

Infos zum Einstiegstest

Allgemeine Informationen

Bei Fragen, die hier nicht inkludiert sind, nutzen Sie bitte das **Forum** auf Learn@WU. Bevor Sie eine neue Frage stellen, prüfen Sie bitte, ob es bereits einen Thread zu Ihrem Thema gibt. Allgemeine Anfragen per E-Mail können leider nicht bearbeitet werden.

Zugang zur offenen **Lehrmaterialsammlung** erhalten Sie unter: My Learn > LMS-Quicklinks > SBWL Consumer Research and Marketing Communication - Einstiegstest

Im **Vorlesungsverzeichnis** (<http://vvz.wu.ac.at/>) finden Sie den Einstiegstest unter folgendem Pfad: Bachelorstudien > Einstieg in die Spezielle Betriebswirtschaftslehre > Consumer Research and Marketing Communication.

Aufbau der Prüfung und Literatur

Sämtliche Informationen zur Prüfungsliteratur finden Sie auch im Syllabus auf Learn@WU oder im VVZ.

Die Prüfung dauert **60 Minuten**. 60 Punkte sind erreichbar. Bei allen Aufgabentypen werden auch Teilpunkte vergeben.

Musteraufgaben finden Sie auf Learn@WU.

Die **Prüfung** basiert auf

1. Marketing Research
 - erreichbare Punkte: 25 Punkte
 - Multiple Choice Fragen + 1 Rechenbeispiel
 - Sprache: Deutsch
2. Inhalte der gesamten LV Marketing
 - erreichbare Punkte: 25 Punkte
 - Multiple Choice Fragen
 - Sprache: Deutsch
3. Zusatzliteratur
 - erreichbare Punkte: 10 Punkte
 - offene Fragen
 - Sprache: Deutsch, Antwort auf Englisch möglich

1. Marketing Research

Hierbei handelt es sich um das Buch **Aaker D., Kumar V., Leone R., Day G. (2010): Marketing Research, Auflage 11.**

Die **relevanten Kapitel** sind:

11. Attitude Measurement
12. Designing the Questionnaire
16. Fundamentals of Data
17. Hypothesis Testing: Basic Concepts and Tests of Associations
18. Hypothesis Testing: Means and Proportions
22. Presenting the Results

Die Fragen des Einstiegstest basieren auf der **11. Auflage** des Buchs. Wir können Ihnen nicht garantieren, dass andere Auflage alle relevanten Themenbereiche vollkommen abdecken.

Von diesem Buch gibt es einige Exemplare in der **Bibliothek**. Außerdem können Sie im **MBS** Management Bookstore Online Access Codes für dieses Buch erwerben.

Die „International Student Version“ des Buches ist inhaltlich beinahe ident zur normalen Version, daher können Sie auch diese zum Lernen heranziehen.

2. Inhalte der gesamten LV Marketing

Informationen zur **LV Marketing** finden Sie direkt auf der Learn@WU Seite der LV unter https://learn.wu.ac.at/dotlrn/classes/mktg/one-community?page_num=0

Die LV basiert auf dem Buch Meffert H., Burmann C., Kirchgeorg M. (2015): Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, Auflage 12.

3. Zusatzliteratur

Bei der Zusatzliteratur handelt es sich um 2 Artikel, Buchkapitel etc., die jedes Semester wechseln.

Diese finden Sie im **Ordner "Zusatzliteratur"** in der LV SBWL Consumer Research and Marketing Communication – Einstiegstest auf Learn@WU.