



Consumer Research & Marketing Communication

Eva Marckhgott, MSc
Institute for Marketing & Consumer Research
Department Marketing

17.01.2018

Agenda

- Über das Institut
- Zugang zur SBWL
- Inhalte der Lehrveranstaltungen
- Forschungsbereiche des Instituts

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 Nabout

Das m.core -Team stellt sich vor

MARKETING & CONSUMER RESEARCH



Das m.core -Team stellt sich vor

MARKETING & CONSUMER RESEARCH



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



Mag. Sandra **Holub**
Wissenschaftliche Mitarbeiterin in
Lehre und Forschung



Univ. Ass. Ruta **Ruzeviciute**, MSc
Wissenschaftliche Mitarbeiterin in
Lehre und Forschung



PD Dr. Monika **Koller**
Stellvertretende
Institutsvorständin



Univ. Ass. Eva **Marckhgott**, MSc
Wissenschaftliche Mitarbeiterin in
Lehre und Forschung



Univ. Ass. Mag. Sophie **Süßenbach**
Wissenschaftliche Mitarbeiterin in
Lehre und Forschung



Michail **Kokkoris**, PhD
Assistant Professor



Univ. Ass. Renato **Regis**, MSc
Wissenschaftlicher Mitarbeiter in
Lehre und Forschung



Univ. Ass. Mag. Carina **Thürridl**
Wissenschaftliche Mitarbeiterin in
Lehre und Forschung



Helga **Karl**
Office Management



Patrick **Lerch**, BSc
Office Management



Mag. Gerlinde **Spicko**
Senior Scientist

Das m.core -Team stellt sich vor

MARKETING & CONSUMER RESEARCH

Weiters im Team



Lisa **Gilg**, BSc
Tutorin

Externe LektorInnen



Ing. Thomas **Kastner**
Lektor



Dr. Stefan **Schiel**
Lektor



Dr. Gertraud **Schrattenecker**
Lektorin



PhDr. Ferdinand **Stürgkh**
Lektor

Unsere Philosophie: Science inspired by consumers.



Der Konsument steht im Mittelpunkt.
Sein Verhalten wird untersucht.



Marktdaten werden erhoben ...



... und analysiert,...



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

- intensive **persönliche Betreuung**
- Durchführung von **Projekten** mit Partnern aus der **Praxis**
- Arbeiten im **Team**
- **Ausbildungsinhalte auf dem letzten Stand** der internationalen Marketing- und KonsumentInnenforschung
- **Präsentations-Coaching** durch einen professionellen Trainer aus der Praxis

Was erwarten wir von Ihnen?

- Leistungsbereitschaft
- Analytisches und strategisches Denkvermögen
- Teamfähigkeit
- Selbstständigkeit

Lehrprogramm

Kurs 1 – Konsumentenverhalten bzw. Consumer Behavior

**Kurs 2 - Markenmanagement bzw. Brand Management
bzw. Fallstudien aus Markenmanagement**

Kurs 3 – Kommunikation bzw. Communication

**Kurs 4 - Angewandte Konsumentenforschung
(nach Kurs 1 und 2 / sequenziert)**

**Kurs 5 - Ausgewählte Themen der Kommunikations- und
Konsumentenforschung**

**Enrichment - Statistische Methoden der
Marketingforschung (SPSS)**

Zugang zur SBWL

Schriftlicher **Einstiegstest**: 6.2.2018, 18:30 Uhr

60 Punkte (= 60 Minuten)

25 Punkte: Aaker/Kumar/Leone/Day (2013):
Marketing Research, 11. Auflage
Kapitel 11/12/16/17/18/22

25 Punkte: Marketing Lernmodul 2, Multiple Choice

10 Punkte: Zusatzliteratur, abgestimmt auf die
Forschungsschwerpunkte des Instituts

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

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:

Verhaltens- und Informationsgrundlagen des Marketing

Zusatzliteratur:

Kamleitner (2017): Besitzend und Besessen – Konsum und Besitz vor dem Hintergrund bröckelnder Subjekt-Objekt-Grenzen

Ruzeviciute/Kamleitner (2017): Attracting new customers to loyalty programs: The effectiveness of monetary versus nonmonetary loyalty programs

Die Zusatzliteratur ist auf Learn@WU erhältlich

Infos zum Einstiegstest

- Homepage:
wu.ac.at/mcore/teaching/bachelor/admission/
- Learn@WU:
[Lehrmaterialsammlung](#) (auch vor LPIS-Anmeldung zugänglich)

Infos zum Einstiegstest

- 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

MyLearn

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 und auch ohne Anmeldung zu einer LV einsehbar. Mehr
- Personalmanagement Kurs I
- Philosophie
- PI Öffentliches Wirtschaftsrecht
- Politische Ökonomie...nd Theoriesgeschichte
- 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 Kur...nanzierung und Steuern
- SBWL Accounting Kur...n und Bilanzpolitik
- SBWL Consumer Resear...tion - Einstiegstest
- SBWL International Accounting & 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			

Kalender verwalten

ToDos

Annotationen

Support
Learn@WU Guide

Keine Annotationen vorhanden

Aufgaben

Infos zum Einstiegstest

- Home
- Informieren
- Kalender
- Ankündigungen
- Lernen & Üben**
 - Lernaktivitäten
 - Infos zum Einstiegstest
 - Zusatzliteratur SoSe 2018
 - Musterklausur
 - Rechenbeispiele Musterfragen
 - Aaker Musterfragen
- Kommunizieren
 - Foren
- Verwalten

SBWL Consumer Research and Marketing Communication - Einstiegstest

SBWL Consumer Research and Marketing Communication - Einstiegstest

SBWL Werbung und Markenmanagement

Online-BetreuerIn: [Lisa Gilg](#)

Semester

- [1707](#) Kamleitner B., Marckhgott E. - Einstieg in die SBWL: Consumer Research and Marketing Communication

Ankündigungen

Keine Ankündigungen vorhanden

[Neue Ankündigung erstellen](#)

Foren

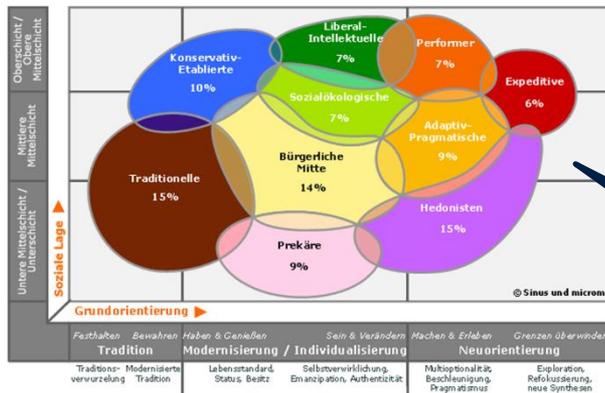
[Einstiegstest](#)

Kurs 1 - Konsumentenverhalten

Kaufentscheidungsprozesse



Einstellungen



Segmentierung

Kurs 2 – Fallstudien aus Markenmanagement

- In Kooperation mit einem Unternehmen.
- Beispiele aus den letzten Semestern:

DoN



Kurs 3 – Kommunikation

Mediaplan



Neue Medien



Ethik in der Werbung

Kurs 4 – Angewandte Konsumenforschung

- 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
- Wintersemester 2014/2015: [WKO](#)
ROPO-Effekt – Research Online, Purchase Offline
- Wintersemester 2013/2014: [AGR](#)
Sammeln von Glasverpackungen: Motive und Barrieren



Kurs 5 - Ausgewählte Themen der Kommunikations- und Konsumentenforschung

Wechselnde Themen

- **Shopping Centers: Urbane Räume des Konsums**
(SoSe 18 mit B. Kamleitner)
- **Customer Experience bei McDonald's**
(WiSe 17/18 mit A. Schmidlechner)
- **Consumer Neuroscience**
(WiSe 16/17 und 17/18 mit Z. Estes | Bocconi)
- **Startup- und Digital-Marketing**
(SoSe 17 mit D. Cronin)
- **Sensory Marketing**
(SoSe 15/16 mit D. Biswas | USF)

Forschungsbereiche des Instituts

m.core's Research Topics

Consumer Behavior & Psychology

- **Ownership**
- **Decision Making**
 - Financial & Purchase Decisions
 - Prosocial & Sustainable Behavior
 - Sharing & Participating

Marketing Communication & Application

- **Product Experience & Design**
- **Communication Strategies**
 - Advertising & Promotion
 - Packaging
- **Sensory Marketing**
- **Branding**

Methods & Tools: quantitative and qualitative research, lab and field experiments, survey and longitudinal studies, measurement and scale development, structural equation modeling, psycho-physiological and neuroscientific measurement



Praxisrelevante Forschung – Auswahl an Kooperationspartnern



Marketing Insights – Praxisdialog und Videoreihe

„Die Makava Story“



„The Irrational Consumer“

SIMON • KUCHER & PARTNERS
Strategy & Marketing Consultants

„Customer Adventures“

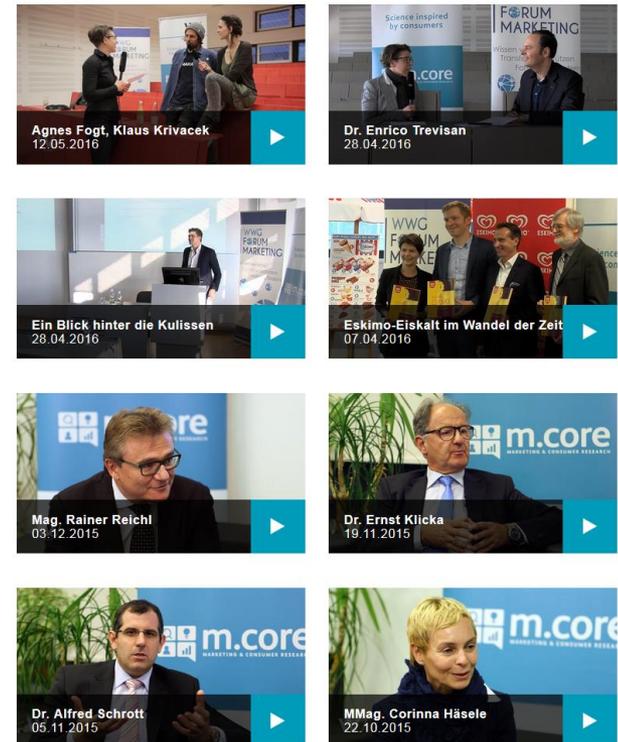


„Eiskalt im Wandel der Zeit“



„Verpackung ist Verführung“

Karmasin
Behavioural Insights



<https://www.wu.ac.at/mcore/partner/insights/>

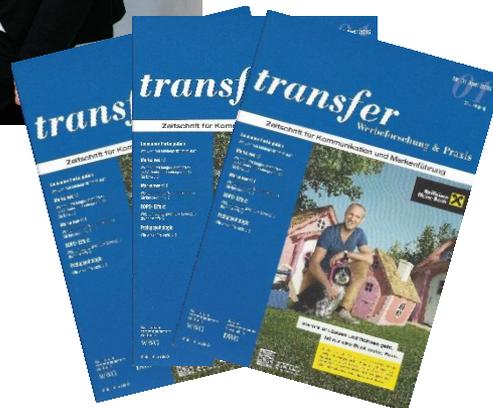


Präsidenten:
Univ. Prof. DDr. Bernadette
Kamleitner
Dr. Dieter Scharitzer

Generalsekretärin:
Mag. Sandra Holub

Office Management:
Christine Bösenkopf

www.WWGonline.at



Wissen vernetzen
Transfer unterstützen
Forschung fördern



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



Julia Pernt, MSc
Commercial Trainee,
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. Quasi als Bonuspunkt kommt noch hinzu, dass man bei allen MitarbeiterInnen des m.core-Institutes merkt, dass sie wissen, wovon sie reden und was sie tun - und das mit **viel Engagement**, sei es in der **Vorlesung oder bei der Betreuung von Abschlussarbeiten.**“*

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



Manuel Nussbaumer, MSc
Senior Research Consultant,
Marketmind

*"Ich habe mich damals für die SBWL Werbung und Markenmanagement 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."*

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



Mag. **Christian Mahr**, BSc
Produktmanager,
Österreichische Post AG

*„(...) 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. (...)“*

Aktuelle News

The screenshot displays the Facebook profile of the Institute for Marketing and Consumer Research. The header includes the Facebook logo, the page name, a search bar, and navigation icons. A message informs the user that the view is simulated for a visitor. The cover photo shows a diverse group of professionals in business attire standing on the steps of a modern building. The left sidebar contains a navigation menu with options like Home, About, Photos, Likes, Events, Posts, and Reviews, along with a 'Create a Page' button. The main content area features a 'Status' section with a text input field, a 'Photos' section with a grid of images, and a 'Community' section showing engagement metrics. The right sidebar provides 'Organisation' details, including the department name, address (Marketing Gebäude D2, 2. OG, Welthandelsplatz 1, 1020 Wien), and phone number (01 313364613).





Noch Fragen?

Wir haben hoffentlich die passenden Antworten.