

Vahlen kompakt

Marketing-Forschung

Mit Fallbeispiel

Bearbeitet von

Von Prof. Dr. Stefan Hoffmann, Dr. Anja Franck, Dr. Uta Schwarz, Prof. Dr. Katja Soyez, und Dr. Stefan Wünschmann

1. Auflage 2018. Buch. IX, 183 S. Kartoniert

ISBN 978 3 8006 5646 2

Format (B x L): 14,1 x 22,4 cm

[Wirtschaft > Spezielle Betriebswirtschaft > Marketing, Werbung, Marktforschung](#)

Zu [Leseprobe](#) und [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Stichwortverzeichnis

A

- abhängige Variable 5, 17, 46, 111
- Abweichung
 - erklärte 66
 - mittlere quadratische 69
 - nicht-erklärte 66
- Ähnlichkeitsmaß 147
- Allgemeines Lineares Modell (ALM) 81, 139
- AMOS 140
- Analyseverfahren 34, 46
- ANCOVA 81
- ANOVA 5, 58, 61
- apparative Verfahren 16
- A-Priori-Kontraste 78, 82
- arithmetisches Mittel 37, 49
- Auswertungsmethodik 46
- Autokorrelation 121

B

- Bartlett-Test 90
- Befragung 9, 31
 - mündliche 31
 - online- 32
 - schriftliche 32
 - telefonische 32
- Beobachtung 14
 - biotische 15
 - nicht-durchschaubare 15
 - nicht-teilnehmende 16
 - offene 15
 - quasi-biotische 15
 - teilnehmende 16
- Bestimmtheitsmaß 130, 131, 135
 - korrigiertes 131, 132
- Between-Subjects-Design 17, 20
- bivariate Analysen 46

Briefing 30

C

- Centroid 155
- Chi-Quadrat-Test 44, 47
- City Block 148, 149
- Cluster 144
- Clusteranalyse 47, 143
- Clusterverfahren
 - agglomeratives 152
 - divisives 152
 - hierarchisches 152, 165
 - partitionierendes 152, 165
- Complete-Linkage 153
- Conjoint-Analyse 48
- Convenience-Sample 25
- Cronbachs Alpha 12, 102

D

- Datenauswertung 34
- Datenerhebung 29, 31
- Dendrogramm 156, 157
- Dependenzanalyse 46, 48, 62, 111
- Desk Research 9
- deskriptive Statistik 36
- deskriptive Studien 3
- dichotom 36, 128
- Dichotomisierung 150
- Diskriminanzvalidität 160
- Distanz
 - euklidische 148, 149, 151
 - quadrierte euklidische 148
- Distanzmaß 147
- Dummy-Variable 128
- Durbin-Watson-Test 121

E

- Effekte
 - Haupt- 73

- Interaktions- 73
- Effektgröße 42, 76
- Eigenforschung 29
- Eigenwert 94, 95, 101
- Eindimensionalität 12
- einfache Zufallsauswahl 25
- Einfachstruktur 98
- Elbow-Kriterium 158
- Erhebungstools 33
- Eta-Quadrat 76
- Experiment 17, 81
- einfaktorielles 18
- Feld- 19
- Labor- 19
- mehrfaktorielles 19
- exploratives Einzelinterview 31
- explorative Studien 3

F

- Faktor 62
- Faktorenanalyse 47, 85
- konfirmatorische 88, 107
- Faktorextraktion 94
- Faktorladung 92, 93, 94, 98, 102
- Faktorladungsmatrix 92, 104
- Faktorladungsstruktur 99, 105
- Faktorrotation
- oblique 98
- orthogonale 98
- Faktorwert 92, 100
- Falsifikation 40
- Fehler
- erster Art 41
- zweiter Art 41
- Forschungsfrage 5
- Fragebogen 31
- Fragen
- Eisbrecher- 9
- geschlossene 11
- Kontroll- 10
- offene 10
- Sach- 10
- Freiheitsgrade 69
- F-Test 63, 73, 132

- Fundamental-Theorem 92
- F-Verteilung 74
- F-Wert 74, 76

G

- Generalized Linear Model (GLM) 81, 139
- geschichtete Zufallsauswahl 24
- G*Power 27, 42
- Grundgesamtheit 23, 39
- Gruppendiskussion 7, 31
- Gruppenvergleich 57
- Güte
- globale 100
- lokale 102
- regionale 101
- Gütekriterien 11
- Güteprüfung 73

H

- Häufigkeit
- absolute 39
- relative 39
- Hauptachsen-Analyse 93
- Hauptkomponenten-Analyse 93
- Heterogenität 155
- Heteroskedastizität 122
- Hintergrundvariablen 86
- Hypothese 4, 40
- Alternativ- 41, 44
- Null- 41, 44
- Untersuchungs- 4
- Wirkungs- 4
- Zusammenhangs- 4
- Hypothesenprüfung 43

I

- Indikatoren 11
- Inferenzstatistik 39
- Interaktion 19, 75, 80
- Interdependenzanalyse 46, 48, 88, 145
- interne Konsistenz 12, 102
- Interviewereffekt 32

- Irrtumswahrscheinlichkeit 41, 44, 45
Item-to-Total-Korrelation 103
- K**
Kaiser-(Guttman-)Kriterium 95
kausale Studien 3
Kausalität 17, 46
Klumpenauswahl 24
K-Means Verfahren 165
KMO-Kriterium 91
Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest 50
Kommunalität 93, 102
Konfidenzintervall 26
Konfidenzoeffizient 26
Konstanthalten 22
Konstrukt
– latentes 11
Korrelation 47
Korrelationsanalyse 5
Korrelationsmatrix 89
Kovarianzanalyse 81
Kreuztabelle 47
Kreuzvalidierung 160
Kruskal-Wallis-H-Test 49, 81
Kurtosis 51
- L**
Lagemaße 36
Längsschnittstudie 30
Latent Class Analysis 166
Lern-Effekt 21
linearer Zusammenhang 113
Linearität 115
LISREL 140
Logarithmieren 116
- M**
MANCOVA 82
Mann-Whitney-U-Test 49
MANOVA 61, 81
Marketing-Forschung 1
Marktforschung 2
Marktsegmentierung 144
- Matching 22
Measure of Sampling Adequacy 90
Median 37
Mediation 139
Mehrebenenregression 140
Messwiederholungsdesign 21
Methode der kleinsten Quadrate 124
Minkowski-Metrik 148, 151
Mixed Methods 7
Modalwert 37
Moderation 139
Modus 37
Mortalität 21
MPlus 140
MSA 90
Multi-Item-Skala 11
Multikollinearität 117
multivariate Analysen 46
- N**
nicht-parametrische Tests 49
Niveau-Regression 150
nominal 35
Normalverteilung 49, 119
Normalverteilungskurve 49
- O**
Objektivität 6, 12
Operationalisierung 11
optimaler Stichprobenumfang 42
ordinal 35
Ordinary Least Squares (OLS) 124
Overfitting 117, 133
- P**
Panellerhebungen 31
Paralldesign 8
Parallelisierung 22
parametrische Verfahren 46, 49
PLS 140

Post-hoc-Tests 78, 82
 Power 42
 P-P-Diagramm 50, 51, 119
 Primärforschung 8
 Process 140
 Prognose 113
 Promax 98
 Proximitätsmaß 147, 151

Q

qualitative Studien 6
 quantitative Studien 6
 Quasi-Experimente 20
 quasi-metrisch 36
 Querschnittstudie 30
 Quotenverfahren 25

R

Randomisierung 19
 Regressand 111
 Regressionsanalyse 5, 47, 111
 – einfache 112
 – lineare 112
 – logistische 138
 – multi-nominale logistische 138
 – multiple 112
 Regressionsgerade 112
 Regressionskoeffizient
 – standardisierter 134
 – unstandardisierter 125, 134
 Reliabilität 12
 Repräsentativität 23
 Residuum 112, 119, 121
 Rücklaufquote 33

S

Schiefe 50
 Scree-Test 96, 97
 Segmente 143
 Sekundärforschung 9
 Selektionseffekt 20
 Signifikanzniveau 41, 45
 Signifikanztest 39
 Single-Linkage 153, 156

Skala 11
 Skalenniveau 46, 145, 147
 – Intervall- 35
 – metrisches 36, 88
 – nominales 35
 – ordinales 35
 – quasimetrisches 36
 – Verhältnis- 35
 Spannweite 38
 SPSS 52
 Standardabweichung 38, 49
 Standardisierung 38, 134, 147,
 151
 STATA 52
 Stichprobe 23, 146
 Stichprobengröße 25, 88
 – optimale 133
 Stopping-Rules 159
 Störgrößen 17
 Streuung
 – erklärte 67
 – Gesamt- 67
 – innerhalb der Gruppen 64
 – nicht-erklärte 67
 – zwischen den Gruppen 64
 Streuungsmaße 36
 Streuungszерlegung 65, 71
 Strukturgleichungsanalyse 48
 Strukturgleichungsmodellierung 140

T

Teststärke 42, 76
 Teststatistik 45
 Testwert 44
 – empirischer 44, 45, 74
 – theoretischer 45, 74
 Toleranz 118
 Trendanalyse 114
 Trendstudie 30
 Triangulation 8
 t-Test 5, 47, 59, 132, 139
 t-Wert 60
 typische Auswahl 25

U

- unabhängige Variable 5, 17, 46, 62, 70, 111
- Underfitting 117

V

- Validität 13
 - Augenschein- 13
 - Diskriminanz- 14
 - externe 20
 - Inhalts- 13
 - interne 20
 - Konstrukt- 14
 - Kriteriums- 13
 - nomologische 14
 - ökologische 20
 - Prognose- 14

Variable

- abhängige 5, 17, 46, 111
- Mediator- 139
- Moderator- 139
- unabhängige 5, 17, 62, 70

Variance Inflation Factor (VIF) 118

Varianz 38, 69

- erklärte 70, 73, 74, 93, 95, 100, 101, 118, 130, 131, 135
- nicht-erklärte 70

Varianzanalyse 47, 57

- mehrfaktorielle 61, 70
- Varianzhomogenität 63
- Varianz-Inflation-Factor 118
- Varianzkriterium 155
- Varianzzerlegung 70
- Varimax 98
- Verifikation 40
- Verteilungstabelle 45
- Vertiefungsdesign 8
- Vollerhebung 23
- Vorstudiendesign 7

W

- Ward-Verfahren 155, 156, 157
- willkürliche Auswahl 25
- Within-Subjects-Design 18, 21

X

- χ^2 -Test 44
- χ^2 -Wert 45

Z

- Zeitreihen 121
- z-Transformation 39
- Zufallsauswahl 24