., Heidelberg, 2007.• Godfrey-Smith, P.: Theory and Reality: An Introduction to the Philosophy of Science, University of Chicago Press, 2nd Edition, 2021.• Göbel, E.: Unternehmensethik, Grundlagen und praktische Umsetzung, 6. Aufl., Tübingen, 2020.• Horner, D. S.: Understanding Media Ethics, Sage Publications London, 2014.• Kuckartz, U.: Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung, 5. Aufl., Weinheim, Basel, 2022.• Kuckartz, U./Rädiker, S.: Fokussierte Interviewanalyse mit MAXQDA, Wiesbaden, 2020.• Lütke, C./Uhl, M.: Wirtschaftsethik, München, 2018.• Luhmann, N.: Die Moral der Gesellschaft, Frankfurt, 2008.• Schicha, C.: Medienethik, Grundlagen – Anwendungen – Ressourcen, München, 2019.• Van Aaken, D./Schreck, P.: Theorien der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Frankfurt, 2015. <p>Literatur (zusätzlich empfohlen):</p> <ul style="list-style-type: none">• Crane, A./Matten, D./Glozer, S./Spence, L. S.: Business Ethics, Managing Corporate Citizenship und Sustainability in the Age of Globalization, 5th edition, Oxford University Press, 2019.• Eckstein, P. P.: Datenanalyse mit SPSS, 7. Aufl., Wiesbaden, 2021.• Fenner, D.: Einführung in die Angewandte Ethik, Tübingen, 2. Aufl., 2022.• Funiok, P.: Medienethik, Verantwortung in der Mediengesellschaft, 2. Aufl., Stuttgart, 2011.• Schicha, C./Brosda, C. (Hrsg.): Handbuch Medienethik, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2010. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungunterlagen zu entnehmen.</p>
----	---