

Syllabus zur Vorlesung

„Wissenschaftstheorie und Empirische Sozialforschung“

Teilmodul (I) „Wissenschaftstheorie“

Lernziele: Die Lehrveranstaltung „Wissenschaftstheorie“ führt Studierende umfänglich in die für die Wirtschaftswissenschaften relevanten wissenschaftstheoretischen Grundlagen ein. Nach einer allgemeinen Darstellung der wissenschaftstheoretischen Grundbegriffe und Erkenntnisinteressen werden verschiedene Paradigmen vorgestellt und kritisch diskutiert. Durch eine intensive Auseinandersetzung mit den grundlegenden Denkmodellen der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften erlangen Studierende fundierte Kenntnisse zu der hintergründigen Logik von Forschung und Wissen(schaft), was sie zur kritischen Reflexion und Auswahl von Forschungsmethoden befähigt.

Voraussetzungen: Keine.

Prüfung: Teilklausur am Ende des Trimesters.

Inhalte (insg. 12 Vorlesungseinheiten á 2 TWS):

- 1. Grundbegriffe und Grundpositionen der Wissenschaftstheorie**
 1. Methodenpluralismus
 2. Definition & Aufgabe der Wissenschaftstheorie
- 2. Grundlegende wissenschaftstheoretische Positionen: Kritischer Rationalismus**
 1. Grundbegriffe
 2. Einordnung des Kritischen Rationalismus
 3. Ausgangsproblem des Kritischen Rationalismus
 4. Methode des Kritischen Rationalismus
 5. Kritischer Rationalismus in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
 6. Der Kritische Rationalismus jenseits der Erkenntnistheorie
- 3. Grundlegende wissenschaftstheoretische Positionen: Konstruktivismus**
 1. Konstruktion der Wirklichkeit
 2. Menschliche Sinne
 3. Wahrheit & menschliches Wissen
 4. Wirklichkeit als soziales Phänomen
 5. Sprache als Kommunikationsmittel
 6. Brauchbarkeit menschlichen Wissens
- 4. Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Paradigmen**
 1. Systematisierung sozialwiss. Paradigmen (Funktionalismus / Positivismus)
 2. Subjekt-Objekt-Modell
 3. Interpretativer Ansatz

Literatur (I):

- Albert, H. 1991. *Traktat über kritische Vernunft*, UTB: Tübingen.
- Alvesson, M. & Sandberg, J. 2011: *Generating Research Questions Through Problematization*. In: *Academy of Management Review* 36: 247-271.
- Armbrüster, T. & Gebert, D. 2002. *Uncharted Territories of Organizational Research: The Case of Karl Popper's Open Society and Its Enemies*. In: *Organization Studies*, 23(2): 169-188.
- Bergemann, N. et al. (Hrsg.). 2007. *Wege der Wissenschaft. Einführung in die Wissenschaftstheorie*. 6. Aufl., Springer: Heidelberg.
- Döring, N. & Bortz, J. 2016. *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. 5. Aufl., Springer: Berlin-Heidelberg.
- Fried, A. 2005. *Konstruktivismus*. In: *Moderne Organisationstheorien*, Hrsg: Weik, E. & Lang, R., Springer Gabler: Wiesbaden, S. 31-62
- Gebert, D. 1991. *Die Mühsal der offenen und die Attraktivität der geschlossenen Gesellschaft*. In: *Zeitschrift für Personalforschung*, 3: 201-217.
- Gioia, D. & Pitre, E. 1990: *Multiparadigm Perspectives on Theory Building*. In: *Academy of Management Review* 15: 584-602.
- Hassard, J. 1991. *Multiple Paradigms and Organizational Analysis: A Case Study*. In: *Organization Studies*, 12(2), 275-299.
- Hempel, C. G. & Oppenheim, P. 1948. *Studies in the Logic of Explanation*. In: *Philosophy of Science* 15: 135-175.
- Herzog, W. 2012. *Wissenschaftstheoretische Grundlagen der Psychologie*, Springer: Wiesbaden.
- Johansson, L.-G. 2016. *Philosophy of Science for Scientists*. 1. Aufl. Springer: Heidelberg.
- Kieser, A. 2006: *Der Situative Ansatz*. In: Kieser, A. / Ebers, M. (Hrsg.): *Organisationstheorien*, 6. überarbeitete Auflage, Stuttgart: Kohlhammer, S. 215-245.
- Landry, M. 1995: *A Note on the Concept of Problem*. In: *Organization Studies* 16: 315-343.
- Nicolai, A. 2004: *Der "trade-off" zwischen "rigour" und "relevance" und seine Konsequenzen für die Managementwissenschaften*. In: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft* 74: 99-118.
- Popper, K. 2009. *Vermutungen und Widerlegungen*. Mohr Siebeck: Tübingen (Erstveröffentlichung 1963).
- Posner, H. 2012. *Wissenschaftstheorie. Eine philosophische Einführung*. 2. Aufl. Reclam: Stuttgart.
- Salmon, W. C. 1998. *Causality and Explanation*. Oxford University Press: New York.
- Scherer, A.G. 2003: *Modes of Explanation in Organization Theory*. In: Tsoukas, H. / Knudsen, C. (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Organization Theory*, Oxford: Oxford University Press, S. 310-344.
- Scherer, A.G. 2006: *Kritik der Organisation oder Organisation der Kritik? Wissenschaftstheoretische Bemerkungen zum kritischen Umgang mit Organisationstheorien*. In: Kieser, A. / Ebers, M. (Hrsg.): *Organisationstheorien*, 6. überarb. Aufl., Kohlhammer: Stuttgart, S. 19-61.
- Scherer, A.G. 2009: *Critical Theory and its Contribution to the Emergence of Critical Management Studies*. In: Alvesson, M., Willmott, H. & Bridgman, T. (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Critical Management Studies*, Oxford: Oxford University Press, S. 29-51.
- Scherer, A.G. & Dowling, M.J. 1995: *Towards a Reconciliation of the Theory Pluralism in Strategic Management. Incommensurability and the Constructivist Approach of the Erlangen School*. In: *Advances in Strategic Management* 12A: 195-247.
- Smircich, L. & Stubbart, C. 1985: *Strategic Management in an Enacted World*. In: *Academy of Management Review* 10: 724-736.
- Steffy, B.D. & Grimes, A.J. 1986: *A Critical Theory of Organization Science*. In: *Academy of Management Review* 11: 322-336.
- Steinmann, H. / Löhr, A. 1992: *Unternehmensethik*. In: Frese, E. (Hrsg.): *Handwörterbuch der Organisation*. Poeschel: Stuttgart, S. 2451-2463.

- Weik, E. 1996: *Postmoderne Ansätze in der Organisationstheorie*. In: Die Betriebswirtschaft 56: 379-398.
- Willmott, H. 2003: *Organization Theory as a Critical Science? Forms of Analysis and 'New Organizational Forms*. In: Tsoukas, H. & Knudsen, C. (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Organization Theory. Meta-Theoretical Perspectives*. Oxford: Oxford University Press, S. 88-112.
- Witteloostuijn, A. v. 2016: *What happened to the Popperian falsification? Publishing neutral and negative findings: Moving away from biased publication practice*. In: *Cross Cultural & Strategic Management* 23(3): 481-508.

Teilmodul (II) „Empirische Sozialforschung“:

Lernziele: Die Lehrveranstaltung „Empirische Sozialforschung“ befähigt Studierende, ökonomisch relevante Phänomene empirisch zu erfassen. Hierzu werden die verschiedenen Techniken qualitativer und quantitativer Sozialforschung ausführlich gelehrt. Am Ende des Moduls sind Studierende in der Lage, die Qualität empirischer Studien zu bewerten sowie selbständig empirische Erhebungen zu planen, durchzuführen und kritisch zu evaluieren.

Voraussetzungen: Keine.

Prüfung: Teilklausur am Ende des Trimesters.

Inhalte (insg. 12 Vorlesungseinheiten á 2 TWS):

- 1. Gegenstand empirischer Sozialforschung**
 1. Begriff
 2. Aufgaben
 3. Anwendungsbereiche
- 2. Klassifikation empirischer Forschungsmethoden**
 1. Quantitative vs. qualitative Forschung
 2. Explorative, deskriptive und kausale Studien
- 3. Der empirische Forschungsprozess**
 1. Überblick
 2. Erhebungsmethoden empirischer Forschung
 3. Messung, Operationalisierung und Skalierung von Variablen
 4. Auswahl der Erhebungseinheiten
 5. Aufbereitung und Auswertung quantitativer Daten
- 4. Besonderheiten qualitativer Erhebungen**
 1. Erhebungsmethoden qualitativer Studien
 2. Anforderungen an qualitative Messmethoden
 3. Stichprobenbildung bei qualitativen Erhebungen
 4. Aufbereitung und Auswertung qualitativer Daten

Literatur (II):

- Aaker, D. A. et al. 2013. *Marketing Research*. 11. Aufl., John Wiley & Sons: New York.
- Albers, S. et al. (Hrsg.) 2009. *Methodik der empirischen Forschung*. 3. Aufl., Springer Gabler: Wiesbaden.
- Atteslander, P. et al. 2010. *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 14. Aufl., Erich Schmidt Verlag: Berlin.
- Backhaus, K., Erichson, B., & Plinke, W. et al. 2011. *Multivariate Analysemethoden – Eine anwendungsorientierte Einführung*. 13. Aufl., Springer: Berlin et al.
- Bechara, A. 2004. *The role of emotion in decision-making: Evidence from neurological patients with orbitofrontal damage*. In: *Brain and Cognition* 55(1), 30-40.

- Böhler, H. 2004. *Marktforschung*. 3. Aufl., Kohlhammer: Stuttgart 2004.
- Bortz, J. 2010. *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler*. 7. Aufl., Springer: Berlin u. a.
- Bortz, J. & Döring, N. 2002. *Forschungsmethoden und Evaluation*. 3. Aufl. Springer: Berlin.
- Diekmann, A. 2009. *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. 20. Auflage. Rohwolt: Reinbek bei Hamburg.
- Fantapié Altobelli, C. 2011. *Marktforschung. Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele*. 2. Aufl., UTB: Stuttgart.
- Hair, J. F. et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*. 7. Aufl., Pearson: Upper Saddle River.
- Hammann, P. & Erichson, B. 2000. *Marktforschung*. 4. Aufl., UTB: Stuttgart.
- Herrmann, A., Homburg, C., & Klarmann, M. (Hrsg.) 2008. *Handbuch Marktforschung. Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele*. 3. Aufl., Springer Gabler: Wiesbaden
- Malhotra, N. K., Birks, D. F., & Wills, P. 2012. *Marketing Research – An Applied Approach*. 4. Aufl., Pearson: Essex et al.
- Schnell, P., Hill, B., & Esser, E. 2011. *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 9. Aufl., Oldenbourg: München.
- Wang, Y. J. & Minor, M. S. 2008. *Validity, reliability, and applicability of psychophysiological techniques in marketing research*. In: *Psychology & Marketing* 25(2), 197-U113.