

PRAXISFELD MMF – Marketing- und Marktforschung

Marketing- und Marktforschung

Marketing- und Marktforschung gehört zu den traditionell am Wiener Institut betreuten Praxisfeldern. Die Lehrveranstaltungen sind zwar bei weitem nicht so nachgefragt wie etwa solche zu Öffentlichkeitsarbeit oder Werbung, gerade bei einem Berufswunsch in einem der beiden Praxisfelder ist die Kombination mit Markt- und Meinungsforschung jedoch von großem Vorteil, entwickelt sich doch das Marketing immer mehr zu einem entscheidungsorientierten Kommunikationsmanagement auf Basis von Umfrageergebnissen oder Tests.

Literaturtipps:

VMÖ. Verband der Marktforscher Österreichs (Hg.) (2007): Handbuch der Marktforschung. Wien: Facultas.

Daraus:

Braunecker, Claus: Alles Marktforschung. Das multifunktionale Rollenbild vieler Marktforschung. S. 48 – 54.

Feistritzer, Gert / Kofler, Angelika: Marktforschung versus Sozialforschung? S. 69 – 73.

Hajek, Peter: Politik und Meinungsforschung: Zahlenlieferant oder Berater? S. 104 – 107.

Kreutzer, Andreas: Die Grenzen der Marktforschung. S. 149 – 152.

Infos zum Praxisfeld

Abgrenzung AT – UE:

AT ist der Basiskurs, die 1. Übung der Studierenden im Praxisfeld. Die VO wird üblicherweise parallel zur AT besucht (dies ist aber keine Voraussetzung!).

In der AT sollen die Studierenden einen Überblick über die Tätigkeitsfelder bekommen, einzelne Instrumente kennen lernen und ausprobieren.

Die AT sollen einen möglichst homogenen Inhalt haben, damit die Lehrenden der UE darauf aufbauen können, egal aus welcher AT die Studierenden kommen.

In den UE sollen größere zusammenhängende Übungen durchgeführt werden, hier können verschiedene inhaltliche Schwerpunkte gesetzt werden.

Inhalte der Lehrveranstaltungen im Praxisfeld Marketing- und Marktforschung – MMF

AT-MMF

Inhalte

Theorie:

- Standortbestimmung der MMF. Wie und in welchen Bereichen unterstützt MMF das Marketing?
- Berufsmöglichkeiten in Österreich
- Anwendungsbeispiele der MMF: Rezipienten-, Werbe-, Medien und Werbewirkungsforschung
- Feldarbeit

Methoden (qualitativ und quantitativ) der MMF und ihr Einsatz für...

- Marktforschung
- Meinungsforschung
- Konsumentenforschung

Technische Grundlagen:

- Fragebogentechniken
- Grundgesamtheiten, Repräsentativität, Stichprobe, Schwankungsbreiten
- Messen, Skalenniveaus, Codes für die Erstellung von Fragebögen
- Datenerfassung, Auswertung (SPSS)
- Datenanalyse, Interpretation und Aufbereitung für Präsentation im Marketingbereich

UE-MMF

Mögliche Schwerpunkte (weitere Schwerpunkte sind natürlich möglich!!):

Motivforschung

Konsumentenforschung

Inhalte je nach Schwerpunkt bzw. Vertiefung der Inhalte (aus der AT):

Auswahl einzelner Praxisgebiete und Teil-Durchführung eines Projekts, mit marketingrelevanten Fragestellungen:

Rezipientenforschung

Werbeforschung

Medienforschung

Werbewirkungsforschung

Marktforschung

Meinungsforschung

Konsumentenforschung

VO-MMF

(Gewichtung nach Reihenfolge)

Ursprünge von Markt- und Meinungsforschung (Geschichte)

Einsatzgebiete der MMF

Entwicklungen der MMF

Medienforschung in Österreich

Marktspezifische Kenntnisse

Anforderung an Fachkenntnisse

Die österreichische Marktforschungsbranche

Politische Markt- und Meinungsforschung

Qualitative und quantitative Möglichkeiten einzelner Verfahren: Vor- und Nachteile

Schritte im Forschungsprozess (von Problemdefinition bis Präsentation)