

ZARA



Marketing
Consultant

Content
Manager

Product
Manager

Customer
Insights
Manager

Brand
Manager

Shopper
Marketing
Manager

Founder

Marketing
Communications
Officer

Online
Marketing
Manager



Head of
Social Media

Advertising
Specialist

Category
Executive

CRM
Manager

Market Research
Consultant

Behavioral Scientist

SBWL Consumer Research & Marketing Communication



Eva Marckhgott, MSc
m.core - Institute for Marketing & Consumer Research

JUNI 2018



Unsere Philosophie: Science inspired by consumers.



Der Konsument steht im Mittelpunkt.
Sein Verhalten wird untersucht.



Daten werden erhoben ...



... und analysiert,...



... um daraus neue Ideen für eine
gezielte Ansprache abzuleiten.

Marketing & Consumer Research

- Univ.Prof. DDr. Bernadette Kamleitner

Handel & Marketing

- o.Univ.Prof. Dr. Peter Schnedlitz

Internationales Marketing Management

- o.Univ.Prof. Bodo Schlegelmilch, PhD., D. Litt

Marketing Management

- Univ.Prof. Dr. Martin Schreier

Service Marketing & Tourismus

- Univ.Prof. Dr. Thomas Reutterer

Interactive Marketing & Social Media

- Univ.Prof. Dr. Nadia Abou Nabou

Das **m.core** -Team stellt sich vor

MARKETING & CONSUMER RESEARCH



Das -Team stellt sich vor



Univ. Prof. DDr.
Bernadette **Kamleitner**
Institutsvorständin



Mag. Sandra **Holub**
Universitätsassistentin



Mag. Carina **Thürridl**
Universitätsassistentin



PD Dr. Monika **Koller**
**Stellvertretende
Institutsvorständin**



Eva **Marckhgott**, MSc
Universitätsassistentin



Mag. Gerlinde **Spicko**
Wiss. Mitarbeiterin



Michail **Kokkoris**, PhD
Assistenzprofessor



Renato **Regis**, MSc
Universitätsassistent



Marc **Sobisch**, BSc
Tutor und Studienassistent



Helga **Karl**
Office Management



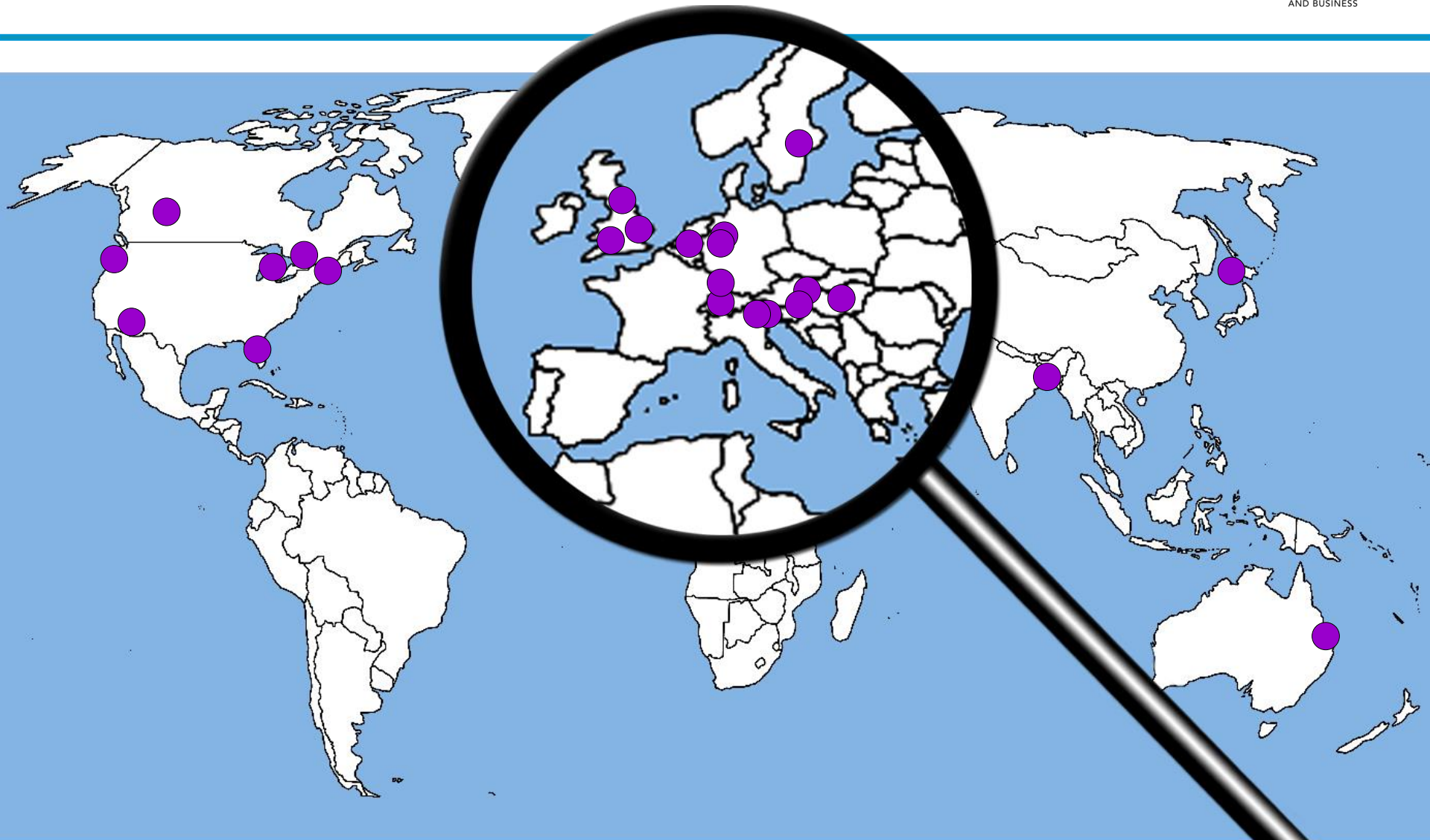
Patrick **Lerch**, BSc
Office Management

Welchen Nutzen hat für Sie?

- KonsumentInnenorientierte Sichtweise
- Wissen ohne Ablaufdatum
- Ausbildungsinhalte auf dem letzten Stand der internationalen Marketing- und KonsumentInnenforschung
- Relevanz und Praxisnähe
- intensive persönliche Betreuung
- Arbeiten im Team
- LVs in Englisch und Deutsch
- Mitgliedschaft in einer aktiven Community erfolgreicher Absolventen



Welchen Nutzen hat für Sie?



Welchen Nutzen hat für Sie?



Was erwarten wir von Ihnen?

- Neugierde
- Eigeninitiative
- Leistungsbereitschaft
- Analytisches und strategisches Denkvermögen
- Teamfähigkeit
- Selbstständigkeit



Zugang zur SBWL und Kurse



Schriftlicher **Einstiegstest**: 6.9.2018, 13:30 Uhr

→ Warum?

- gleiches Wissensniveau
- Grundwissen, das wir später voraussetzen (Basiswissen)
- Insights in Marketing- und KonsumentInnenforschung



Schriftlicher **Einstiegstest**: 6.9.2018, 13:30 Uhr

60 Punkte (= 60 Minuten)

- **25 Punkte: Basiswissen Marktforschung**
Aaker/Kumar/Leone/Day (2013): Marketing Research,
11. Auflage, Kapitel 11/12/16/17/18/22
- **25 Punkte: Basiswissen Marketing**
Marketing Lernmodul 2
- **10 Punkte: Zusatzliteratur**
abgestimmt auf die Forschungsschwerpunkte des Instituts



Homepage:

wu.ac.at/mcore/teaching/bachelor/admission/

Learn@WU:

[Lehrmaterialsammlung](#) (auch VOR LPIS-Anmeldung zugänglich)

**Aaker/Kumar/Leone/Day (2013):
Marketing Research, 11. Auflage**

MC-Fragen +
Rechenbeispiel

Chapter 11: Attitude Measurement

Chapter 12: Designing the Questionnaire

Chapter 16: Fundamentals of Data Analysis

Chapter 17: Hypothesis Testing - Basic Concepts and Tests
of Associations

Chapter 18: Hypothesis Testing - Means and Proportions

Chapter 22: Presenting the Results

Marketing Lernmodul 2:

MC-Fragen

Verhaltens- und Informationsgrundlagen des Marketing

Zusatzliteratur:

Offene Fragen

Die Zusatzliteratur ist auf Learn@WU erhältlich

Infos zum Einstiegstest

Learn@WU MyLearn Lehrveranstaltungen Ihre Suche

MyLearn

- Home
 - Mein Kalender
 - Meine Dateien
- Meine Anwendungen
 - Abschlussarbeiten
- Meine Materialien
 - SBWL - Institut MCORE
 - Mein Ordner
- Meine Einstellungen
 - Kennung
 - Layout der Portalseite
 - Sprache
 - Benachrichtigungsoptionen
 - Nutzungsbedingungen
- Meine Quicklinks
 - eTeaching@WU
 - Kurse & Workshops für Lehrende
 - Learn@WU-Guide
 - Learn@WU Support
 - LPIS
 - LV-Evaluierung
 - Rooms
 - Teaching&Learning Academy

Mitgliedschaften

Alles aufklappen Alles zuklappen

Meine Lehrveranstaltungen

- Winter 2017/2018
 - 1348 Brand Management Admin
 - 1707 Einstieg in die SBWL: Consumer Research and Marketing Communication Admin
- Sommer 2018
 - 5461 Einstieg in die SBWL: Consumer Research and Marketing Communication Admin

Meine Lehrmaterialsammlungen

- SBWL Consumer Research and Marketing Communication - Einstiegstest Admin
- SBWL Werbung und Markenmanagement - Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens Admin
- Strategische Kommunikationsplanung 2 Admin

Meine Akademischen Einheiten

- Institut für Marketing und KonsumentInnenforschung

Meine Clubs

LMS-Quicklinks

- Bitte wählen...
- Ökonomik der Verteilung
- Personalmanagement Kurs I
- Philosophie
- PI Öffentliches Wirtschaftsrecht
- Politische Ökonomie...nd Theoriegeschichte
- Public Governance: K...rofit Organisationen
- Public Management VI: Praxisdialog
- Quantitative Methode...tschaft und Logistik
- Rechnungswesen und Steuern
- Repetitorium aus Acc...anagement Control II
- Risk Management and Insurance
- Rumänisch für Fortgeschrittene
- SBWL Accounting Kurs...nanzierung und Steuern
- SBWL Accounting Kurs...en und Bilanzpolitik
- SBWL Consumer Resear...tion - Einstiegstest**
- SBWL Internationales...unting & Controlling
- SBWL Internationales...ment - Einstiegstest
- SBWL Kurs I (Grundku...s: Grundzüge der IKT
- SBWL Produktionsmanagement - Kurs III
- SBWL Rechnungslegung...Steuerlehre (Kurs I)

Kalender

Ereignisse vom 17. Januar 2018 bis 24. Januar 2018

Datum	Zeit	Ereignis	Kalender
Keine Einträge vorhanden			

ToDos

Annotationen

Support
Learn@WU Guide

Keine Annotationen vorhanden

Aufgaben

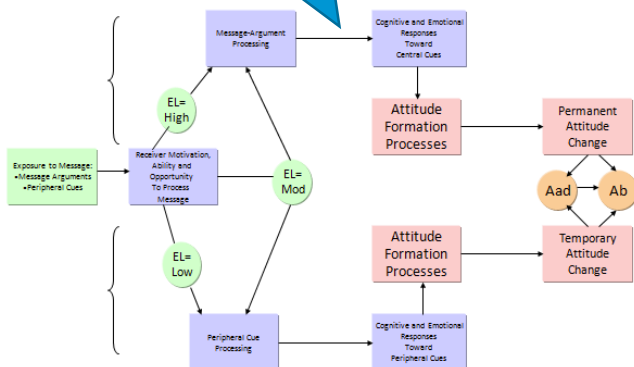
Kurs 1	Konsumentenverhalten bzw. Consumer Behavior
Kurs 2	Markenmanagement bzw. Brand Management
Kurs 3	Kommunikation bzw. Communication
Kurs 4*	Angewandte Konsumentenforschung <i>(sequenziert nach Kurs 1 und 2)</i>
Kurs 5	Special Topics <i>(wählbar aus dem Angebot des Departments)</i>
Enrichment	Statistische Methoden der Marketingforschung <i>(SPSS) (empfohlen parallel zu Kurs 4)</i>
Enrichment	Qualitative Methoden <i>(empfohlen parallel zu Kurs 4)</i>

* nicht anrechenbar

Consumer Psychology



CB Models



Decision Making

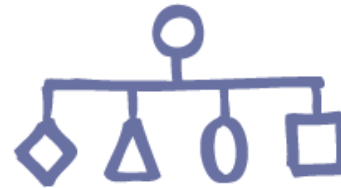


BRANDED HOUSE



VS

HOUSE OF BRANDS



Brand
Architecture

GUCCI

ROLEX

MOSCHINO

GIVENCHY

BVLGARI

Lamborghini

DOLCE & GABBANA

BOSS
HUGO BOSS

HERBERRY

Luxury Brand
Management



Brand
Extension



Guerilla Marketing

Media-planung



Influencer Marketing



Kurs 4 – Angewandte Konsumenforschung

- Sommersemester 2018: STRÖCK
CRM Tools
- Wintersemester 2017/2018: AMA
Milchkonsum bei Millennials
- Sommersemester 2017 und 2013: FELIX
Käufertypologisierung, Markenpositionierung
- Wintersemester 2016/2017: VÖW
Verwendung von Werbeartikeln
- Sommersemester 2016, 2015 und 2014: MAV
- Wintersemester 2015/2016: KWIZDA
Kaufverhalten bei Schädlingsbekämpfungsmitteln

The logo for Ströck, featuring the word "Ströck" in a stylized, yellow, cursive font with a wheat stalk icon above the 'ö'.

Unsere Extras für Sie

WU
WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS



- Unsere besten Studierenden haben die Möglichkeit auf ein bezahltes Praktikum
- Momentanes Partner-Unternehmen:

Henkel



Marketing Insights Praxisdialog und Videoreihe

„Die Makava Story“

MAKAVA
delighted ice tea

„Start-up
Marketing“



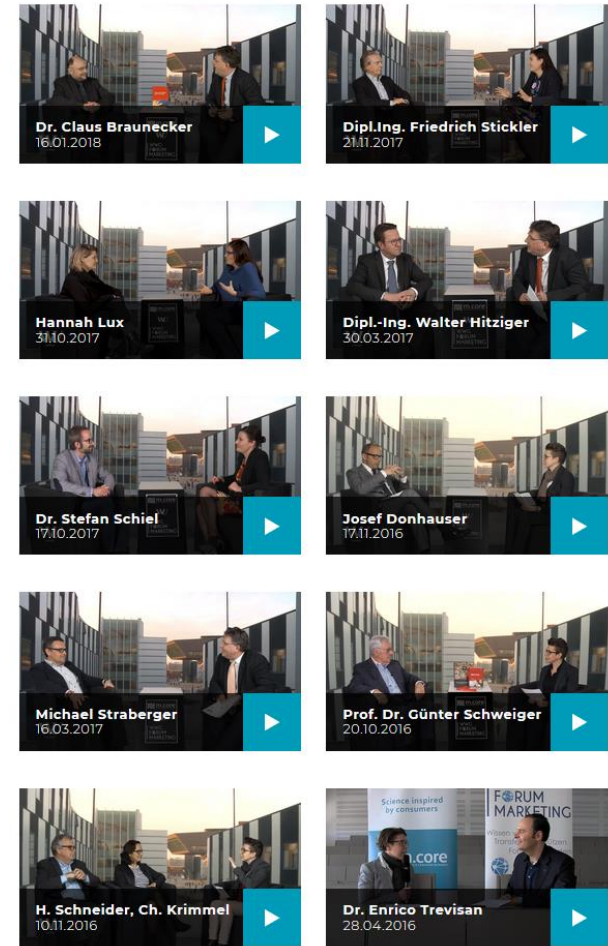
„Facelifting einer
Sportmarke“



„The Irrational
Consumer“

SIMON • KUCHER & PARTNERS
Strategy & Marketing Consultants

„Eiskalt im Wandel
der Zeit“



wu.ac.at/mcore/partner/insights/

Testimonials



Was unsere Absolvent/inn/en von ihrer Ausbildung halten:



Julia Pernt, MSc
Junior Brand Amplifier,
Coca Cola Hellenic
Austria

*„ (...) Die Mischung aus Prüfungen, Seminararbeiten und Projekten mit namhaften Kooperationspartnern ist eine **perfekte Vorbereitung sowohl für weiterführende Studien als auch das Berufsleben** und trägt dadurch zur Attraktivität dieser SBWL bei.“*

Was unsere Absolvent/inn/en von ihrer Ausbildung halten:



Mag. **Christian Mahr**, BSc
Head of Product Management,
Österreichische Post

*„(...) Man erhält als Student die Möglichkeit, **höchst relevante unternehmerische Fragestellungen in Kooperationen mit namhaften Firmen** zu beantworten und erfahrene Entscheidungsträger aus den Bereichen strategisches Management, Marktforschung und Kommunikation kennen zu lernen. Sehr **engagierte und kompetente Vortragende sowie interessierte KollegInnen** sorgen für eine angenehme und anregende Atmosphäre. (...)“*

Was unsere Absolvent/inn/en von ihrer Ausbildung halten:

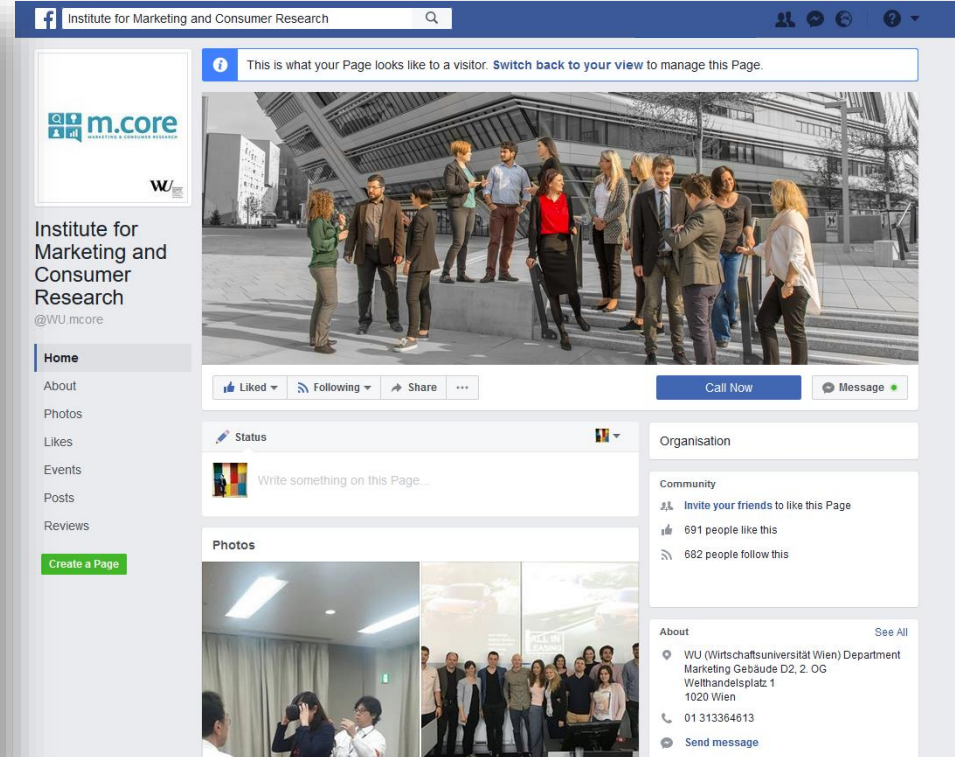
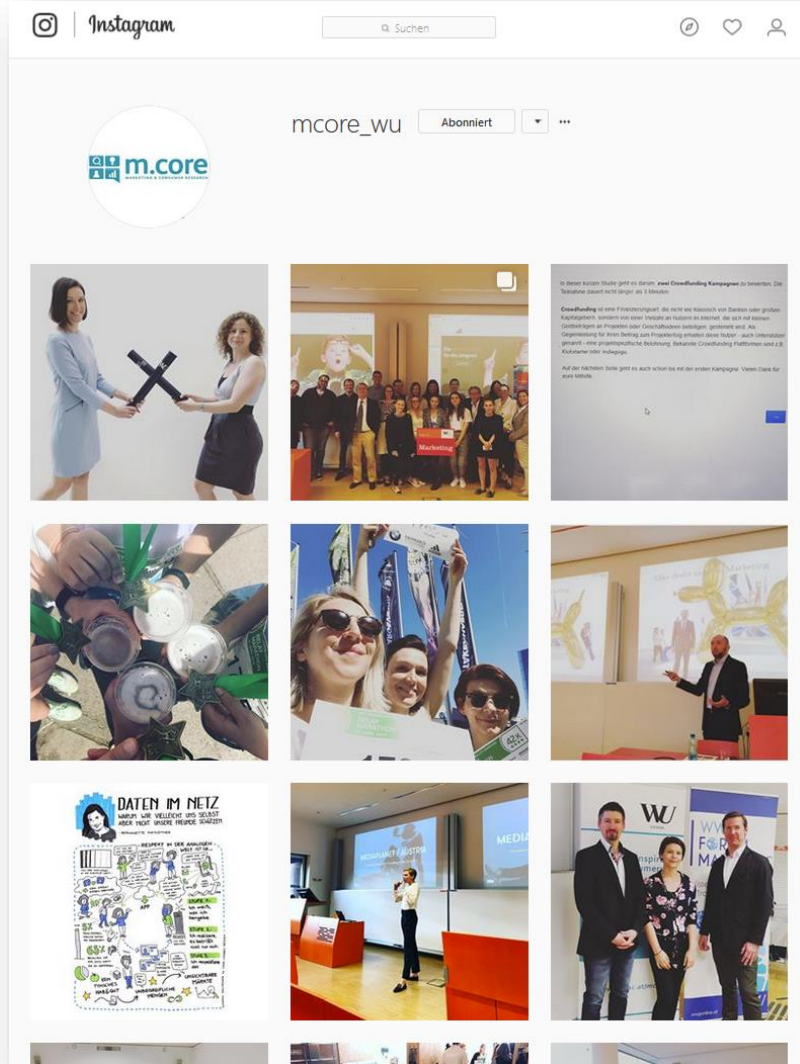


Manuel Nussbaumer, MSc
Senior Research Consultant,
Marketmind

*"Ich habe mich damals für die SBWL entschieden, weil hier auf **Zusammenarbeit mit Firmen** als auch mit externen Lektoren aus der Praxis großen Wert gelegt wird. Durch diesen Fokus schafft es diese SBWL, die Studierenden mit dem **richtigen Rüstzeug** zu versehen und ein umfassendes Bild darüber zu vermitteln, was in der Arbeitswelt von Bedeutung ist."*

Stay Tuned!

WU
WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

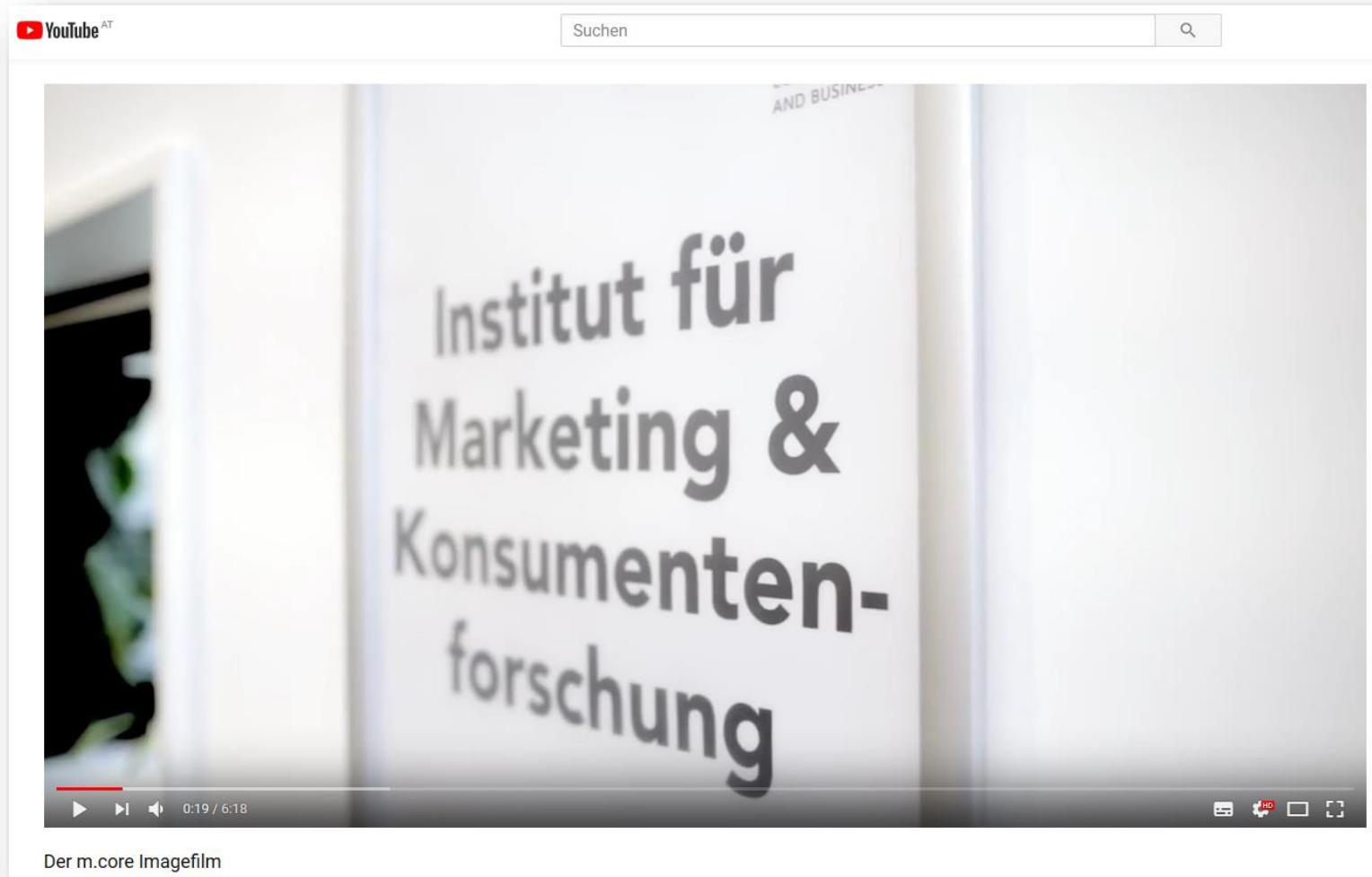


Institute for Marketing and Consumer Research



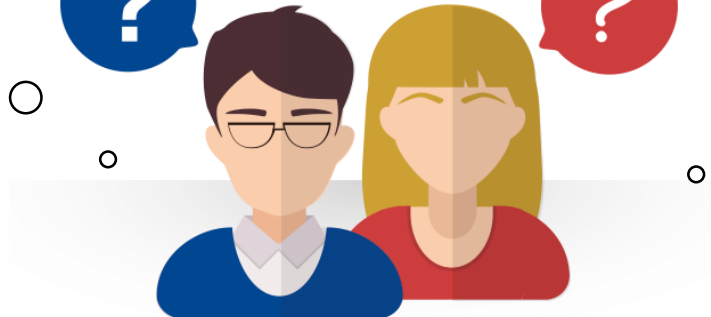
mcore_wu

Unser Imagefilm



Passt die SBWL Consumer Research & Marketing Communication zu mir und ich zu ihr?





Fragen?

WU
WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS



VIENNA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND BUSINESS

m.core - Institute for Marketing &
Consumer Research

Department of Marketing

Mail: mcore@wu.ac.at
Tel: +43 (0)1 313 36-4613
Web: wu.ac.at/mcore
FB: [/WU.mcore](https://www.facebook.com/WU.mcore)
IG: [@mcore_wu](https://www.instagram.com/mcore_wu)