

ZARA



Marketing
Consultant

Content
Manager

Product
Manager

Customer
Insights
Manager

Brand
Manager

Shopper
Marketing
Manager

Founder

Marketing
Communications
Officer

Online
Marketing
Manager

Advertising
Specialist

CRM
Manager



Head of
Social Media

Category
Executive

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 Nabout

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



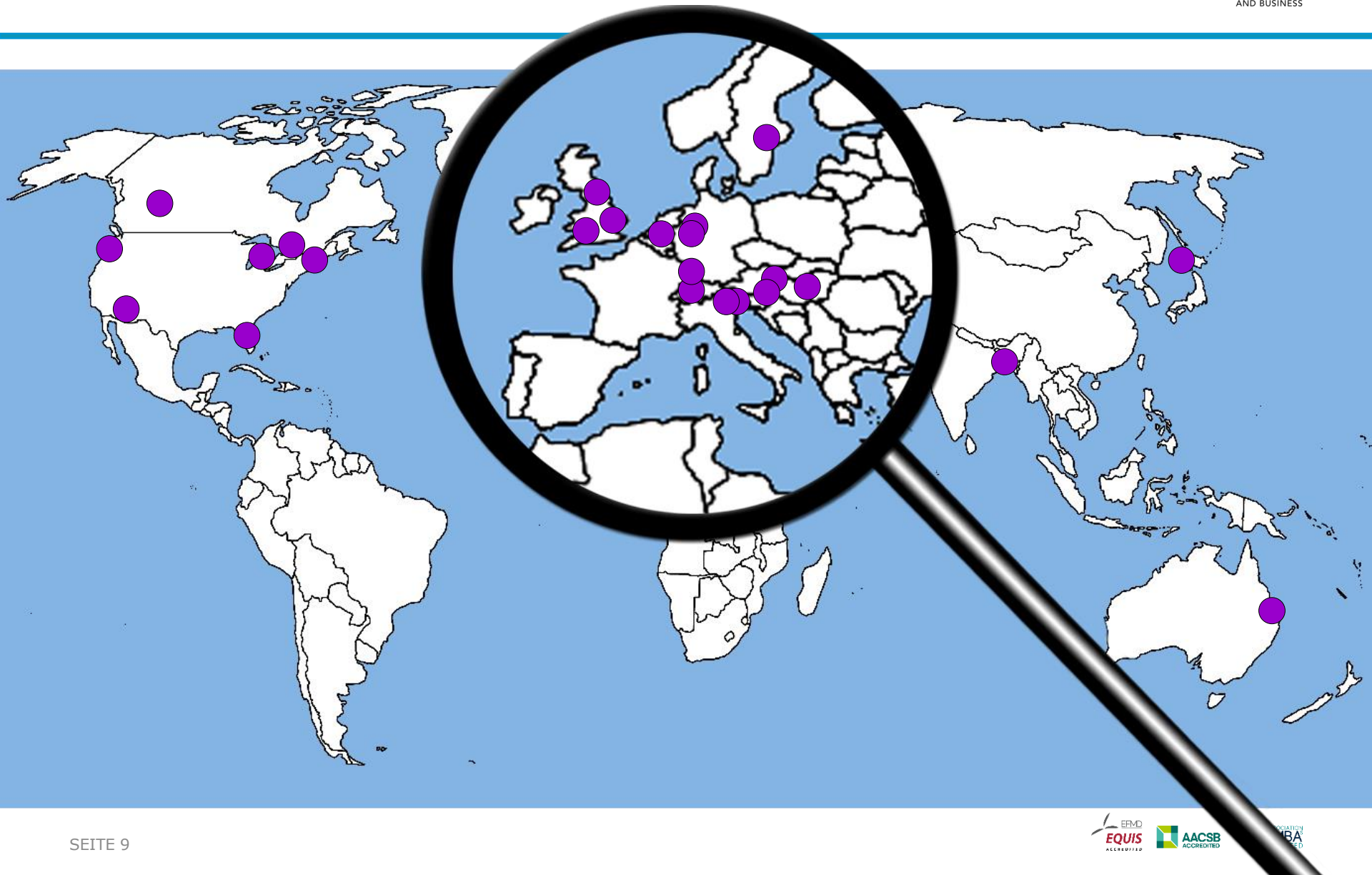
Patrick **Lerch**, BSc
Office Management

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 **m.core** 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

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 K...nanzierung und Steuern

SBWL Accounting K...rzen 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)

Ankündigungen

Keine Ankündigungen

Foren

Allgemeine Foren

Sie sehen hier nur

Alle Foren anzeigen

Notenbuch

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

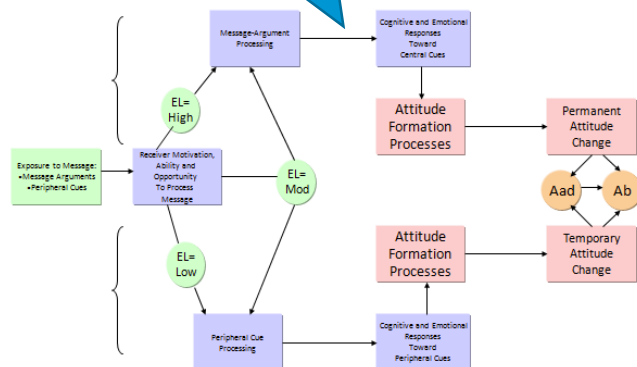
Kurs 1	Konsumentenverhalten bzw. Consumer Behavior
Kurs 2	Markenmanagement bzw. Brand Management
Kurs 3	Kommunikation bzw. Communication
Kurs 4*	Angewandte Konsumentenforschung <i>(sequenziert nach Kurs 1 und 2)</i>
Kurs 5	Special Topics <i>(wählbar aus dem Angebot des Departments)</i>
Enrichment	Statistische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

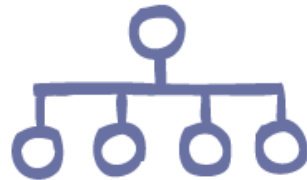


Decision Making



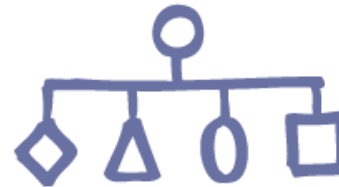
Kurs 2 – Markenmanagement

BRANDED HOUSE



(VS)

HOUSE OF BRANDS



Brand
Architecture



Luxury Brand
Management



Brand
Extension

Kurs 3 – Kommunikation



Guerilla
Marketing

Influencer
Marketing



Media-
planung



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



Kurs 5 – Special Topics

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)



Unsere Extras für Sie



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



Marketing Insights Praxisdialog und Videoreihe

„Die Makava Story“



„Start-up
Marketing“



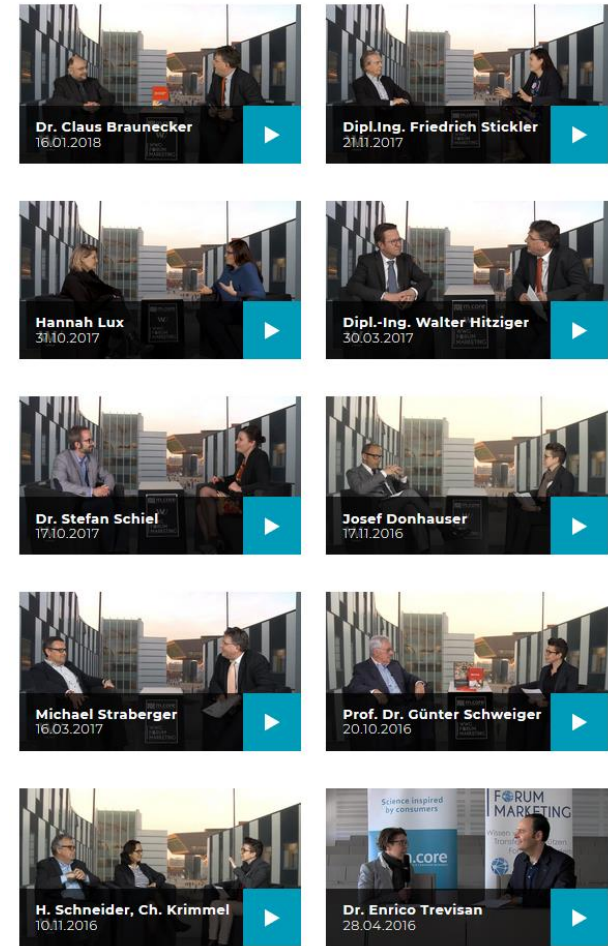
„Facelifting einer
Sportmarke“



„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:



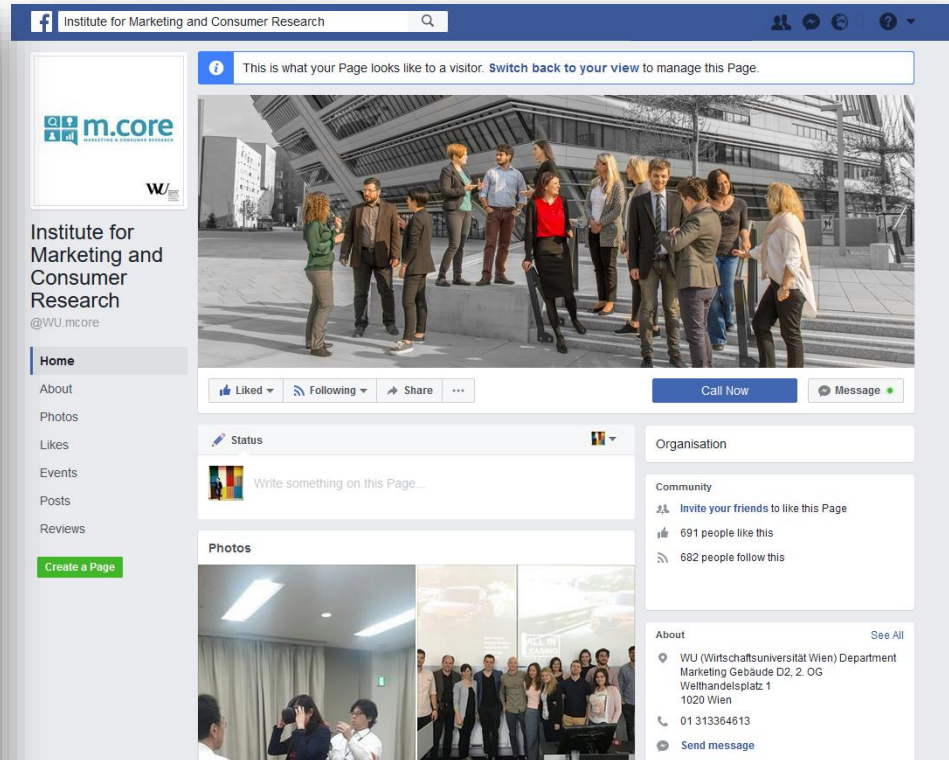
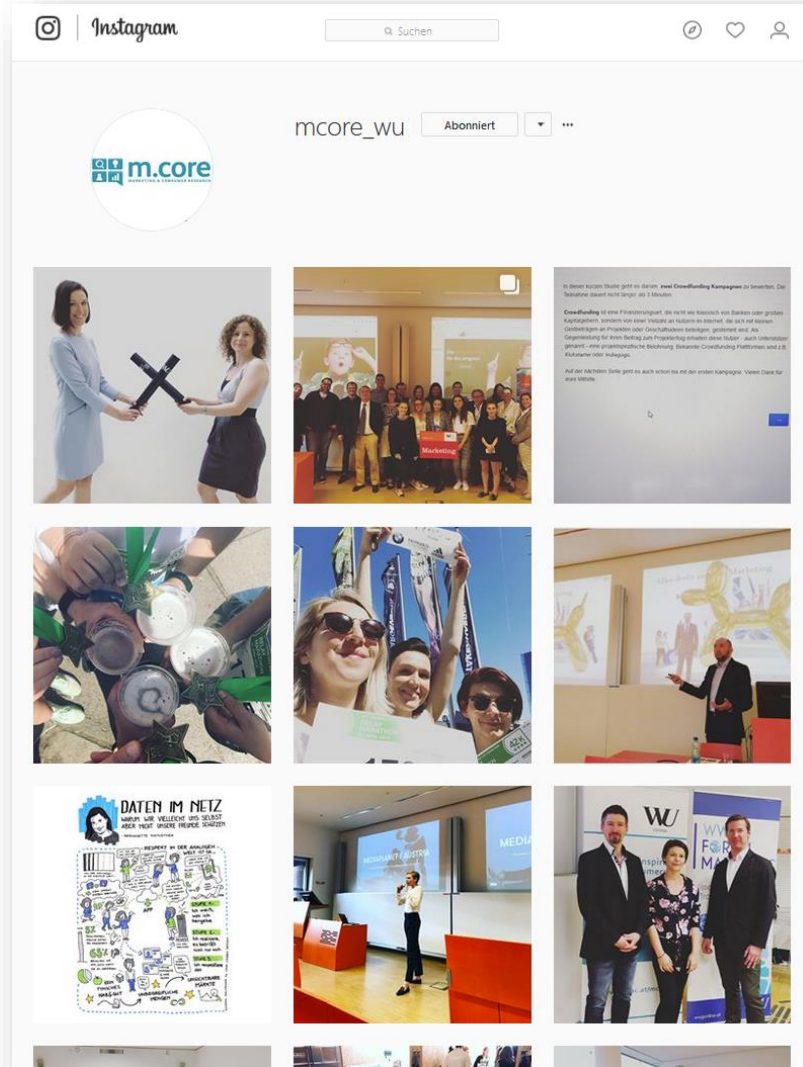
Manuel Nussbaumer, MSc
Senior Research Consultant,
Marketmind

*"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!



Aktuelle News

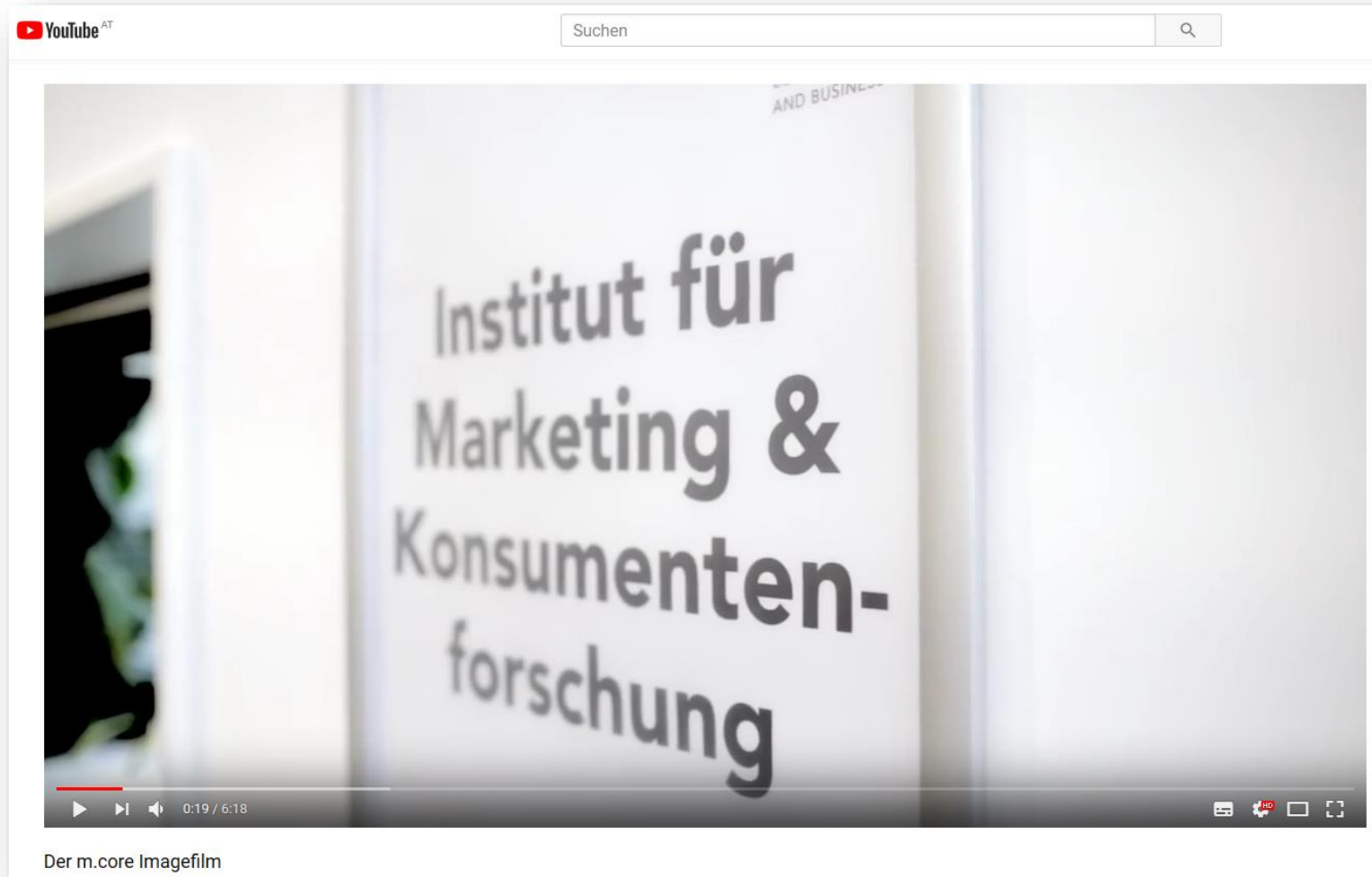


Institute for Marketing and
Consumer Research



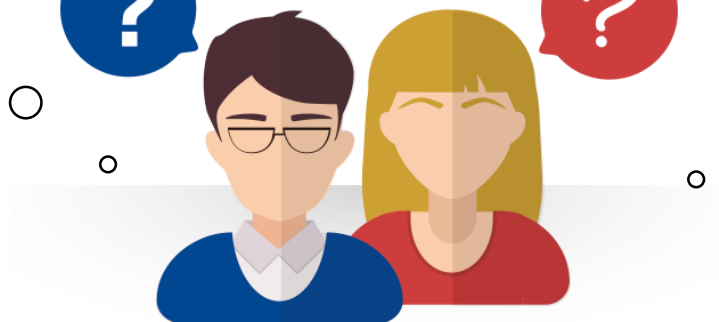
mcore_wu

Unser Imagefilm



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





Fragen?





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)