



# 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

**m.core**  
MARKETING & CONSUMER RESEARCH

**WU**  
WIRTSCHAFTS  
UNIVERSITÄT  
WIEN VIENNA  
UNIVERSITY OF  
ECONOMICS  
AND BUSINESS



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/](https://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
- Personalmanagement Kurs I
- Philosophie
- PI Öffentliches Wirtschaftsrecht
- Politische Ökonomie...und 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 Kur...nizierung und Steuern
- SBWL Accounting Kur...n und Bilanzpolitik
- SBWL Consumer Resear...tion - Einstiegstest
- SBWL Internationales...ment & 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

7 Tage

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](#)

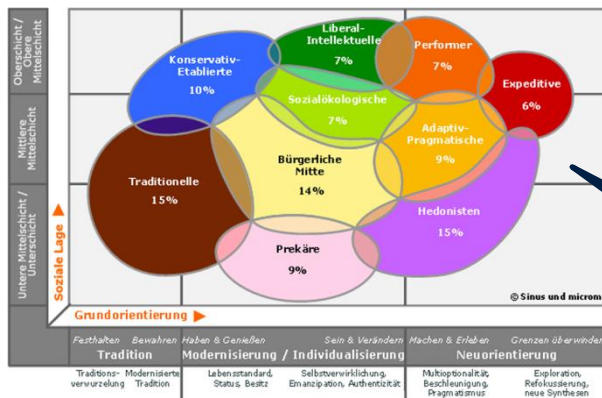


# Kurs 1 - Konsumentenverhalten

## Kaufentscheidungsprozesse



## Einstellungen



## Segmentierung

# Kurs 2 – Markenmanagement

Markenarchitektur

Markenwert

Markenführung

Marken-  
erweiterung



# Kurs 2 – Fallstudien aus Markenmanagement

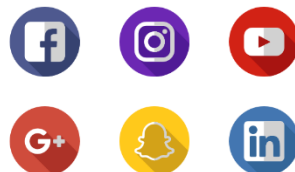
- In Kooperation mit einem Unternehmen.
- Beispiele aus den letzten Semestern:

**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

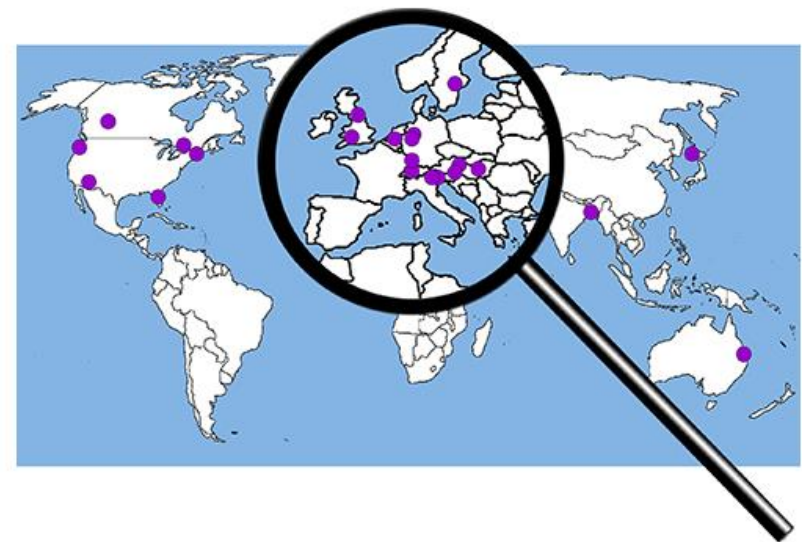
### Consumer Behavior & Psychology

- **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“

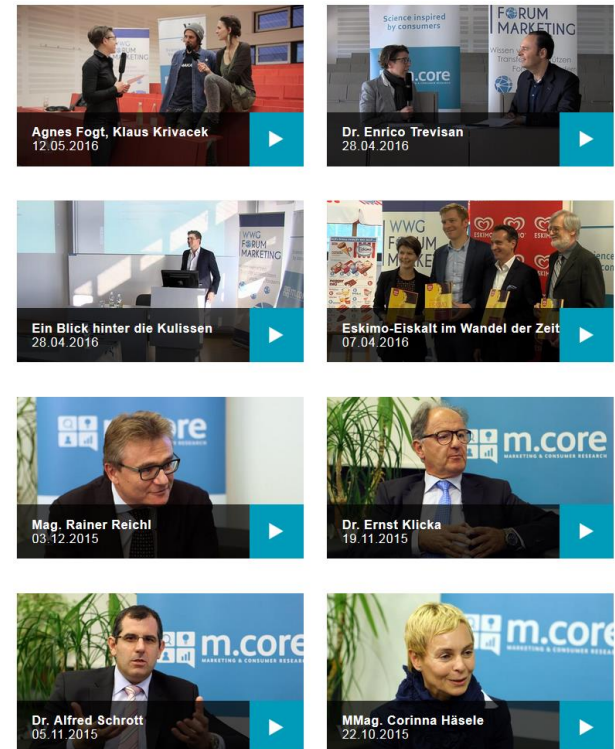


„Eiskalt im Wandel der Zeit“



„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](http://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. The cover photo shows a diverse group of people in business attire standing on the steps of a modern building. Below the cover photo are interaction buttons for 'Liked', 'Following', 'Share', 'Call Now', and 'Message'. The left sidebar contains a navigation menu with options like 'Home', 'About', 'Photos', 'Likes', 'Events', 'Posts', 'Reviews', and a 'Create a Page' button. The main content area features a 'Status' section with a 'Write something on this Page...' prompt, a 'Photos' section with a grid of images, and an 'About' section providing contact information and location details.





# Noch Fragen?

Wir haben hoffentlich die passenden Antworten.