

|                         |  |
|-------------------------|--|
| 1. Record Nr.           | UNINA9910484245803321  |
| Autore                  | Eisend Martin  |
| Titolo                  | Grundlagen empirischer Forschung : Zur Methodologie in der Betriebswirtschaftslehre // von Martin Eisend, Alfred Kuß   |
| Pubbl/distr/stampa      | Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017  |
| ISBN                    | 3-658-09705-1  |
| Edizione                | [1st ed. 2017.]  |
| Descrizione fisica      | 1 online resource (IX, 248 S. 57 Abb.)   |
| Disciplina              | 658.8  |
| Soggetti                | Marketing  |
| Lingua di pubblicazione | Tedesco  |
| Formato                 | Materiale a stampa   |
| Livello bibliografico   | Monografia   |
| Nota di contenuto       | Einführung: Marketing, Marketingwissen und Marketingwissenschaft -- Wesen und Bedeutung von Theorien -- Entstehung und Überprüfung von Theorien -- Überprüfung von Theorien -- Operationalisierung und Messung -- Prüfung von Hypothesen -- Kausalhypothesen -- Modellierung -- Generalisierbarkeit von Untersuchungsergebnissen -- Forschungsethik und Forschungspraxis -- Rezepte für empirische Arbeiten.   |
| Sommario/riassunto      | Im Mittelpunkt dieses Lehrbuches stehen die Grundlagen und Schlussweisen bei der Anwendung empirischer Methoden zur Theoriebildung und Theorieprüfung. Die Autoren stellen die wissenschaftstheoretischen und methodischen Grundlagen klar und anschaulich dar im Hinblick auf die Zielsetzung empirisch ausgerichteter wissenschaftlicher Arbeiten, einen Beitrag zur (Weiter-) Entwicklung von Theorien zu leisten und deren Bewährung empirisch festzustellen. Bei Aspekten der Wissenschaftstheorie wird auf der 3. Auflage von „Marketing-Theorie“ aufgebaut. Hinsichtlich methodischer Gesichtspunkte stehen die Grundideen von Untersuchungsdesigns und Methoden im Zentrum, nicht deren technische Einzelheiten. Zielgruppe sind fortgeschrittene Studierende in betriebswirtschaftlichen Masterprogrammen sowie Doktoranden und Doktorandinnen, die am Beginn eines empirisch ausgerichteten Dissertationsprojekts stehen. Der Inhalt • Einführung: Empirische Forschung und Betriebswirtschaftslehre • Wesen und Relevanz von Theorien • Die |

wissenschaftstheoretische Grundlage: Wissenschaftlicher Realismus •  
Wege zur Theoriebildung • Ansätze zur Prüfung von Theorien •  
Gewinnung von Daten zum Theorietest: Operationalisierung und  
Messung • Hypothesen und Modelle beim Theorietest • Test von  
Kausalbeziehungen • Generalisierbarkeit von  
Untersuchungsergebnissen • Forschungsethik und Forschungspraxis  
Die Autoren Prof. Dr. Martin Eisend lehrt Betriebswirtschaftslehre,  
insbesondere Marketing an der Europa-Universität Viadrina in  
Frankfurt/Oder. Prof. Dr. Alfred Kuß ist Professor (em.) am Marketing-  
Department der Freien Universität Berlin.

---