



WU

WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS



Spezielle Marketing

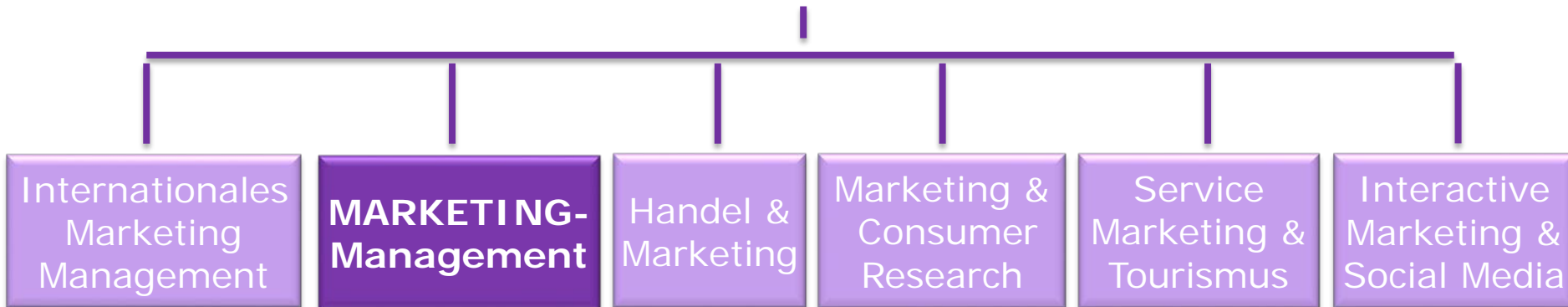
Dr. Dieter Scharitzer (Program Director)

www.wu.ac.at/mm

Stand: 02/2016

Teil des Marketing Departments *(www.wu.ac.at/marketing)*

Marketing-Department*)



⋮
Institutsvorstand:

Univ. Prof. Dr. Martin Schreier



***) Department-Vorstand:**

o. Univ. Prof. Dr. Peter Schnedlitz



Team des Instituts für Marketing-Management



Exzellente Lehre auf 2 Säulen

WIR sind DER Generalist



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

Kurs V (wahlweise):

- Marketing Research Project
- Marketing Consulting Project
- nur WS: Marketing Consulting Project:
Financial Services
- nur SS: Marketing Consulting Projects:
High Tech



Enge Kooperation mit der Praxis - Projekte

Wahlmöglichkeit - Exemplarische Themenstellungen:

A) Learning-by-Consulting

- Meist Fokus auf Konsumgüter



Ottakringer: Warum hat Ottakringer eine unterschiedliche Akzeptanz in Österreich?



B) Marketing Research Project

- Meist Fokus auf „hot phenomena“



Crowdfunding: Implikationen fürs Marketing?

KICKSTARTER

C) WS: Finanzmarketing



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



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 40 besten Studierenden des Einstiegstests!

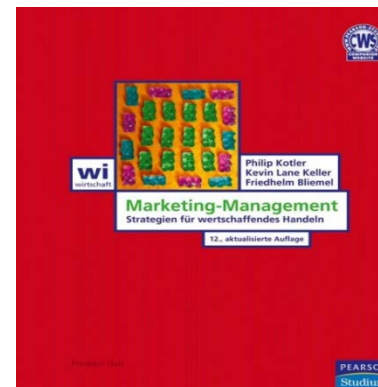
Bachelorstudium:

- Gesetzliche Voraussetzungen
- **Gültige LPIS-Anmeldung für den Kurs „Einstieg in die SBWL“**

→ Details entnehmen Sie bitte dem elektr. VVZ

Einstiegstest (1-stündig!):

- Termin: nach Ankündigung
→ Details entnehmen Sie bitte dem elektr. VVZ
- Literatur: Kotler/Keller/Bliemel:
Marketing Management, 12.
Auflage, Pearson Studium



Seitenabgrenzung wie
im aktuellen Kurs
Marketing I!

Einstiegstest



Kick-Off Veranstaltung - Kurs I



..... mit Buffet dank unseres Jahrgangssponsors

unterstützt von

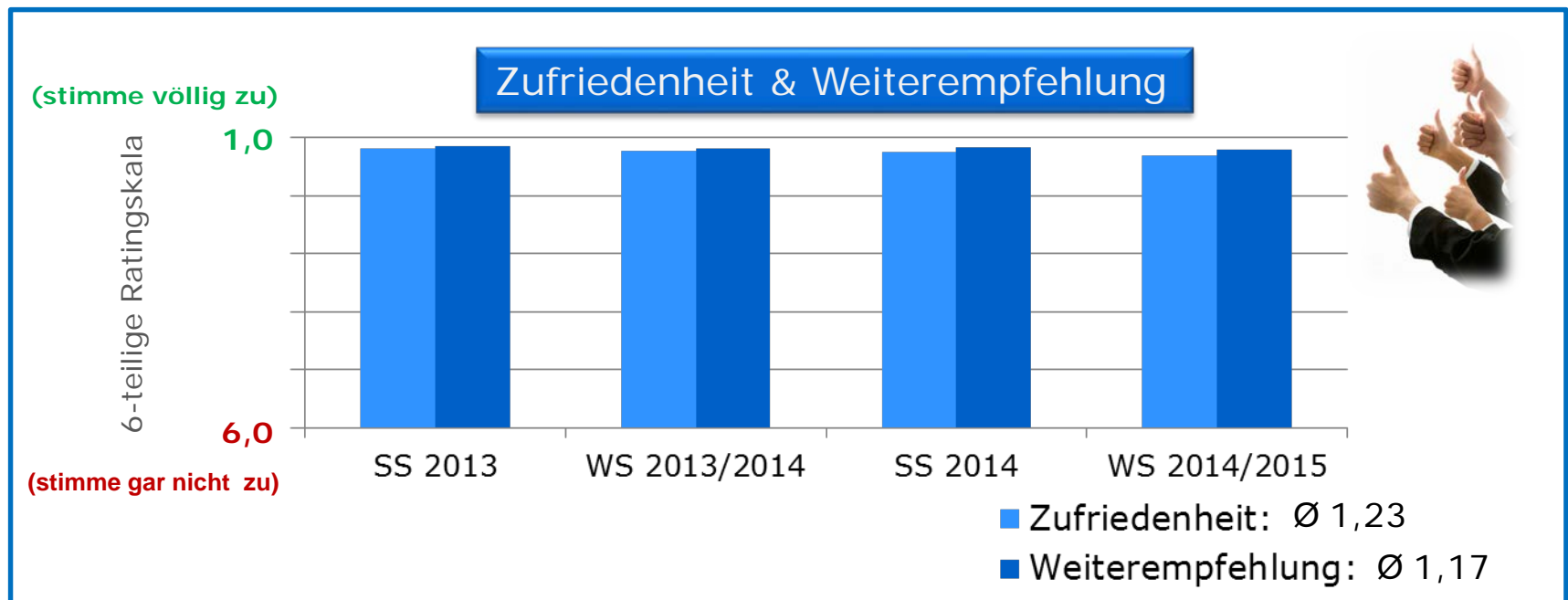


VGN VERLAGSGRUPPE
NEWS

Positives Feedback unserer Studierenden

Wir evaluieren jede Lehrveranstaltung jedes Semester freiwillig!

- **Zufriedenheit:** „Insgesamt bin ich mit der SBWL Marketing sehr zufrieden.“
- **Weiterempfehlung:** „Ich würde die SBWL Marketing meinen KollegInnen weiterempfehlen.“



Bachelorarbeit am Institut für Marketing-Management

Erstkontakt



Verfassen
eines
Proposal



Betreuungs-
zusage



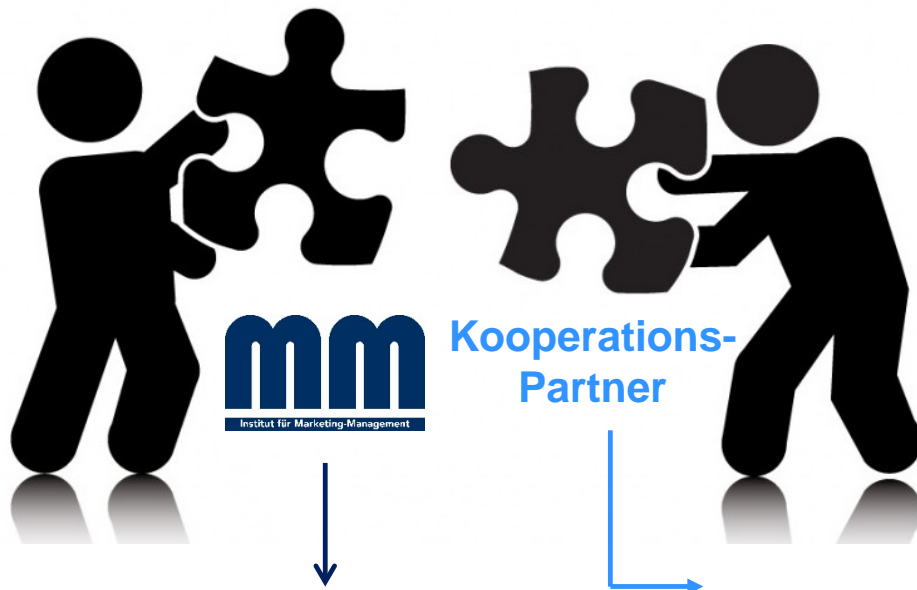
Bearbeitung
des Themas



Abgabe/
Benotung



Brücke zwischen Wissenschaft & Praxis: auch bei den Bachelorarbeiten



Erworbenes Konzept- und Methodenwissen wird auf eine reale Problemstellung angewandt.

Erkenntnisse liefern **umsetzungsrelevanten Input** für die weiteren strategischen und operativen Schritte.

Diverse Projekte!

Bachelorarbeiten in Kooperation => laufende Projekte (Auszug)

▪ Ottakringer

- Was kennzeichnet erfolgreiche (inter-)nationale Anbieter im Craft Beer Markt?
- Wie sieht der typische Craft-Bier Trinker aus? Welche Zielgruppen lassen sich identifizieren?



▪ Henkel

- Targeting und Positioning von FA („Duft & Frische“) und Möglichkeiten der POS-Gestaltung



▪ SGS (Weltmarktführer als Dienstleister für Zertifizierungen)

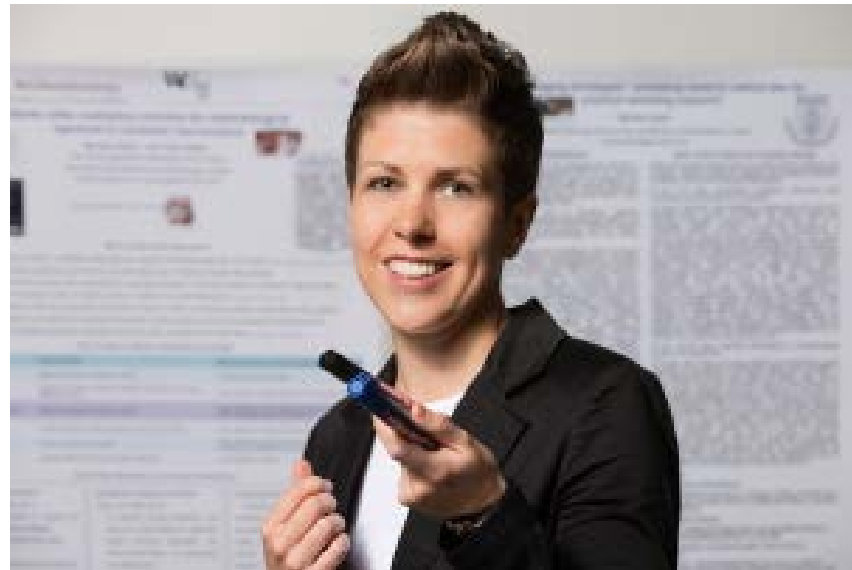
- Analyse der Trends und Anwendungsfelder für Zertifizierungen in Hospitality und Industrial



Anrechnung von LVs bei Auslandssemester

Jederzeit möglich bei vorliegender Gleichwertigkeit!

Prüfung der inhaltlichen Äquivalenz:



Priv.-Doz. Dr. Monika Koller (Assistant Professor)

Weitere Infos und Präsentation zum download unter www.wu.ac.at/mm



Marketing-Management



The Institute for Marketing Management is part of the [Department of Marketing](#).

ÖFFNUNGSZEITEN

Mo - Fr: 10:00 - 12:00

Mi: 16:00 - 18:00

Mittwoch nachmittag nur nach Vereinbarung

Kontaktadresse



VIENNA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND BUSINESS

Institut für Marketing-Management
Welthandelsplatz 1, Building D2
1020 Wien

Tel (+ +43-(0)1) 313 36 - 4609, 4682
Fax (+ +43-(0)1) 313 36 - 90 732

Öffnungszeiten:
Mo-Do: 10:00 - 12:00
Mi zusätzlich 16:00 - 18:00



**noch
Fragen?**