



VMÖ-Akademie

Lehrgang

Markt- und Meinungsforschung



Verband der Marktforscher Österreichs



Der Beruf des Markt- und Meinungsforschers

Die Markt- und Meinungsforschung ist ein Berufsfeld mit langer Tradition. Es gehört zu ihren Kernaufgaben, Daten zu erheben, zu analysieren, Zusammenhänge und Entwicklungen zu erkennen und aufzuzeigen. Professionell ausgeführte Marktforschung ist die Grundlage für viele Entscheidungen. Die Tätigkeiten und Einsatzgebiete der Marktforschung bieten einen großen Bogen vielfältigster Herausforderungen.

Vor dem Hintergrund wachsender Komplexität in fast allen Wirtschafts- und Lebensbereichen wird Markt- und Meinungsforschung zunehmend an Bedeutung gewinnen. Qualifizierte Fachkräfte, die fundiert und faktenbasiert Entscheidungen vorbereiten, unterstützen und evaluieren können, werden auch zukünftige wichtige Partner in und für Unternehmen sein.

Marktforschung versteht sich als ein interdisziplinäres Fachgebiet, bei dem für quantitative wie qualitative Analysen, Kenntnisse aus Betriebswirtschaft, Statistik, Psychologie und Soziologie erfolgreich Anwendung finden. Im Zeitalter von BIGDATA und neuen Kommunikationstechnologien entwickeln sich diese Anforderungen und das Berufsbild stetig weiter. Aus diesem Grund ist eine rege Weiterbildung und ein kontinuierlicher Theorie- und Praxisabgleich für erfolgreiche Markt- und Meinungsforscher_innen eine permanente Notwendigkeit.

Der Verband der Marktforscher Österreich (VMÖ)

Der VMÖ ist die anerkannte Interessenvertretung der Branche. Sowohl alle bekannten österreichischen Institute als auch die Marktforscher_innen führender österreichischer Unternehmen sind im Verband vertreten. Der VMÖ kennt auf Grund vielfältiger Fachgespräche, Branchenkooperationen sowie des individuellen Gesprächsaustausches aktuelle und zukünftige Anforderungen an die Markt- und Meinungsforscher_innen. Durch die internationale Vernetzung des Verbandes werden auch globale Trends frühzeitig erkannt und in die Informations- und Weiterbildungsarbeit integriert.

Die VMÖ Akademie

Die VMÖ-Akademie hat sich zur Aufgabe gemacht die Lücke zwischen Theorie und Praxis der Markt- und Meinungsforschung zu schließen und die aktuellen Anforderungen der Branche interessierten Fachpersonen zu vermitteln. Angesprochen sind daher angehende Markt- und Meinungsforscher_innen sowie in der Branche bereits tätige Personen, die fachliche Wissenslücken schließen möchten.

Die VMÖ Akademie ist eine zweisemestrige Ausbildung, die im Kern aus einer praxisbezogenen Seminarreihe besteht. Die Teilnahme am Lehrgang ist studien- und berufsbegleitend möglich und für die Teilnehmer_innen auf Grund der fixen Seminarzeiten am Wochenende (Fr, 9:00-13:00 bzw. 13:30-17:30) gut planbar. Die Seminare werden in Kleingruppe mit 8 - 15 Kursteilnehmern abgehalten und garantieren so einen individuellen Lern- und Wissenstransfer.



Die Zielgruppe

- Studenten im Endstadium ihres Studiums bzw. Absolventen an Universitäten und Fachhochschulen, die das Berufsziel Markt- und Meinungsforscher_in verfolgen möchten.
- Berufseinsteiger in der Branche der Markt- und Meinungsforschung, die eine praxisbezogene Basisausbildung benötigen.

Ebenso willkommen sind:

- Mitarbeiter_innen in Marketingabteilungen, die ihre Basiskenntnisse über Marktforschung praxisbezogen vertiefen möchten.
- Marktforschungsverantwortliche in Unternehmen, die über ihre Erfahrungen im eigenen Unternehmen hinausblicken möchten.
- Personen in spezialisierten Marktforschungsinstituten, die ein breiteres Spektrum der Marktforschung kennenlernen möchten.

Die Zugangsvoraussetzungen

Die Teilnehmer_innen der VMÖ Akademie sollten entweder einen Studienabschluss oder ein laufendes Studium in der Endphase vorweisen können.

Die Grundbegriffe der Marktforschung werden vorausgesetzt. Diese Kenntnisse sind entweder über den Besuch einer einschlägigen Lehrveranstaltung (z.B. im Rahmen eines Studiums) nachzuweisen oder können durch die Lektüre der empfohlenen Einführungsliteratur vor Beginn der Akademie nachgeholt werden. Diese Voraussetzung soll ein homogenes Niveau der Teilnehmer_innen sicherstellen.

Der Lehrplan

Der an die Anforderungen der Branche angepasste Lehrplan besteht aus 16 Seminareinheiten á vier Stunden. Inhalte und Methoden werden präsentiert und anschließend anhand von Fallbeispielen praxisbezogen durchgearbeitet. Ergänzend dazu werden ausgewählte Institute vorgestellt, um einen direkten Austausch innerhalb der Branche für die Teilnehmer_innen zu ermöglichen.

Die Vortragenden

Als Lektor_innen sind namhafte Expertinnen und Experten der österreichischen Marktforschungsbranche tätig. Sie werden passend zu ihrem jeweiligen Fachschwerpunkt Theorie- und Praxisbezug vortragen und persönlich in die Branche einführen.

Die Unterrichtsmethode

In erster Linie ist die VMÖ Akademie auf eine Online Teilnahme mit einem Videoconferencing Tool ausgerichtet. Alternativ besteht für die Teilnehmer jedoch die Möglichkeit bei den Vorträgen und Workshops in einem Seminar-Setting persönlich teilzunehmen.

Der Abschluss

Für einen positiven Abschluss der VMÖ Akademie ist die Absolvierung der Seminarreihe Voraussetzung (>75% Anwesenheit). Eine Anrechnung einschlägiger Lehrveranstaltungen ist auf Antrag möglich. Den Abschluss der VMÖ Akademie bildet eine kommissionelle Prüfung. Bei positiver Beurteilung erhalten die Absolvent_innen ein Zeugnis bzw. ein Diplom vom Verband der Marktforscher Österreichs ausgestellt.



KONTAKT:



Administration:

Mag. Sabine Gwiss

Email: akademie@vmoe.at

DIE VMÖ AKADEMIE WIRD UNTERSTÜTZT VON



Für den Inhalt verantwortlich: Verband der Marktforscher Österreichs (VMÖ)

Postanschrift: Postfach 71, A-1013 Wien / **Büroanschrift:** Zehetnergasse 6/2/2, A-1140 Wien

Telefon: +43 (0)699 10 23 07 64

Lehrplan 2021:

1. Einheit: Projektmanagement & Qualitätssicherung anhand ISO-Norm 20252 – Feb 21
2. Einheit: Fragenbogengestaltung & -programmierung #1 – März 21
3. Einheit: Fragenbogengestaltung & -programmierung #2 – März 21
4. Einheit: Workshop: CATI in der Praxis anhand von Fallbeispielen – April 21
5. Einheit: Workshop: CAWI in der Praxis anhand von Fallbeispielen – April 21
6. Einheit: Datenanalyse mit SPSS # 1 – Mai 21
7. Einheit: Fortgeschrittene Datenanalyse mit SPSS # 2 – Mai 21
8. Einheit: Datenanalyse mit „R“ – Juni 21
9. Einheit: Limbisch Präsentieren #2 – Juni 21
10. Einheit: Limbisch Präsentieren #1 – Juni 21
11. Einheit: Workshop: Qualitative Marktforschung in der Praxis – September 21
12. Einheit: Workshop: Qualitative Online Marktforschung in der Praxis – September 21
13. Einheit: Reportgestaltung – Oktober 21
14. Einheit: Dashboards mit Tableau – Oktober 21
15. Einheit: Englisch für Marktforscher – November 21
16. Einheit: Einführung in Datamining – November 21

Die Teilnahme an der VMÖ Akademie (16 Einheiten) kostet **Euro 500,-** pro Teilnehmer. Studenten können über ein Förderprogramm von Sponsoren kostenlos teilnehmen.

Einzelbuchungen für die Workshops sind zusätzlich möglich und kosten **Euro 80,-** pro Teilnehmer.

Beschreibungen der Einheiten im Detail:

Projektmanagement und Qualitätssicherung anhand der ISO 20252 (Internationale Norm für Markt- und Meinungsforschung)

Wie läuft ein Marktforschungsprojekt ordnungsgemäß ab? Die ISO Norm 20252 definiert dafür Prozesse und Abläufe im Rahmen des Qualitätsmanagements. Anhand eines realen Beispielprojekts wird die ISO Norm Schritt für Schritt erklärt. Das beginnt bei der Erstellung von Angeboten, geht über die Richtlinien der Feldarbeit und endet bei der Qualitätskontrolle des Projektes. Die Teilnehmer können sich ein umfassendes Bild machen, ob und welche Teile der ISO Norm 20252 für das Day-to-Day-Business anwendbar und vor allem nützlich sind.

Fragebogengestaltung und -programmierung in der Praxis

Die Gestaltung von Fragebögen ist eine der Kernkompetenzen in der Marktforschung. Grammatik und Rechtschreibung sind aber nur die Basis. Methodengerechtes Wording, passende Skalierung und effektneutrale Dramaturgie sind die wesentlichen Elemente eines Fragebogens, der auch das misst, was der Forscher messen möchten. Gute Literatur dazu ist schwer zu finden. Wissen basiert zumeist auf praktischer Erfahrung. Neben allgemeinen Regeln und Tipps zur Gestaltung von Fragebögen wird in diesem Seminar ein Schwerpunkt auf die Besonderheiten der Online Marktforschung gesetzt. Abschließend wird anhand eines Fallbeispiels die Programmierung eines Fragebogens mit einer ausgewählten Befragungssoftware geübt und die Theorie in die Praxis umgesetzt.

Methoden-Workshops CATI und CAWI

Das Lernziel dieser Methoden-Workshops ist es, Verständnis für die Umsetzbarkeit der jeweiligen Methode zu schaffen. Dafür wurden als Vortragende Spezialisten für die jeweilige Methode engagiert, die nicht nur anhand der Theorie die Vor- und Nachteile der Methoden oberflächlich erklären. Anhand von realen Projektbeispielen wird der Ablauf von Projekten Schritt für Schritt durchgegangen. Methodenspezifische Fragebogengestaltung und der Stichprobenziehung werden dabei ebenso thematisiert wie auch die Besonderheiten des Mediums im Rahmen der Qualitätskontrolle. Die Teilnehmer sollen Einblick in die Kostenstruktur und die Preiskalkulation der Projekte bekommen. Die zukünftige Entwicklung der Methoden wird in jedem Workshop abschließend diskutiert.

Datenanalyse mittels SPSS

SPSS ist nach wie vor die Standardsoftware zur Datenanalyse in der Marktforschung. Auch wenn keine umfassenden Analysen gemacht werden, so ist der Umgang mit SPSS alleine schon beim Dataclearing für jeden Marktforscher notwendig. Ein routinierter Umgang mit der Software vermeidet Fehler und spart Zeit. Lernziel dieses Modul ist es, durch Tipps und Tricks den Anwendern Effizienz im Umgang mit der Software zu lehren. Zusätzlich werden fortgeschrittene Funktionalitäten (Tables, Multiple Response, Regression) anhand von Beispielen demonstriert.

Datenanalyse mit R

Die Software R hat sich in den letzten Jahren nicht nur als Alternative zu SPSS entwickelt, R dient auch als Basis für Datamining und Anwendung von AI -Projekten. In diesem Workshop lernen die Teilnehmer die Vorteile und Anwendungsmöglichkeiten dieses Analysetools kennen. Anhand einer Testversion werden die Grundkenntnisse des Programmes vermittelt.

Limbisch Präsentieren

Nach wie vor erfolgt die Kommunikation der Ergebnisse von Projekten zumeist in Form von Präsentationen vor einem Auditorium des Auftraggebers oder als interne Präsentationen mit Vertretern anderer Abteilungen. Gelingendes Präsentieren ist jedoch mehr als ein einfaches Kommentieren einer Abfolge von Powerpoint Folien. Im Rahmen dieses Seminars „Limbisch Präsentieren“ werden unter anderem neue Erkenntnisse der Hirnforschung verwendet, um bei den Zuhörern vermehrte Aufmerksamkeit und nachhaltiges Merken der Ergebnisse zu bewirken.

Methoden-Workshops Qualitative Marktforschung klassisch und online

Das Lernziel dieser Methoden-Workshops ist es, die Methoden der Qualitativen Marktforschung umfassend kennenzulernen. Ein erfahrener Moderator gibt Einblick, wie man Fokusgruppen erfolgreich leitet und worauf man bei der Organisation zu achten hat. Auch in der qualitativen Marktforschung eröffnet die Nutzung des Internets beispielsweise für digitale Fokusgruppen oder Online-Interviews der Forschung völlig neue Möglichkeiten. Durch den Einsatz moderner Technologie und passender Softwareunterstützung können bei Projekten Kunden in ihrer Lebensrealität abgeholt werden und Laborsituationen vermieden werden. Praktische Anwendung geeigneter Software steht dabei im Vordergrund.

Reportgestaltung & Dashboards

Die Darstellung der Ergebnisse ist für die interne Kommunikation der Auftraggeber von besonderer Bedeutung. Die besten Analysen verlieren an Aussagekraft, wenn diese nicht übersichtlich und prägnant dargestellt werden. Tabellenbände und Charts sind dabei oft nur bedingt hilfreich. Die Gestaltung von Reports hat sich in den letzten Jahren weiterentwickelt. Infografiken fassen die Ergebnisse auf wenigen Seiten übersichtlich und prägnant zusammen. Mit Dashboards gelingt es dynamische Entwicklungen zu zeigen und Ergebnisse in Real-time darzustellen.

Englisch für Marktforscher

Die Branche der Marktforschung wird zunehmend international. Länderübergreifende Projekte haben einen immer größeren Anteil am Geschäftsvolumen der Institute. Anfragen von Instituten und potenziellen Auftraggebern nehmen zu und müssen professionell beantwortet werden. Im Falle von Aufträgen sollten Präsentationen in englischer Sprache durchgeführt werden. Das Schulenglisch ist zumeist zu wenig, um als Marktforscher fachgerecht zu agieren. Das Ziel des Seminars ist es, das englische Fachvokabular für Marktforscher kennen und anwenden zu lernen.

Einführung in Datamining

Ein Teil des zukünftigen Berufsbildes der Marktforschung ist der Data-Analyst. Zahlreiche Unternehmen stellen Marktforscher ein, die auch Bestandsdaten analysieren können und daraus strategische und operative Erkenntnisse für das Unternehmen gewinnen. DATAMINING, BIG DATA, SMART DATA und ähnliche Begriffe haben in den letzten Jahren das Vokabular in unserer Branche geprägt. Eine Ausbildung zum Datenanalysten kann zwar im Rahmen der VMÖ Akademie nicht erfolgen, es soll aber eine Einführung über die Möglichkeiten und Perspektiven im Rahmen dieses Seminars erfolgen.