



WU

WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS



Spezielle Marketing

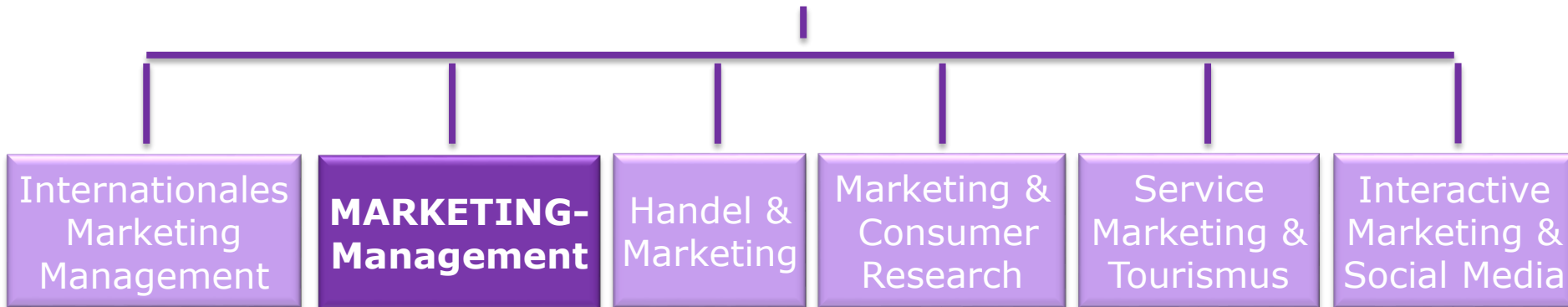
Dr. Claudia Klausegger

www.wu.ac.at/mm

ÖH WU SBWL-Messe: 1. Juni 2017, 10:00-10:25 Uhr

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 SS: Marketing Consulting Projects:
High Tech



Enge Kooperation mit der Praxis => Kurs V

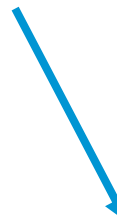
Wahlmöglichkeit - Exemplarische Themenstellungen:

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

- Meist Fokus auf „hot phenomena“



Crowdfunding: Implikationen fürs Marketing?



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 40 besten Studierenden des Einstiegstests!

Antrittsvoraussetzungen:

- Gesetzliche Voraussetzungen
- Gültige LPIS-Anmeldung für den Kurs 1717 „Einstieg in die SBWL“ (28.08.2017 bis 06.09.2017)

→ Details entnehmen Sie bitte dem elektr. VVZ

Einstiegstest:

- Mo., 11.09.2017, 13:30 - 14:30, 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



11. September 2017, 13:30 - 14:30, TC.0.10 Audimax

Kick-Off Veranstaltung - Kurs I



Im Wintersemester 2017/2018: Montag, 9.10.2017, 10:00 - 13:30, EA.6.026

..... mit Buffet dank unseres Jahrgangssponsors

Aktuell unterstützt von

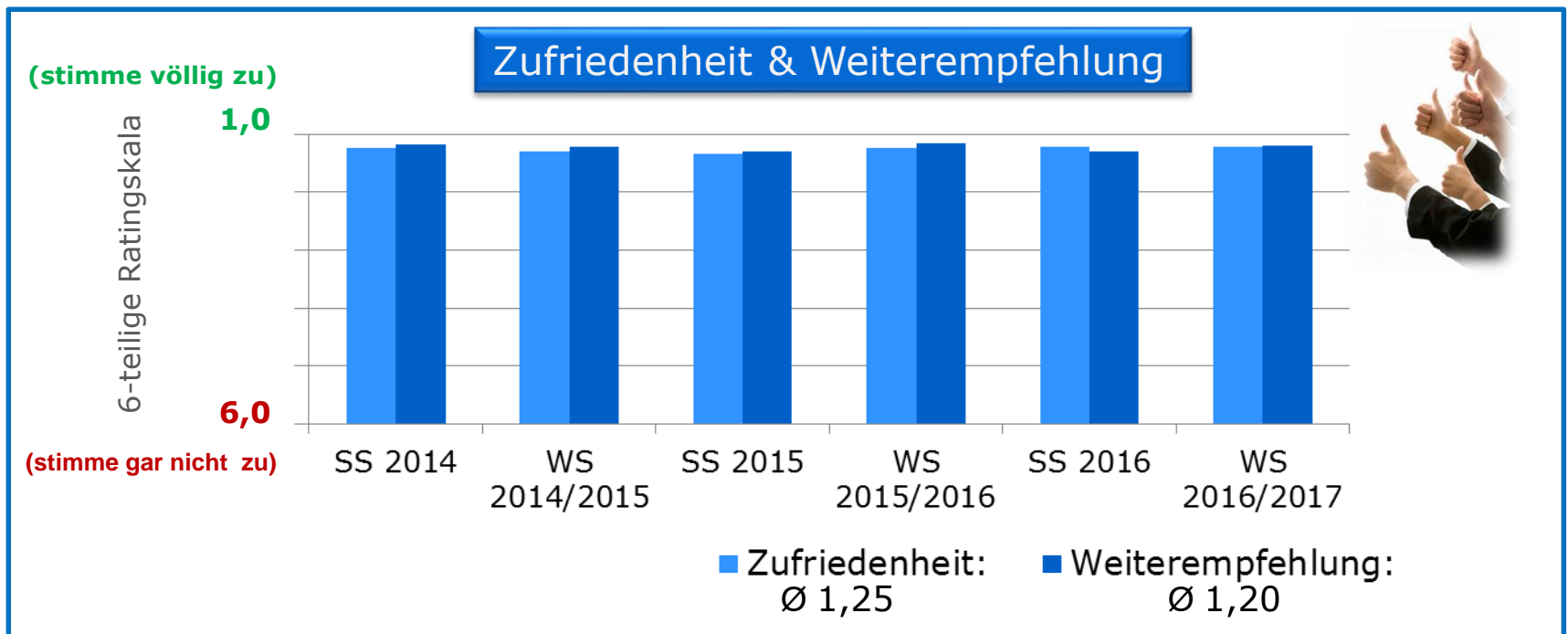
brainloop 



Die beste Referenz sind unsere Studierenden!

Wir evaluieren jede Lehrveranstaltung jedes Semester freiwillig!

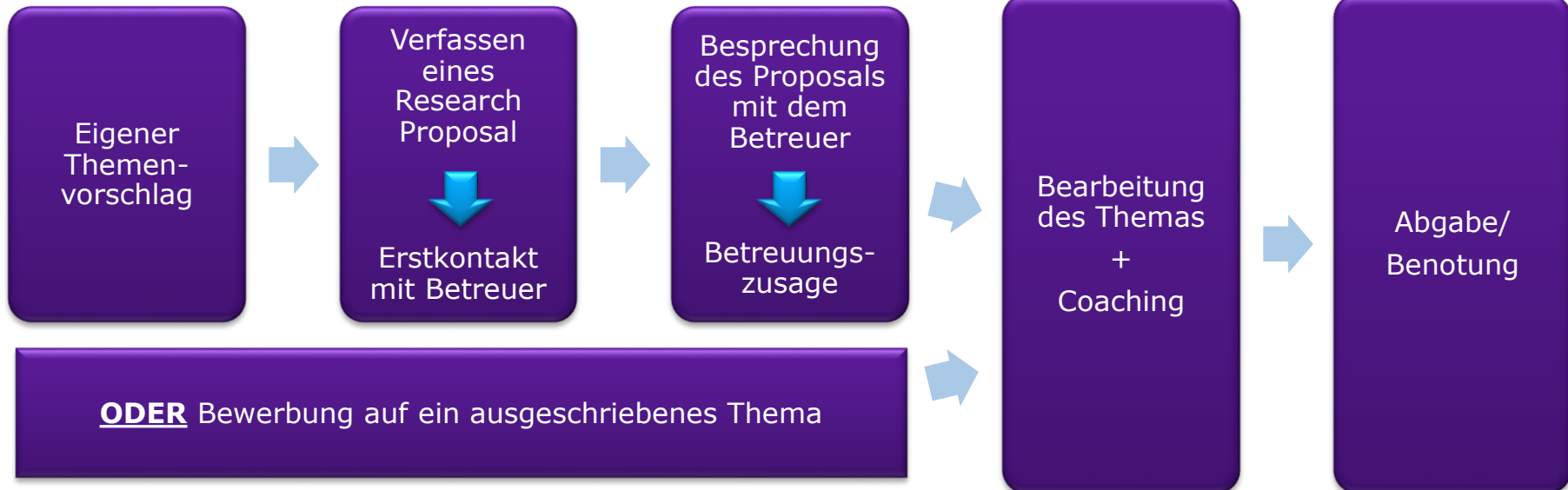
- **Zufriedenheit:** „Insgesamt bin ich mit der SBWL Marketing sehr zufrieden.“
- **Weiterempfehlung:** „Ich würde die SBWL Marketing meinen KollegInnen weiterempfehlen.“



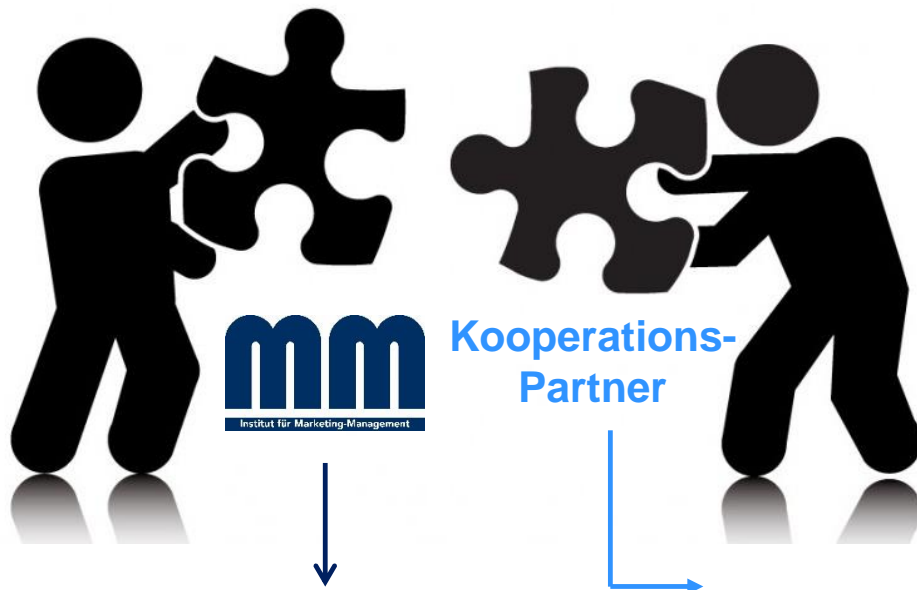
Wie kommen Sie zu Ihrer Bachelorarbeit?



Ca. 3 Monate



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 => 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:



Ass. Prof. Dr. Dieter Scharitzer



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

Institut für Marketing- Management



"The purpose of the business is to create and keep a customer" (Peter Drucker). Wie aber gewinnt man Kunden und wie kann man sie infolge nachhaltig ans Unternehmen binden? Mit diesen und ähnlichen Fragen beschäftigen wir uns am Institut für Marketing-Management. In [Lehre](#) und [Forschung](#) legen wir großen Wert auf die Balance zwischen wissenschaftlicher Stringenz und praktischer Relevanz und suchen aktiv den Austausch und die Zusammenarbeit mit der unternehmerischen [Praxis](#). Unser Ziel ist es neues Marketingwissen auf höchstem Niveau zu schaffen und im Hörsaal gewinnend zu vermitteln.

KONTAKT UND ANFAHRT

Suchen Sie eine bestimmte Person aus unserem Team?

D2, Eingang A, 1. Stock
Welthandelsplatz 1
1020 Wien

Anfahrt: [Campus plan](#)

ÖFFNUNGSZEITEN WÄHREND DES SEMESTERS

Mo - Fr: 10:00 - 12:00

Mi: 16:00 - 18:00

Mittwochnachmittag nur nach Vereinbarung.

ÖFFNUNGSZEITEN WÄHREND DER FERIEEN

**Gesamte Präsentation
zum Download
unter
News**

Wir freuen uns auf ein Wiedersehen beim Einstiegstest 😊!

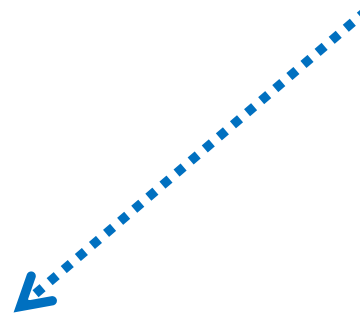
The screenshot shows the website for the 'Institut für Marketing-Management' at WU. The page is titled 'SS 2015' and lists 15 students who are supporting the SBWL class. The students are arranged in a 3x5 grid. A search bar and navigation menu are visible at the top. The left sidebar contains various navigation options like 'HOME', 'CONTACT/KONTAKT', 'TEAM', 'STUDENTS', etc.

SS 2015

Die SBWL Klasse SS 2015 wird freundlich unterstützt von **Raiffeisen Capital Management**

 Almberger Daniela	 Beiwl Julia	 Borosnyai Zsafia	 Cajkova Gabriella	 Cavanaugh Daniel
 Eder Lukas	 Edlinger Iris Viktoria	 Eißner Jan Frederik	 Englmaier Patrick	 Felbermayer Anna Maria
 Freund Julian	 Galler Isabel	 Hagenauer Philipp	 Halili Bardha	 Jamernik Luca Steven

Demnächst IHR Bild 😊!



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, 4682

Fax (++43-(0)1) 313 36 - 90 732

Öffnungszeiten:

Mo-Do: 10:00 - 12:00

Mi zusätzlich 16:00 - 18:00