

Carsten Baumgarth / Martin Eisend
Heiner Evanschitzky (Hrsg.)

Empirische Mastertechniken

Eine anwendungsorientierte
Einführung für die Marketing-
und Managementforschung





Inhaltsverzeichnis

Stimmen zum Buch	V
Vorwort	VII
Herausgeber	XI
Autorenverzeichnis	XIII

Teil 1

Einführung

<i>Carsten Baumgarth, Martin Eisend und Heiner Evanschitzky</i> Empirische Mastertechniken	3
---	---

Teil 2

Explorative Mastertechniken

<i>Urs Jäger und Sven Reinecke</i> Expertengespräch	29
<i>Marcus Schögel und Torsten Tomczak</i> Fallstudie	77
<i>Erna Szabo</i> Grounded Theory	107
<i>Carsten Baumgarth und Jochen Koch</i> Inhaltsanalyse	131

Teil 3

Explikative Mastertechniken

Oliver B. Büttner und Arnd Florack

Beobachtung 167

Torsten J. Gerpott

Ereignisstudie 203

Carsten Baumgarth und Heiner Evanschitzky

Erfolgsfaktorenforschung 235

Alfred Kuß

Großzahlige Befragung 263

Thomas Salzberger und Hartmut H. Holzmüller

Interkulturelle Studien 291

Nicola Stokburger-Sauer und Martin Eisend

Konstruktentwicklung 331

Maurice Eschweiler, Heiner Evanschitzky und David Woisetschläger

Laborexperiment 361

Winfried J. Steiner und Anett Weber

Ökonometrische Modellbildung 389

Teil 4

Generalisierende Mastertechniken

Martin Eisend

Metaanalyse 433

Katharina J. Auer-Srnka

Mixed Methods 457

Carsten Baumgarth und Heiner Evanschitzky

Replikation 491

Stichwortverzeichnis 513