

M1: Wissenschaftstheorie und Forschungsmethodik					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M1	200 h	8	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1.1 Wissenschaftstheorien und Theoriekritik 1.2 Methoden empirischer Sozialforschung 1.3 Wirtschafts-/Medienethik		Kontaktzeit 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h	Selbststudium 110 h	geplante Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> zentrale wissenschaftstheoretischen Grundlagen wirtschafts-, medien- und sozialwissenschaftliche Forschung zu erläutern und auf praktische Forschungsfragestellungen im Bereich des Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagements anzuwenden, eigene Forschungsideen und -möglichkeiten zu entwickeln und kommunikations-, medien- und wirtschaftswissenschaftliche Theorien/Theorieansätze in ihrem Erklärungsanspruch und ihrer Erklärungsreichweite kritisch zu beurteilen. Sie verfügen über die Kompetenz, 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. Sie sind in der Lage sozialwissenschaftliche (quantitative und qualitative) Erhebungs- und Auswertungsmethoden zu beurteilen und auf konkrete Forschungsfragen anzuwenden, univariate sowie bivariate Berechnungen durchzuführen und den Aussagegehalt der Ergebnisse der deskriptiven Statistik einzuschätzen und kritisch zu reflektieren. Die Studierenden erkennen, analysieren und reflektieren 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, sie können 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 Entscheidungsverhalten auf die Gesellschaft und den Einzelnen diagnostizieren, analysieren und reflektieren sowie basierend auf Quellentexten zur allgemeinen sowie zur angewandten Ethik konsistente Begründungen für moralisches Handeln entwickeln ethische Fragestellungen im Kontext interkultureller Konfliktsituationen im Kommunikations- und Marktmanagement (unterschiedliche Denk- und Werthaltungen) zu erkennen, zu reflektieren und zu basierend auf der Kenntnis kulturell geprägter Regeln und Normen Lösungsansätze zu entwickeln. 				
3	Inhalte <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 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Forschungsdesigns und deren Forschungslogik • Erhebungsverfahren der qualitativen und quantitativen Forschung • Analyseverfahren der qualitativen und quantitativen Forschung • Gütekriterien qualitativer und quantitativer Forschung • Konzepte allgemeiner und angewandter Ethik • Grundlagen und Anwendungsfelder der Wirtschaftsethik • Grundlagen und Anwendungsfelder der Wirtschaftsethik
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Der Unterricht wird ergänzt durch Übungen und Gruppenarbeiten mit praktischen Fallbeispielen sowie durch teilnehmermoderierte Gruppendiskussionen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	Prüfungsformen: Klausur von 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 8/120
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Andreas Diedrich (Modulverantwortlicher)</p> <p>Prof. Dr. Andreas Diedrich (Lehrender)</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Lehrsprache: Deutsch</p> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung, 12. Aufl., Berlin 2010. • Bandalos, Deborah L.: Measurement Theory and Applications for the Social Sciences, New York: Guilford Publications, 2018. • Chalmers, Alan Francis: Wege der Wissenschaft. Einführung in die Wissenschaftstheorie, 6. Aufl., Heidelberg 2007. • Godfrey-Smith, Peter: Theory and Reality: An Introduction to the Philosophy of Science, University of Chicago Press, 2003 • Horner, David Sanford: Understanding Media Ethics, Sage Publications London, 2014 • Luhmann, Niklas: Die Moral der Gesellschaft, Frankfurt 2008. • Schicha, Christian; Brosda, Carsten (Hrsg.): Handbuch Medienethik, Wiesbaden 2010. • van Aaken, Dominik; Schreck, Philipp: Theorien der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Frankfurt 2015. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>