

Publikationen & Vorträge

Mag. Carina Havlicek

Buch, Monographie

- Havlicek, C.; Marckhgott, E. (forthcoming): "Nothing beats Quality? - The Influence of Consumer Testing Signs on the Evaluation of Print Ads", in: Eisend, M.; Zabkar, V. (2017): Advances in Advertising Research (Vol. VIII).

Originalbeitrag in Fachzeitschrift

- Havlicek, C.; Mayerhofer, W. (2014): „...und sie bewegt doch“, in: Transfer – Werbeforschung & Praxis 60 (1), S.42-48.
- Havlicek, C.; Mayerhofer, W. (2013): „Das Image Wiens im Vergleich zu ausgewählten europäischen Metropolen“, in: Transfer – Werbeforschung & Praxis 59 (1), S.46-58.
- Havlicek, C. (2012): „Emotionen schaffen Präferenzen“, Transfer – Werbeforschung & Praxis 58 (1), S.40-48.

Forschungsbericht

- „Der Ropo-Effekt“ (2015, Projekt gefördert durch die Wirtschaftskammer)
- „Brand-Image-Monitor“ (2015, in Zusammenarbeit mit FELIX Austria)
- „Einflussfaktoren auf die Markenwahl junger Erwachsener“ (2014, in Zusammenarbeit mit dem österreichischen Markenartikelverband, Beiersdorf, Henkel, Iglo, Mondelez und Unilever)
- „Einstellung zum Sammeln von Glasverpackungen – Motive und Barrieren“ (2014, in Zusammenarbeit mit Austria Glas Recycling)
- „Positionierung der Marke Felix im Vergleich zu ausgewählten Konkurrenzmarken“ (2013, in Zusammenarbeit mit FELIX Austria)
- „Wien im Vergleich zu ausgewählten europäischen Metropolen“ (2013, gefördert durch den Jubiläumsfonds der Stadt Wien für die Wirtschaftsuniversität)
- „Das Image der Marke FORD“ (2013, in Zusammenarbeit mit Ford MVC)
- „Einfluss der Werbemittelpräsentation auf die Wahrnehmung, das Image und die Positionierung der Marke Semperit im Vergleich zu ausgewählten Konkurrenzmarken“ (2012, in Zusammenarbeit mit Semperit)

Buch- oder Aufsatzbesprechung

- Regelmäßige Buchbesprechungen für „Transfer – Werbeforschung & Praxis“

- Letzte Besprechung: Urban, T.; Carjell, A. (2016): Multimedia Marketing, UTB Lucius (erschienen in Transfer 03/2016);

Dissertation

- Havlicek, C. (in Arbeit): „Der Einfluss von Gütezeichen in der Printwerbung auf die Informationsverarbeitung unter Berücksichtigung der Blickregistrierung“

Diplomarbeit

- Havlicek, C. (2010): “Positionierung von Fluglinien anhand verbaler und non-verbaler Stimuli“, Diplomarbeit an der Wirtschaftsuniversität Wien.

Vortrag

- Havlicek, C.; Marckhgott, E.; Glatz, D. (2016): “Nothing Beats Quality? How Consumer Testing Signs Are Influencing the Evaluation of Print Ads“, International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Ljubljana, Slowenien.
- Havlicek, C. (2014): “The Influence of Quality Seals on Brand Evaluation“, EGPROC, Salzburg, Österreich.
- Havlicek, C.; Secka, M. (2011): „Ideal CSR Communication by Using Advertising Evaluation Tools“, International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Berlin, Deutschland.