

Non Response Bei Web Befragungen Berichte Aus Der

Handbuch Methoden der Organisationsforschung
 Methodological Issues of Longitudinal Surveys
 Mitarbeiterbefragung - was dann...? MAB und Folgeprozesse erfolgreich gestalten
 Ist keine Antwort auch eine Antwort?
 Die Befragung im Kontext von Raum, Zeit und Befindlichkeit
 Aussagefähigkeit und Aussagewilligkeit von Probanden bei der Conjoint-Analyse
 Online-Marktforschung
 Der Mensch in der Online-Kommunikation
 Die Teilnahmebereitschaft an mobilen Web-Befragungen
 Innovationsprojekte und organisationalen Wandel professionell gestalten
 Qualität und Rollenbilder beim simultanen Konferenzdolmetschen
 Armed Forces, Soldiers and Civil-Military Relations
 Wissenschaftliche Umfragen
 Warum treffen sich Menschen zum gemeinschaftlichen Handarbeiten?: Stricken zwischen Individualisierung und Social Support
 Telephone Surveys in Europe
 Empirical Social Research
 Qualität im E-Learning aus Lernericht
 Envisioning the Survey Interview of the Future
 Improving Surveys with Paradata
 Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie
 Forschung und Beratung - Das Zentrum für Evaluation und Methoden
 Piraterie in der Filmindustrie
 Sozialforschung im Internet
 Teilnahmeverweigerung in Panelstudien
 Die Bundestagswahl 2002
 Quantitative Methoden Der Organisationsforschung
 Migranten auf dem Weg zur Elite?
 Oxford Handbook of Internet Psychology
 Möglichkeiten und Grenzen der Online-Marktforschung
 Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft
 Handbuch Online-Forschung
 Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften
 Praxis Online-Marktforschung
 Fragebogeneffekte bei Online-Befragungen
 Innovationen in der Tourismusforschung
 Online-Marktforschung
 Internet als Instrument der Marktforschung
 Social and Behavioral Research and the Internet
 Enterprise 2.0 und die Veränderung der Unternehmenskultur: Potenziale und organisationale Herausforderungen für das Wissensmanagement

Non Response Bei Web Befragungen Berichte Aus Der

Downloaded from intra.itu.eby.guest

CONRAD KYLER

Handbuch Methoden der Organisationsforschung Springer-Verlag

Die Umfrageforschung zählt nach wie vor zu den am meisten eingesetzten - ternerfassungsmethoden in den Sozialwissenschaften, aus denen ein Wissens- winn und Erkenntnisfortschritt erwartet wird. Wenngleich sich die Methoden heute stark ausdifferenzieren und die Modi diversifizieren, fehlt es immer noch an Grundlagenforschung in diesem Bereich. Das vorliegende Buch soll einen weiteren Ansatz darstellen, die grundleg- den Elemente der Befragung sowie ihre Einbettung im prozessorientierten - lauf der Umfrage zu strukturieren. Dabei interessieren vor allem Raum-, Ze- und Befindlichkeitsaspekte und ihre jeweiligen Effekte. Es wird wohl noch intensiver weiterer Forschung, aber auch Überzeugu- arbeit bedürfen, um die Umfrageforschung von ihrem eingespielten und ang- lich so sicheren Weg zu neuen methodischen Perspektiven zu bringen, die eine weitere Annäherung an Wahrheits- und Wirklichkeitsvorstellungen in Aussicht stellen. Reinhard Bachleitner Martin Weichbold Wolfgang Aschauer Salzburg, Jänner 2010 1 Einleitung: Problemstellung und Zielperspektiven Die Befragung ist hinsichtlich der Häufigkeit ihrer Anwendung mehr denn je die bedeutendste Methode der empirischen Sozialforschung. Die von René König (1952: 27) gewagte Prophezeiung, dass „das Interview in seinen verschiedenen Formen doch immer der Königsweg der praktischen Sozialforschung bleiben“ werde, hat auch nach über einem halben Jahrhundert nichts von ihrer Gültigkeit verloren. Mehr denn je füllt auch die Literatur über die Befragung unzählige Druckseiten. Dies gilt zum einen für

Lehrbücher.

Methodological Issues of Longitudinal Surveys Diplomica Verlag

Umfragen beeinflussen unsere Vorstellung von der Welt, da sie eine der wenigen Möglichkeiten sind, latente soziale Phänomene – z.B. politische Einstellungen und Verhaltensabsichten – zu messen. Sie bieten jedoch nur dann ein realistisches Abbild, wenn sie gewisse Qualitätskriterien erfüllen und systematische Verzerrungen vermieden werden. Mit diesem Problem beschäftigt sich das vorliegende Buch und untersucht dabei eine ganz bestimmte Fehlerquelle von Umfragen: Diejenigen Personen, die eine Teilnahme bewusst verweigern. In einer großen quantitativ-empirischen Studie wird versucht, sich dem Paradoxon, diejenigen zu befragen, die sich nicht befragen lassen, anzunähern. Es wird nach politischen Einstellungen und Verhaltensweisen der Verweigerer gefragt sowie analysiert, ob und wie sie sich signifikant von jenen, die zur Kooperation bereit sind, unterscheiden. [Mitarbeiterbefragung - was dann...? MAB und Folgeprozesse erfolgreich gestalten](#) Springer-Verlag

In dem Buch wird der Frage nach der Erklärung von Teilnahmeverweigerungen in sozialwissenschaftlichen Umfragen nachgegangen. In sechs aufeinander aufbauenden Kapiteln wird zunächst ein Überblick über die Wichtigkeit des Themas Nonresponse gegeben sowie auf die Bedeutung von Panelstudien als Methode der Datengewinnung abgehoben. Es folgt eine systematische Sichtung des Forschungsstandes sowie eine Diskussion bestehender Modelle zur Erklärung von Teilnahmeverweigerungen. Schließlich werden mittels der empirischen Überprüfung handlungstheoretischer Modelle anhand eines quasi-experimentellen Designs die Mechanismen von Teilnahmeverweigerungen herausgearbeitet.

[Ist keine Antwort auch eine Antwort?](#) Diplomica Verlag

Methodologische und methodische Aspekte werden in einem schnelllebigen Tourismus (- geschäft) gerne marginalisiert. Der vorliegende Band konzentriert sich auf diese vernachlässigten Problembereiche und stellt innovative Ansätze zur Datenerfassung und Datenauswertung vor, die im Rahmen des 7. Salzburger Tourismusforums 2005 präsentiert wurden. Zu Beginn wird der Fokus auf computergestützte Datenerfassung gerichtet, die eine erhebliche Effizienzsteigerung ermöglicht. Die Themen umfassen Bereiche wie Touchscreen- Befragung, Online-Forschung und interaktive Datenerfassung, die theoretisch dargestellt und pragmatisch diskutiert werden. Der zweite Bereich widmet sich innovativen Instrumenten und Methodologien, die eine Anpassung an die sich permanent verändernde touristische Umwelt sicherstellen. Vorgestellt werden das Tourismus-Satellitenkonto, die Reiseanalyse als Instrument der Marketingplanung, Möglichkeiten der Innovationsmessung und die Szenariotechnik. Der dritte Teil des Sammelbandes schlägt eine Brücke zwischen Theorie und Praxis, beleuchtet Anwendungen in Marketing und Management und thematisiert Kundenbindungssysteme (CRM), mobile Datendienste und Marktforschung in Marketingorganisationen.

Die Befragung im Kontext von Raum, Zeit und Befindlichkeit Herbert von Halem Verlag

International und national gehören Bevölkerungsumfragen inzwischen zu den unumstrittenen Hilfsmitteln und wohl etablierten Instrumenten wirtschafts-, bildungs-, kultur- und sozialpolitischer Entscheidungsvorbereitung. Politische Entscheidungen in komplexeren Gesellschaften erfordern, nicht nur zur rechtzeitigen Prognose krisenhafter Entwicklungen, sondern auch zur Erarbeitung kurz- und mittelfristiger Planungsunterlagen die systematische Sammlung von Erkenntnissen über Zustände und Veränderungen in Wirtschaft und Gesellschaft sowie ihrer Teilbereiche. In der sozialwissenschaftlichen Forschung sind Umfragen als Instrumente zur Überprüfung theoretischer Annahmen über Wirtschaft und Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Basierend auf der Erkenntnis, dass es sich bei Umfragen um Formen von Messungen handelt und diese grundsätzlich mit den gleichen methodischen Ansprüchen an Validität und Genauigkeit durchgeführt werden müssen wie naturwissenschaftliche Messungen, ist es das Ziel dieses Bandes die ganze Bandbreite der Methoden in der Umfrageforschung dahingehend vorzustellen. Dabei gilt ein besonderes Augenmerk den Qualitätskriterien und den Qualitätsgefährdungen, denen Umfragen wie andere Formen der Messung auch unterliegen. Der Inhalt Methoden der Umfrageforschung im Überblick • Kommunikationsformen (Modes) und ihre Wirkungen • Fragen und Antworten • Fragen und Antworten als Messungen • Entwurf und Evaluation von Fragen • Stichprobenauswahl und Schätzung von Populationswerten • Auf dem Weg von der Zielpopulation zur Nettostichprobe Der Autor Prof. Dr. Frank Faulbaum war bis 2008 Inhaber des Lehrstuhls für Sozialwissenschaftliche Methoden/Empirische Sozialforschung an der Universität Duisburg-Essen. Davor war er u.a. 15 Jahre als Projektleiter bei ZUMA/GESIS in Mannheim tätig. In einem eigenen Institut beschäftigt er sich kontinuierlich mit der methodischen Umsetzung von Forschungsfragestellungen in Form von Umfragen und anderen Erhebungsmethoden. Zwischenzeitlich (2009-2013) übernahm er außerdem einen Lehrauftrag für Strukturgleichungsmodelle an der Universität St. Gallen. Seit 2008 ist er Vorstandsvorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute (ASI) e.V.

Aussagefähigkeit und Aussagewilligkeit von Probanden bei der Conjoint-Analyse Springer-Verlag

Dieses Handbuch verschafft einen Überblick über die quantitativen Methoden der Organisationsforschung. Befragungen, Beobachtungsmethoden, Simulation und Modellierung, Experiment und Planspiel sowie verschiedene Analysemethoden werden im Detail dargestellt. Der Schwerpunkt der Beiträge liegt auf der ausführlichen Beschreibung der Datenerhebung und der Dateninterpretation. Ein Beispiel aus der Praxis der empirischen Organisationsforschung verdeutlicht die Vorgehensweise. In einem eigenen Abschnitt über die Möglichkeiten und Grenzen der jeweiligen Methode wird auf potenzielle Fallstricke hingewiesen. Die übergreifende Struktur, die durchgängige Herangehensweise und der hohe Praxisbezug versetzen Wissenschaftler und Studierende aber auch Praktiker in die Lage, das Methodeninstrumentarium der quantitativen Organisationsforschung gezielt für eigene Zwecke einzusetzen und weiterzuentwickeln.

Online-Marktforschung Springer-Verlag

Dieses praxisorientierte Buch gibt einen umfassenden Überblick über den aktuellen Stand der Online-Marktforschung in Deutschland. In der 2. Auflage werden Datenqualität und Online-Panels stärker betont. Insbesondere werden neue spannende Anwendungsgebiete aus der Praxis beleuchtet. Hierbei ist der durch zahlreiche Projekte gewachsene Erfahrungshintergrund in den Unternehmen und Instituten deutlich spürbar.

Der Mensch in der Online-Kommunikation Routledge

Die Online-Forschung ist eine besondere Disziplin: Das Internet ist sowohl Gegenstand als auch hauptsächlich Medium der Forschungen. Durch technische Entwicklungen befindet sich die Online-Forschung zudem im dynamischen Wandel: Die Weiterentwicklung der Analysemethoden, neue Auswertungsinstrumente und die wissenschaftliche Untersuchung des Social Web haben das Forschungsfeld verändert. Das Handbuch Online-Forschung bietet einen gut verständlichen Überblick über die sozialwissenschaftlich motivierte, internetgestützte Datengewinnung und deren Auswertung. In einer kompakten Darstellungsweise wird die gesamte Breite des Feldes sowohl theorie- als auch praxisbezogen bearbeitet und erlaubt einen akademischen und praktischen Überblick. Die Bandbreite der Themen reicht von den Grundlagen der Online-Forschung über Forschung im Social Web - auch im Zusammenhang mit dem Thema Forschungsethik - bis zu Praxisthemen wie Online-Mitarbeiterbefragungen oder die Umsetzung von Befragungen von Kindern. Wesentlich sind die Online-Inhaltsanalyse sowie mobile, standardisierte und repräsentative Online-Befragungen. Der Band beinhaltet aktuelle Themen und Entwicklungen, so z.B. Aspekte des Datenschutzes und Potenziale durch das Social Web, andererseits resümiert das Handbuch die Erträge, die über die Jahre erarbeitet wurden - wie Fragen der Repräsentativität, Panel-Forschung oder den Umgang mit schwierigen Befragtengruppen. Zur Zielgruppe gehören Sozialwissenschaftler, Ökonomen, Psychologen an Fachhochschulen und Universitäten, welche Methoden und Instrumente des Feldes reflektieren und anwenden, genauso wie Mitarbeiter und Projektverantwortliche von Unternehmen und Institutionen, die an der Entwicklung oder Anwendung von Online-Forschung beteiligt sind. Genau diese Interdisziplinarität und Relevanz in akademischer Forschung und Praxis waren auch bei der Zusammensetzung der Autoren ein wichtiges Kriterium.

Die Teilnahmebereitschaft an mobilen Web-Befragungen Springer-Verlag

Galt bislang die Metapher der „katholischen Arbeitertochter vom Lande“ als gängige Chiffre für nachteilige Startbedingungen für Schule und Beruf, trifft diese Stigmatisierung heute vor allem den Nachwuchs mit Migrationshintergrund. Es gibt jedoch auch hier Personen, die nicht nur erfolgreich ein Studium absolvieren, sondern auch verantwortungsvolle Berufspositionen bekleiden. Armand Farsi untersucht auf Basis eines einzigartigen Datensets, welche spezifischen Biographie- und Sozialisationsfaktoren den Berufserfolg von Akademikern mit Migrationshintergrund erklären können. Neben der

Validierung allgemeingültiger Faktoren lassen sich dabei auch bislang aber unerforschte migrantenspezifische Erfolgsdimensionen explizieren. Darauf aufbauend werden erste Implikationen für eine zielgerichtete Integrationspolitik abgeleitet.

Innovationsprojekte und organisationalen Wandel professionell gestalten Springer Science & Business Media

Das vorliegende Buch stellt das Potenzial von Social Software-Anwendungen, wie z.B. Wikis, Weblogs und Social Networks, für den Einsatz im Unternehmenskontext (?Enterprise 2.0?) dar. Für jede der untersuchten Anwendungen wird eine Sicht auf die interne Verwendung im Unternehmen sowie eine Sicht auf den unternehmensexternen Einsatz eingenommen. Davon ausgehend werden die potenziellen Einsatzmöglichkeiten dieser Anwendungen, insbesondere für das Wissensmanagement herausgearbeitet. Darüber hinaus wird eine empirische Untersuchung durchgeführt, welche die durch den Einsatz von Social Software-Anwendungen hervorgerufenen Veränderungen bzw. die Anpassungen der Organisationsstruktur und Unternehmenskultur untersucht. Basierend auf den Ergebnissen werden primär die folgenden Fragen beantwortet und der organisationale Wandel durch Enterprise 2.0 beschrieben. Welche Potenziale ergeben sich durch den Einsatz von Social Software für Unternehmen und welche Social Software-Anwendungen eignen sich besonders für das Wissensmanagement? Ist der Einsatz von Social Software-Anwendungen in Unternehmen bereits verbreitet und welche Anwendungen werden eingesetzt? Welche Voraussetzungen für Veränderungen in der Unternehmenskultur sind für den erfolgreichen Einsatz von Social Software notwendig und welche Veränderungen in der Organisationskultur haben bereits stattgefunden? Welche Anpassungen der Organisationsstruktur ergeben sich aus Veränderungen der Unternehmenskultur?

Qualität und Rollenbilder beim simultanen Konferenzdolmetschen Springer-Verlag

Wie hängen Qualität und Rolle/n beim simultanen Konferenzdolmetschen zusammen und welche Bedeutung kommt dabei dem Konzept der Norm zu? Die vorliegende Arbeit gibt eine Antwort auf diese Frage, untersucht die Konzepte aus (translations-)soziologischer Sicht, verbindet sie miteinander und bietet für die Untersuchung der Qualität einen neuen Ansatz. Es zeigt sich, dass Qualitätsuntersuchungen aus soziokultureller Perspektive lohnen, da sich nur dadurch das Vorherrschen von bestimmten Rollenerwartungen und Anforderungen an die Qualität beim simultanen Konferenzdolmetschen erklären lassen. Die empirischen Befunde resultieren aus zwei webbasierten Befragungsstudien zum Thema, die die Autorin unter den Mitgliedern des internationalen Konferenzdolmetscherverbandes (AIC) sowie des bundesdeutschen Konferenzdolmetscherverbandes (VKD) durchgeführt hat.

Armed Forces, Soldiers and Civil-Military Relations Springer Science & Business Media

Studienarbeit aus dem Jahr 2003 im Fachbereich BWL - Marktforschung, Note: 2,0, Hamburger Fern-Hochschule, Sprache: Deutsch, Abstract: Diese Seminararbeit handelt vom Internet als Instrument der Marktforschung und zeigt die Möglichkeiten und Grenzen des Internets auf. Sie beinhaltet einen praktischen Teil, der die Möglichkeiten einer Internet-Befragung für ein neues Modelabel beschreibt. Die Begriffe Internet-Nutzer und User werden synonym verwendet. Das Internet ist ein physikalisches Netzwerk, das Computer weltweit miteinander verknüpft (VGL. CHAFFEY U. A. 2001, 34). Das amerikanische Verteidigungsministerium nahm im Jahre 1969 ein ausfallsicheres Computernetzwerk in Betrieb, bei dem selbst ein Teilausfall die Funktionsfähigkeit des Gesamtnetzes nicht beeinträchtigt. Im Laufe der Jahre kamen immer mehr Rechner zu militärischen und wissenschaftlichen Zwecken dazu. Das Internet besteht aus zehntausenden von einzelnen Netzen, die miteinander verknüpft sind (VGL. KRONENBERG 1996, 284F). Durch die Entwicklung der Benutzeroberfläche des World Wide Web Anfang der 90er wurde das Internet auch zu wirtschaftlichen Zwecken genutzt und der Internet-Boom nahm seinen Anfang (FRITZ, 2000, 26F). Laut der ARD/ZDF-Online-Studie 2002 nutzt jeder zweite Erwachsene in Deutschland das Internet. [...]

Wissenschaftliche Umfragen Online-Marktforschung

Warum ist Stricken zu Beginn des 21. Jahrhunderts wieder angesagt? Dieser Fragestellung geht die Kulturwissenschaftlerin Maren Brederock in dem vorliegenden Fachbuch nach. Damit sie diese beantworten kann, hat sich die Verfasserin mit der Kulturgeschichte des Strickens beschäftigt. Dazu hat sie eine Online-Umfrage durchgeführt und ausgewertet. Des Weiteren hat die Autorin Strickerinnen verschiedener Altersgruppen zu ihrem Hobby befragt und dazu, warum sie sich mit anderen Strickbegeisterten treffen, um dieser Tätigkeit innerhalb einer Gruppe nachzugehen: Die sogenannten problemzentrierten Interviews sind unter der Hypothese ausgewertet worden, dass das gemeinsame Stricken von einer gegenläufigen Tendenz zur Individualisierung zeugt und/oder dem Individuum als Social Support dient. Im Anhang des Buches befinden sich Abbildungen zur Kulturgeschichte des Strickens, Fakten zur Online-Befragung sowie die Interviewtranskriptionen.

Warum treffen sich Menschen zum gemeinschaftlichen Handarbeiten?: Stricken zwischen Individualisierung und Social Support Springer-Verlag

Magisterarbeit aus dem Jahr 2003 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Methoden und Forschungslogik, Note: 1,0, Technische Universität Dresden (Institut für Kommunikationswissenschaft), Sprache: Deutsch, Abstract: [...] Dementsprechend vielschichtig ist auch der theoretische Teil der vorliegenden Arbeit aufgebaut. Kapitel 2 thematisiert den Status Quo der internationalen Online-Forschung. Die Abgrenzung beschränkt sich dabei auf zentrale Definitionen. Elementare Begriffe aus der Internet-Technologie (z. B. E-Mail, Link und Server) können zehn Jahre nach Erfindung des World Wide Web und einer Abdeckung von inzwischen gut 50% der deutschen Bevölkerung (Eimeren, Gerhard und Frees, 2003, S. 339) als bekannt vorausgesetzt werden. Nach einem kurzen Literaturüberblick der Vor- und Nachteile von Online-Befragungen in ihren jeweiligen Anwendungsgebieten behandelt Kapitel 2.2 die statistischen Gütekriterien der Methodenforschung. Diese, und die in Kapitel 2.3 vorgestellten Rekrutierungsverfahren, bilden die Grundlage zur folgenden Dokumentation des empirischen Forschungsstands von Online-Fragebogeneffekten im Kapitel 2.4. Der Rückblick systematisiert die in der Literatur meist katalogartig aneinander gereihten experimentellen Einzelbefunde nach Merkmalen des Befragten und des Instruments. Um die viel beklagte Liste der unzusammenhängenden Einzelbefunde nicht weiter zu verlängern, bietet sich die Suche nach einem geeigneten theoretischen Rahmen an. Dazu stellt Kapitel 3 die wichtigsten Theorieansätze zur Teilnahme an Befragungen (Kapitel 3.1) und zur Beantwortung von einzelnen Fragen (Kapitel 3.2) vor und unterzieht sie jeweils einer kritischen Würdigung. Ein viel versprechendes, psychologisches Prozessmodell aus der CASM-Bewegung (Cognitive Aspects of Survey Methodology) dient schließlich als Grundlage zur Ableitung von Hypothesen und Forschungsfragen. Die CASM-Perspektive ist besonders gut mit Fragestellungen der Online-Forschung vereinbar, weil sie den reinen Antwortprozess fokussiert und andere Einflüsse, wie z. B. die Interviewer-Fehler, nur indirekt behandelt. Gerade die Online-Technologie erlaubt es, den Antwortprozess mit maschineller Genauigkeit abzubilden. Der empirische Teil (Kapitel 4) beschreibt eine experimentelle Untersuchung von Fragebogeneffekten bei einer eigens zu diesem Zweck konzipierten Online-Befragung. Als Fragebogeneffekt werden in dieser Arbeit Ursache-

Wirkungs-Zusammenhänge zwischen verbalen und nonverbalen Merkmalen eines Fragebogens (z. B. Wortlaut, Reihenfolge, Format) und dem Antwortverhalten der Befragten verstanden. [...]

[Telephone Surveys in Europe](#) Springer-Verlag

Social science methods such as surveys, observations and content analyses are used in market research, studies of contemporary history, urban planning and communication research. They are all the more needed by sociologists and empirically working political scientists. Whether in the context of evaluating a prevention programme or for surveying health behaviour or for a study on social mobility, the confident handling of the social science instruments is always a prerequisite for obtaining reliable results. This book provides important information for users and developers of these instruments. It deals with the theoretical foundations of the methods, the steps in the conception and implementation of a project, the many variants of data collection, the methods to be used in the selection of study units, as well as the principles to be observed in the evaluation and documentation of the findings. With the help of numerous examples, a particularly clear presentation is achieved. In the fourth, updated edition, river sampling has now been included in the selection process, digital methods are increasingly presented and, against the background of the new data protection regulation, research ethics and data protection are also updated.

[Empirical Social Research](#) Springer-Verlag

Das Kaufverhalten von Kunden wird von einer Vielzahl von Faktoren beeinflusst. In der Markt- und Sozialforschung sowie in der Unternehmenspraxis werden Conjoint-Analysen angewendet, um diese Faktoren zu untersuchen, jedoch stellen sie hohe Anforderungen an die Probanden. Joachim R. Pelz formuliert ein Modell zur Analyse der Aussagefähigkeit und -willigkeit von Probanden, das mit einer umfangreichen empirischen Untersuchung verifiziert wird. Der Einfluss auf die Ergebnisgüte und die Ursachen der Aussagefähigkeit und -willigkeit werden identifiziert und quantifiziert. Die Implikationen der Studie sind für weitere Forschungsarbeiten sowie für die praktische Anwendung von Relevanz und können zu einer valideren Nutzenmessung und Kaufentscheidungsprognose führen.

Springer

In der Qualitätsentwicklung im E-Learning ist mittlerweile unstrittig, dass dem Lernenden, seinen Präferenzen und Anforderungen eine herausragende

Stellung eingeräumt werden muss. Mit der vorliegenden Studie wird erstmals ein empirisches Modell individueller Lernerpräferenzen vorgestellt. Die Ergebnisse zeigen detailliert auf, welche Faktoren für Lernende beim E-Learning Relevanz besitzen.

[Qualität im E-Learning aus Lerner Sicht](#) GRIN Verlag

Wissenschaftliche Umfragen sind ein unverzichtbares Instrument in der empirischen Sozialforschung. Sie beeinflussen die öffentliche Meinung und Entscheidungen in vielen Bereichen von Wirtschaft und Gesellschaft. So unverzichtbar Umfragen sind, so fehleranfällig sind sie aber auch – durch die Art der Fragen oder auch durch ausgefallene Antworten. Das Buch geht auf die aktuelle Entwicklung vom Telefon zum Internet als Befragungsmedium ein. Anhand eines groß angelegten Access Panels, das heißt Adresspools befragungsbereiter Personen, führt es in Anlage, Methoden, mögliche Fehlerquellen und Ergebnisauswertung bei der Durchführung von Umfragen ein.

[Envisioning the Survey Interview of the Future](#) Springer-Verlag

Im Rahmen einer Mixed-Methods-Untersuchung identifiziert Marie Schulte zentrale Einflussfaktoren auf die Teilnahmebereitschaft an mobilen Web-Befragungen. Als Treiber sind insbesondere das erwartete Vergnügen an einer Befragungsteilnahme sowie soziale Einflüsse anzusehen. Hemmend auf die Teilnahmebereitschaft wirkt primär der erwartete Aufwand der Teilnahme. Weiterhin wird deutlich, dass die Stärke einzelner Wirkungsbeziehungen u.a. vom Alter und Geschlecht der Smartphone-Nutzer sowie von dem in der Erhebungssituation empfundenen Zeitdruck abhängig ist. Aus den gewonnenen Erkenntnissen lassen sich zielgruppenspezifische Implikationen für eine teilnahmefördernde Ansprache potenzieller Probanden ableiten.

[Improving Surveys with Paradata](#) Springer-Verlag

Axel Theobald liefert einen umfassenden Leitfaden zu den notwendigen Handlungsabläufen sowie zu den aktuellen Anwendungsbereichen der Online-Marktforschung. Die Themengebiete werden auch für den (bisherigen) Laien – trotz der Komplexität und der Fülle von Einzelaspekten, die es bei der Durchführung von Online-Befragungen zu beachten gilt – verständlich und mit hohem Bezug zur Praxis dargestellt. Zusätzlich beleuchten zehn Experten in Gastbeiträgen relevante Aspekte aus dem Fachgebiet, wie zum Beispiel Datenqualität und Datenschutz, Online-Communities und Social Media sowie Mobile Research.

Best Sellers - Books :

- [Twisted Lies \(twisted, 4\)](#)
- [Ugly Love: A Novel By Colleen Hoover](#)
- [Never Never: A Romantic Suspense Novel Of Love And Fate](#)
- [The Very Hungry Caterpillar By Eric Carle](#)
- [The Covenant Of Water \(oprah's Book Club\)](#)
- [A Court Of Frost And Starlight \(a Court Of Thorns And Roses, 4\)](#)
- [American Prometheus: The Triumph And Tragedy Of J. Robert Oppenheimer](#)
- [Chicka Chicka Boom Boom \(board Book\)](#)
- [Fast Like A Girl: A Woman's Guide To Using The Healing Power Of Fasting To Burn Fat, Boost Energy, And Balance Hormones By Dr. Mindy Pelz](#)
- [Girl In Pieces](#)