



Jetzt kann man in der Schweiz auch Marktforschung studieren.

Neuer Masterlehrgang leistet Pionierarbeit in Europa

Das Hochschul-Programm «Public Opinion and Survey Methodology» ist in der Schweiz erfolgreich gestartet.

*Rainer Diaz-Bone und Georg Lutz**

Im Herbstsemester 2013 ist der Lehrbetrieb für einen neuartigen Master an drei Schweizer Universitäten aufgenommen worden. Die Universitäten

«Zielsetzung ist, ein umfassendes Kompetenzprofil zu vermitteln.»

Lausanne, Luzern und Neuchâtel bilden seitdem die ersten Studierenden aus, die methodische Kompetenzen der Survey-Forschung für Markt- und Meinungsforschung, aber auch für die öffentliche Statistik und die sozialwissenschaftliche Forschung erwerben. Der MA POSM ist ein in Europa einzigartiges Studienangebot. Zielsetzung ist, ein umfassendes Kompetenzprofil zu vermitteln. Die Studien

beinhalten soziologische, sozialpsychologische, politikwissenschaftliche sowie konsumpsychologische Themen. Studierende lernen zudem Survey-Prozesse zu managen, was alle Stationen von der Planung, Durchführung und dem Qualitätsmanagement bis zur statistischen Auswertung und Präsentation der Befunde umfasst. Ausgebildet wird an allen drei Universitäten in Englisch. Die Abbildung veranschaulicht die Studiengangstruktur.

Der Studiengang kann in drei Semestern absolviert werden. Vorgesehen ist, dass Studierende die Option erhalten, ein Praktikum zu absolvieren. In diesem Kontext kann dann eine Masterarbeit verfasst werden, die eine (methodische) Thematik aus der Survey-Praxis auf wissenschaftlicher

Grundlage und mit wissenschaftlichen Methoden untersucht. Zum kommenden Herbstsemester werden die ersten Studierenden ein solches Praktikum aufnehmen, welches durch eine Partnerorganisation des MA POSM, ein Mitglieds-Unternehmen des vsms, Organisationen der öffentlichen Statistik und weiteren Organisationen im Bereich der Sozialforschung angeboten werden kann. ■

**Die beiden Autoren sind Initianten und Dozenten des neuen Studiengangs.*

*Kontakt: Prof. Dr. Rainer Diaz-Bone, Universität Luzern, Froburgstrasse 2, 6002 Luzern, Tel: +41 41 229 55 59, E-Mail: rainer-diazbone@unilu.ch;
Prof. Dr. Georg Lutz, Universität Lausanne, Bâtiment Géopolis, 5630 Quartier UNIL-Mouline, 1015 Lausanne, Tel: +41 21 692 37 38, E-Mail: georg.lutz@unil.ch.*

Master of Arts Public Opinion and Survey Methodology

Thesis (30 ECTS)

Theoretical foundations of survey research and of opinion formation
(min. 15 ECTS)

Introduction to surveys
Social structure
Social psychology
Consumer behaviour

Survey research methodology
(min. 15 ECTS)

Survey research
Survey methods
Survey statistics
Questionnaire design

Analysing and presenting survey data
(min. 15 ECTS)

Statistics
Data management
Data exploration
Data presentation

Elective courses
(min. 15 ECTS)

Admission requirements:

Bachelor degree in social sciences

Bild: Keystone, Grafik: zVg

«Praxisorientiert und interdisziplinär»

DemoSCOPE beschäftigt zwei Absolventen des ersten MA-POSM-Studiengangs als Werkstudenten. Nachfolgend äussern sie sich zu ihren bisherigen Erfahrungen mit dem neuen Studienangebot.



Silvan Hüsler: «Der Masterstudiengang in Public Opinion and Survey Methodology ist sehr interdisziplinär ausgerichtet. Zukünftige Studierende müssen diesbezüglich eine grosse Offenheit mitbringen und beispielsweise kein Problem damit haben, wenn es am gleichen Abend gilt, Wahrscheinlichkeitstheorie zu büffeln, über sozialpsychologische Konzepte zu sinnieren und Programmierhürden in einer Statistiksoftware zu meistern. Was mich persönlich betrifft, ist dies gerade ein Aspekt, der einen Teil des Reizes am neuen Masterprogramm ausmacht. Ich rate zukünftigen Studierenden, möglichst früh im

Studium mit der Praxis in Berührung zu kommen, denn dies hat meiner Meinung nach nur Vorteile: Zum einen merkt man dann schnell, dass sich das Gelernte vielfach 1:1 anwenden lässt und das Büffeln nicht umsonst ist. Zum anderen lehrt einem die Praxis zielorientiertes und kundennahes Handeln. Insofern bin ich DemoSCOPE sehr dankbar, in der neu geschaffenen Funktion als Werkstudent wirken zu dürfen. Ich bin zuversichtlich, dass der neu geschaffene Masterstudiengang längerfristig in der Branche auch als Nährboden für innovative Ideen in Erscheinung treten kann.»



Bilder: zVg

David Sanchez: «Der Masterstudiengang gibt mir einen breiten Überblick über das Tätigkeitsfeld der Marktforschung, sowie ein solides Grundverständnis in Statistik Statistik-Software und den Hauptproblemfeldern der Marktforschung. Neben Statistik und Software umfasst das Programm sämtliche Schritte von der Datenerhebung, Datenanalyse, Fragebogengestaltung, Datenpräsentation über theoretische Hintergründe in Sozialpsychologie und Soziologie. Der Schwerpunkt liegt auf praktischen Frage- und Problemstellungen. Da der Studiengang abwechselnd an drei verschiedenen Universitäten durchgeführt wird, fallen je

nach Wohnort wöchentliche erhebliche Reisezeiten an. Ich persönlich sehe das als Chance, da ich im Zug sehr gut lesen und mich auf die Kurse vorbereiten kann. Zudem wird der Studiengang ausschliesslich in Englisch abgehalten, eine solide Grundkenntnis in Englisch wird daher vorausgesetzt. Das Studium in diesem Masterprogramm lässt sich ideal mit einer beruflichen Tätigkeit im Bereich der Marktforschung verbinden. Die Verbindung des Studiums mit einem Praktikum in diesem Bereich wird denn auch explizit antizipiert und bereitet mich ideal für den Berufseinstieg vor.»