



# WU

WIRTSCHAFTS  
UNIVERSITÄT  
WIEN VIENNA  
UNIVERSITY OF  
ECONOMICS  
AND BUSINESS



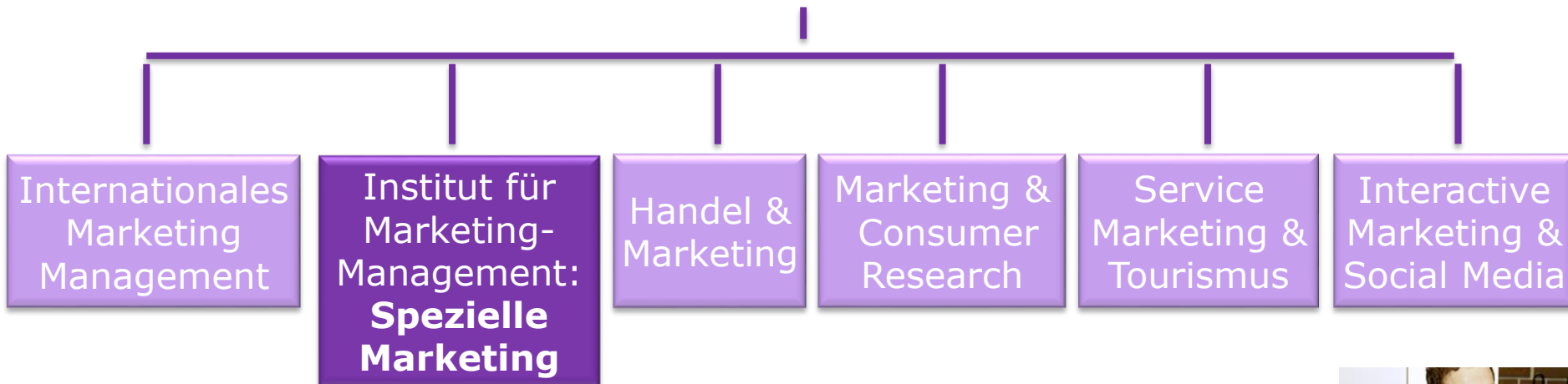
# Spezielle Marketing

Dr. Dieter Scharitzer

[www.wu.ac.at/mm](http://www.wu.ac.at/mm)

ÖH WU SBWL-Messe: 20- Mai 2019, 15 Uhr

## Marketing-Department\*)



### Institutsvorstand:

Univ. Prof. Dr. Martin Schreier



### \*) Department-Vorstand:

Univ. Prof. Dr. Martin Schreier

# Team des Instituts für Marketing-Management



# Exzellente Lehre auf 2 Säulen



Anspruchsvolle, methoden- und forschungsgeliebte Lehre mit starkem Praxisbezug

+



Sektoraler Ansatz: Vorbereitung auf Marketingtätigkeiten in unterschiedlichen Branchen  
• B2C, B2B, Services, Non-Profit etc.

Optimale Vorbereitung auf den Marketing-Master

- Marketing, General Management, International Management, Innovation, ...

**Wir erwarten:** Überdurchschnittliches Interesse, Engagement und Einsatz

# Aufbau des Bachelorprogramms Marketing

- **Course System:** 5 Kurse à 2 SSt (**prüfungsimmanent**)

## 1. Semester:

Foundations of Marketing-Management

**Kurs I:** Product Management I:  
Marketing-Planning

**Kurs II:** Product Management II:  
Marketing-Mix

**Kurs III:** Marketing Research Methods

## 2. Semester:

Applied Marketing-Management

**Kurs IV (wahlweise):**

- Marketing Across Industries
- Hot Topics in Marketing:  
z.B. Digital Marketing

**Kurs V (wahlweise):**

- Marketing Research Project
- Marketing Consulting Project



# Enge Kooperation mit der Praxis => Kurs V

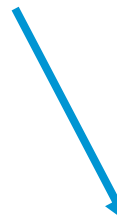
## Wahlmöglichkeit - Exemplarische Themenstellungen:

### A) Learning-by-Consulting

- Meist Fokus auf Konsumgüter oder Dienstleistungen



**Ottakringer:** Warum hat Ottakringer eine unterschiedliche Akzeptanz in Österreich?



**Raiffeisenzentralbank:** Warum ist die Nachfrage nach Fonds so gering und wie könnte die Akzeptanz gesteigert werden?



### B) Marketing Research Project

- Fokus auf „hot phenomena“ in Forschung & Praxis



**Crowdsourcing** has been a trendy buzzword for years. But what is the downside and how can companies avoid it?

# Kurs V: Beispiel



Welche Elemente auf Zeitschriften-Cover werden betrachtet und beeinflussen die Kaufentscheidung?



# Enge Kooperation mit der Praxis - Zitate



*"Wir haben in dieser fortlaufenden Kooperation viele spannende Insights sammeln können, die in weiterer Folge auch Eingang in unsere Marketing-Initiativen gefunden haben."*

*(Gerasimos Spyratos, Customer Development Manager, Coca-Cola Hellenic Austria)*



*"Frische Gedanken gepaart mit viel Motivation, hohem Fachwissen und persönlichem Einsatz haben wir in unserer Zusammenarbeit mit den Studenten und dem Team der WU erlebt. Die wertvollen Erkenntnisse, die wir gewonnen haben stimmen mich sehr positiv für weitere Kooperationen und Projekte!"*

*(Ulrike Glatt, Marketing Manager Cosmetics Austria, Henkel CEE GmbH)*

*„Der Einsatz der 16 Studenten im Zuge dieser Kooperation aus Wissenschaft und Praxis kann sich sehen lassen! Die Erkenntnisse dieses viermonatigen Praxistests sind für uns überaus wertvoll und werden in unsere Planungen jedenfalls einfließen.“*

*(Dr. Reinhard Zuba, Group Chief Marketing Officer, Telekom Austria Group)*





- Typische Karrierewege unserer AbsolventInnen führen zu leitenden Positionen im Marketing in nationalen und internationalen Unternehmen.



# Über 4.000 SBWL AbsolventInnen



Karlheinz Böhm's Äthiopienhilfe



# Einstieg in die Spezielle Marketing

## Die 45 besten Studierenden des Einstiegstests!

### Antrittsvoraussetzungen:

- Gesetzliche Voraussetzungen
- Gültige LPIS-Anmeldung für den Kurs 1441 „Einstieg in die SBWL: Marketing“ (26.8.2019 bis 30.8.2019)

→ Details entnehmen Sie bitte dem elektr. VVZ

### Einstiegstest:

- Montag, 2. September 2019, 13:00 - 14:00 Uhr, TC.0.10 Audimax

### • Literatur:

Heribert Meffert, Christoph Burmann, Manfred Kirchgeorg (2015): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 12. überarbeitete und aktualisierte Auflage, Wiesbaden: Springer Fachmedien.

- Literatur als E-Book kostenlos über WU-Netzwerk downloadbar!
- Seitenabgrenzung wie im aktuellen Kurs Marketing (Kastner, M.) + zusätzliche Einschränkungen

# Einstiegstest



## Termin WS 2019/20:

Montag, 2. September 2019, 13:00 - 14:00 Uhr, TC.0.10 Audimax

# Kick-Off Veranstaltung - Kurs I



**Im Wintersemester 2019:** Montag, 7. Oktober, 9.30 Uhr, HS EA 6.032

# Wir freuen uns auf ein Wiedersehen beim Einstiegstest 😊!

## Unsere Studierende

### Die SBWL Marketing StudentInnen

Wintersemester 2018/19

Mit freundlicher Unterstützung von



Institut für Marketing-Management

Team

Lehre

SBWL Marketing

Unsere Studierende

Bachelorarbeit

Forschung

Praxiskooperationen

Demnächst  
IHR Bild 😊!

Auszug unserer Studierenden  
([www.wu.ac.at/mm/teaching-lehre/students/](http://www.wu.ac.at/mm/teaching-lehre/students/))

# Wie finden Sie uns?



VIENNA UNIVERSITY OF  
ECONOMICS AND BUSINESS

## **Institut für Marketing-Management**

Welthandelsplatz 1, Building D2  
1020 Wien

Tel (++43-(0)1) 313 36 – 4609

Fax (++43-(0)1) 313 36 – 90 732

### Öffnungszeiten:

Mo-Fr: 10:00 - 12:00

Mi zusätzlich 16:00 - 18:00

