

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 Marketing and Consumer Research



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

JUNI 2020



# 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.



# 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



Michail **Kokkoris**, PhD  
Associate Professor (non-tenured)



Renato **Regis**, MSc  
Universitätsassistent



PD Dr. Monika **Koller**  
Stellvertretende  
Institutsvorständin



Dr. Barbara **Hartl**  
Assistenzprofessorin



John **Price**, MBA MSc  
Universitätsassistent



Helga **Karl**  
Office Management



Eva **Marckhgott**, MSc  
Universitätsassistentin



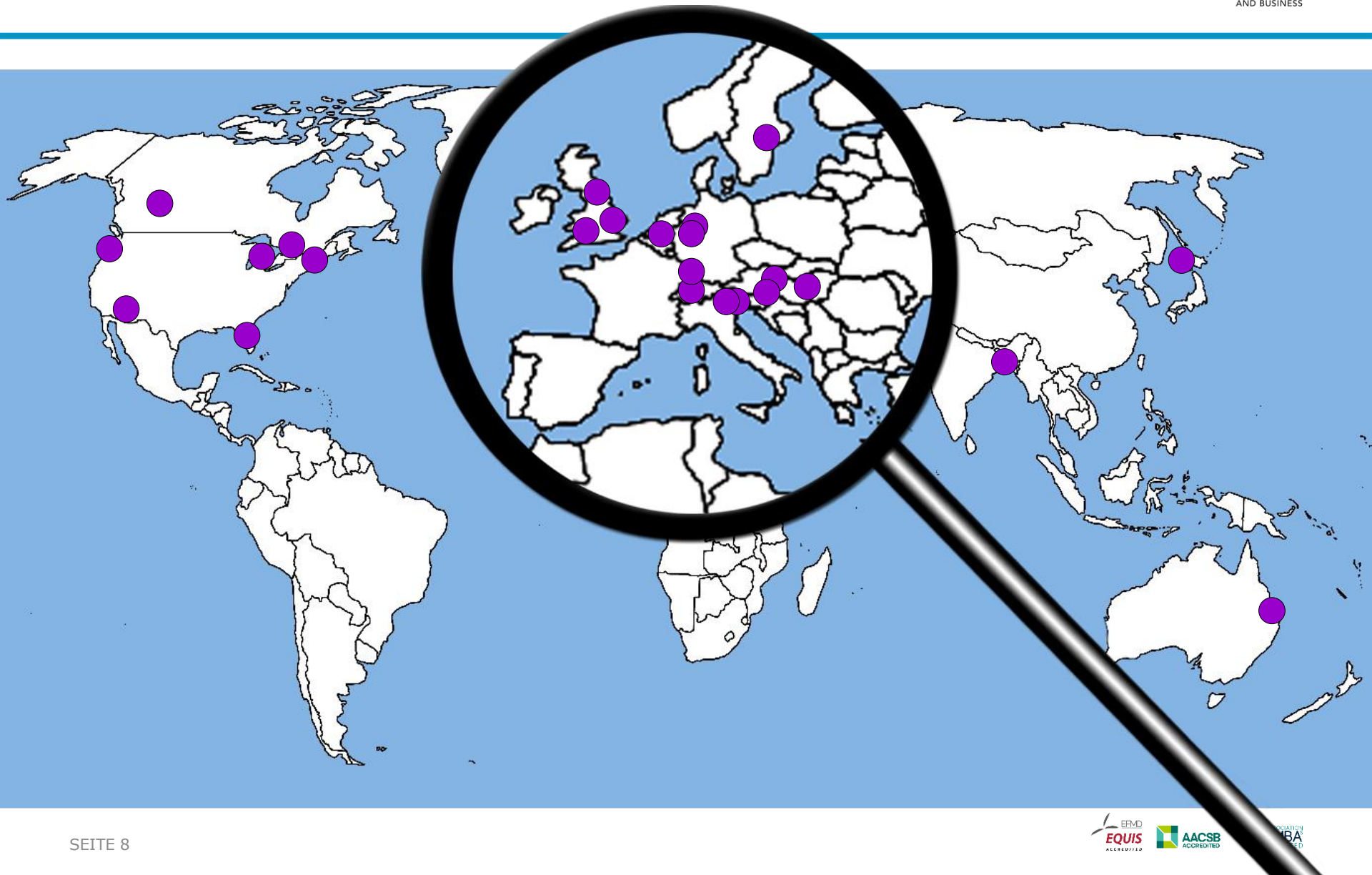
Mag. Gerlinde **Spicko**  
Wiss. Mitarbeiterin

# 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**: 8. September 2020, 19:30 Uhr

→ Warum?

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



Schriftlicher **Einstiegstest**: 8.9.2020, 19:30 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**  
GESAMTE LV Marketing
- **10 Punkte: Zusatzliteratur**  
abgestimmt auf die Forschungsschwerpunkte des Instituts



**Homepage:**

[wu.ac.at/mcore/teaching/bachelor/admission/](https://wu.ac.at/mcore/teaching/bachelor/admission/)

**Learn@WU:**

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



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

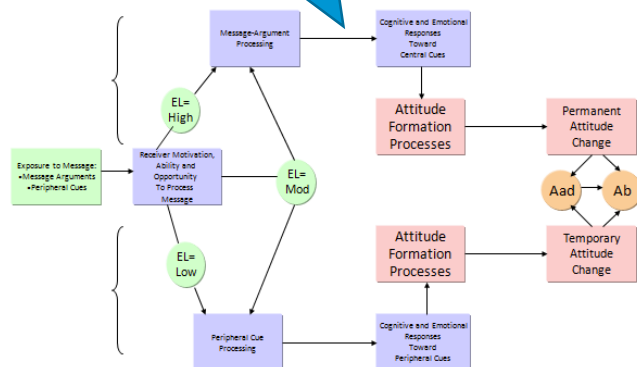
\* nicht anrechenbar

# Kurs 1 – Consumer Behavior

Consumer  
Psychology



CB Models



Decision  
Making



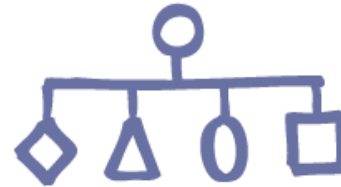
# Kurs 2 – Brand Management

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

# Kurs 3 – Communication



Guerilla  
Marketing

Influencer  
Marketing



Media-  
planung



# Kurs 4 – Angewandte Konsumenforschung

- **Consumer Engagement bei Software-as-a-Service  
Lösungen**

(WiSe 2019/20)



- **Perceived Customer Value, Käufertypologisierung,  
Markenpositionierung**

(SoSe 2019, 2017 und 2013)



- **Verwendung und Optimierung von Werbeartikeln**

(WiSe 2018/19 und 2016/17)



- **CRM Tools**

(SoSe 2018)



- **Milchkonsum bei Millennials**

(WiSe 2017/18)





Aktuell Werbeartikel

## Sympathie-Träger

Praktisch, attraktiv, originell, hochwertig, nachhaltig: So stellen sich Konsumenten laut einer Studie das optimale Werbemittel vor. Der Tophit sind technische Geschenke.

Von Christian Prenger

Werbemittel: WU-Studie rückt Konsumenten-Anforderungen in wissenschaftlichen Fokus



Horizont Redaktion 02. April 2019

### Werbeartikel 2019: Qualitativ hochwertig und nachhaltig produziert

Eine aktuelle WU-Studie rückt erstmals die Anforderungen der Konsumenten an Werbemittel in den wissenschaftlichen Fokus.

WU-Studie zeigt: Diesen Werbeartikel  
wünschen sich Konsumenten

# Kurs 5 – Special Topics: Marketing Insights



Exkursion & Real World  
Experience



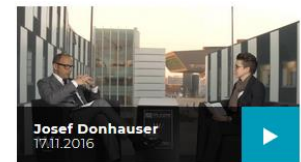
“The end of advertising  
as we know it”



„Kommunikation im Low-  
Involvement Bereich”



“Das bessere Kinderrad”



[wu.ac.at/mcore/partner/insights/](http://wu.ac.at/mcore/partner/insights/)

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

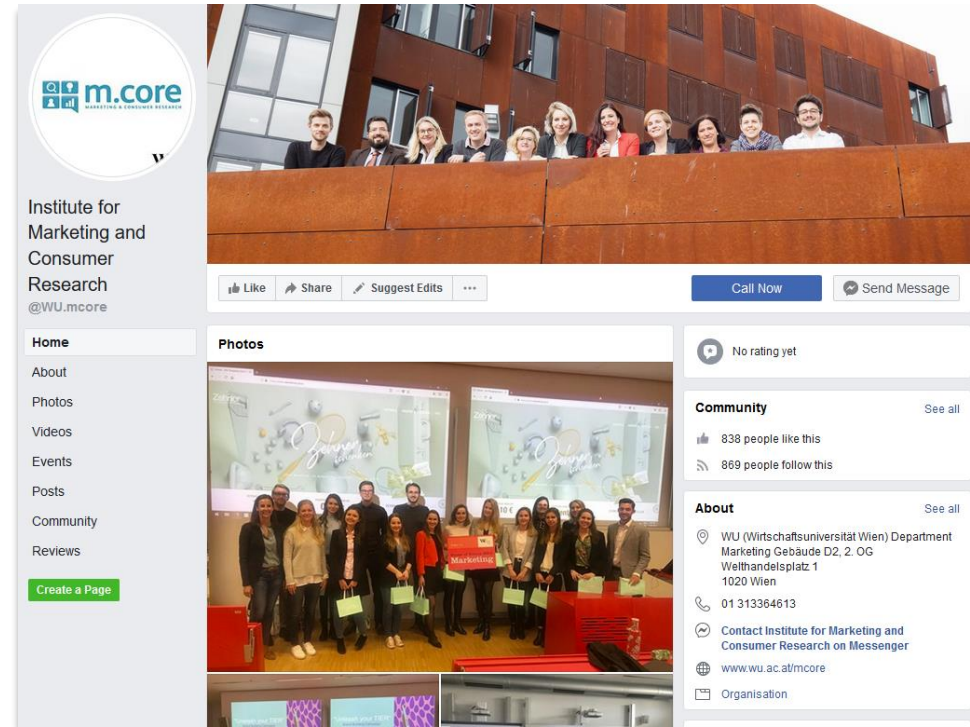
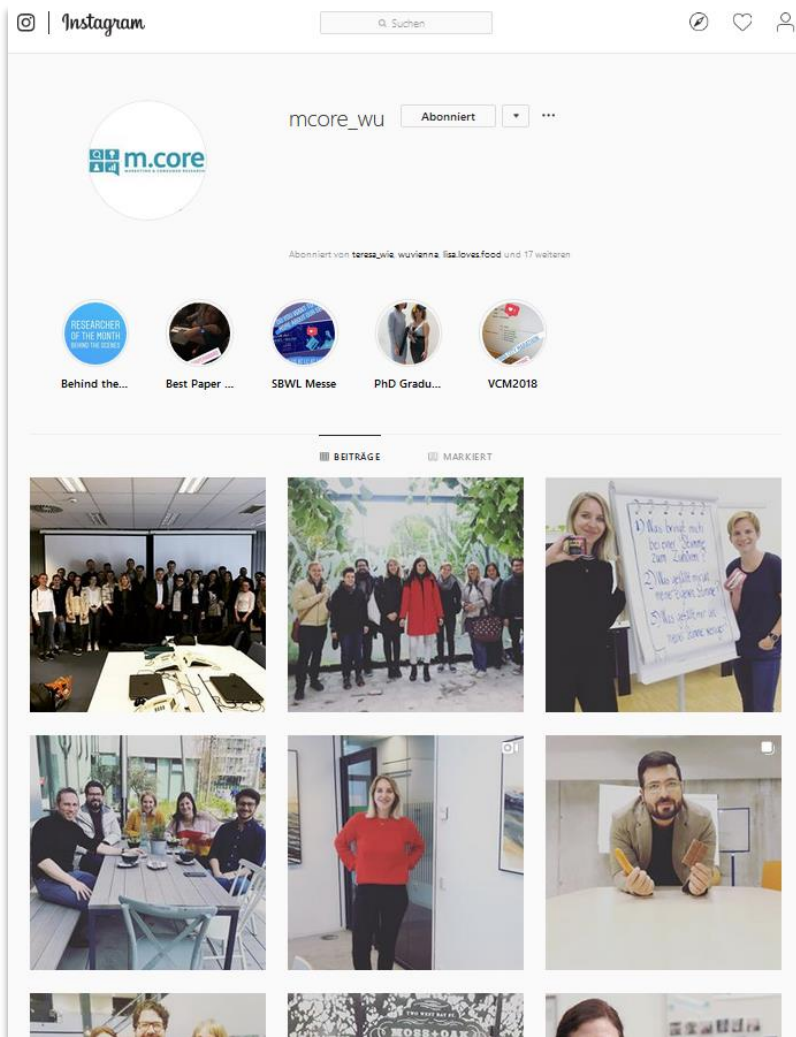


# Stay Tuned!





# Aktuelle News

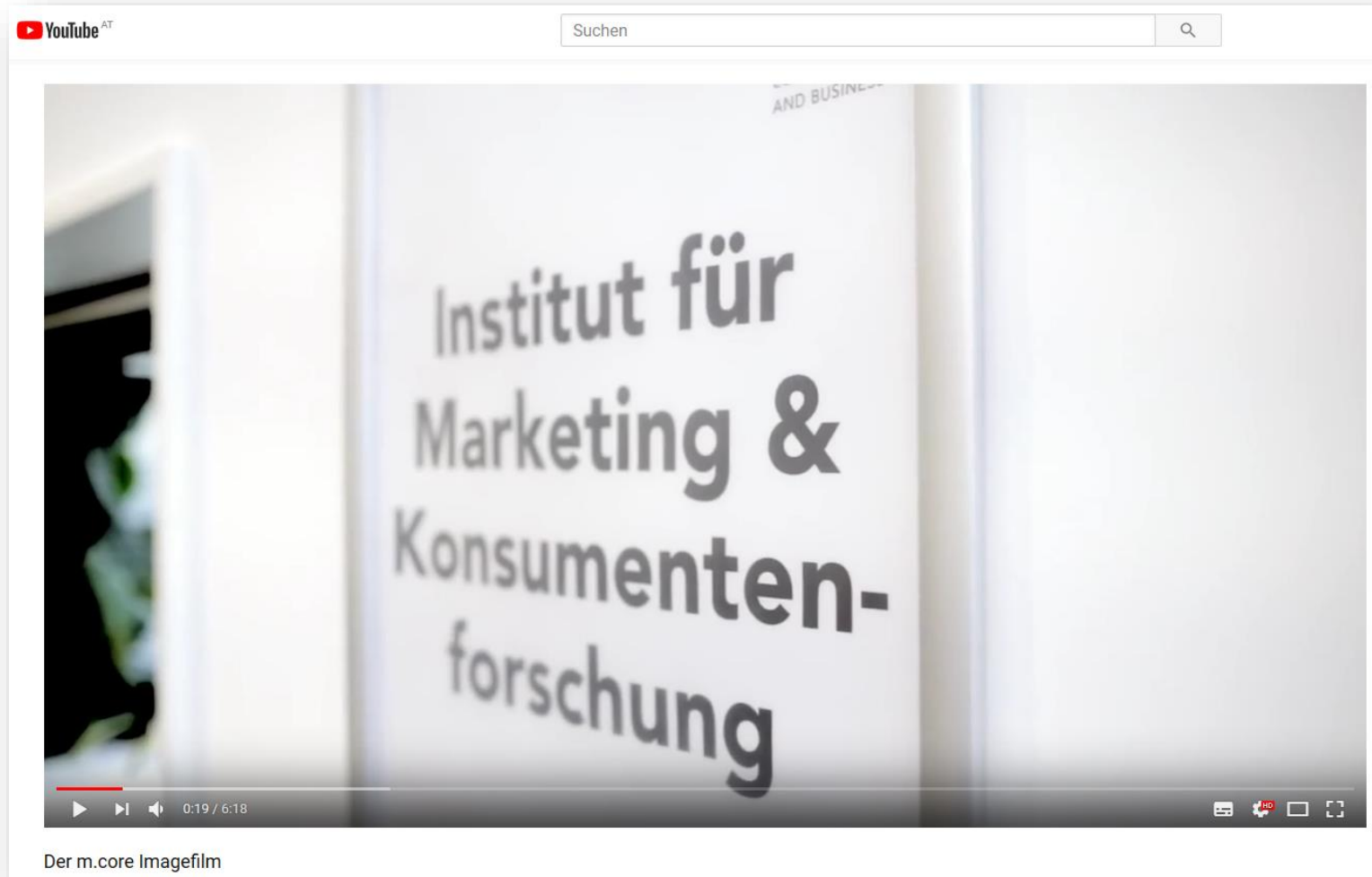


Institute for Marketing and  
Consumer Research



mcore\_wu

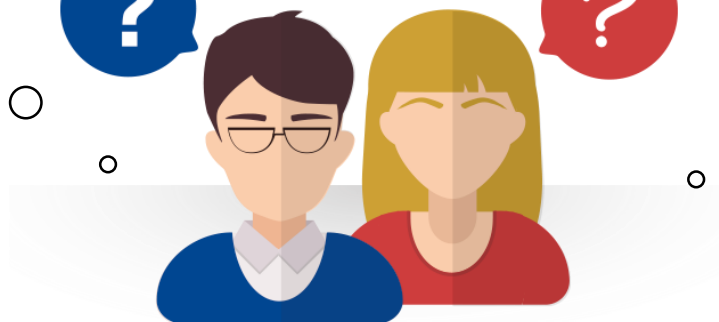
# Unser Imagefilm





# Passt die SBWL Marketing and Consumer Research zu mir und ich zu ihr?





*It's a  Match!*



VIENNA UNIVERSITY OF  
ECONOMICS AND BUSINESS

m.core - Institute for Marketing &  
Consumer Research

Department of Marketing

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