Forschungsstrategie „Technical Sales and Marketing“ (TSM)

Der Studiengang TSM an der **FH des BFI Wien** fokussiert sich auf zwei zentrale Forschungsfelder, die eng mit den Anforderungen von Technical Sales and Marketing verbunden sind. Ein übergreifender Aspekt ist die **forschungsgeleitete Lehre**, bei der neueste Forschungsergebnisse direkt in die Ausbildung integriert werden.

1. Digital Sales and Marketing
Dieses Forschungsfeld vereint die wesentlichen Aspekte der Digitalisierung im Marketing und Vertrieb. Es untersucht, wie technologische Innovationen, insbesondere **künstliche Intelligenz (KI)**, digitale Strategien und immersive Technologien die Vermarktung und den Vertrieb technischer Produkte prägen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf dem **digitalen immersiven Marketing**, das Kund:innen interaktive, personalisierte Erlebnisse bietet.

Forschungsaspekte:

- **Digitales immersives Marketing:** Entwicklung interaktiver Marketingansätze, wie Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR) und KI-gestützte Personalisierung, um die Customer Journey erlebbarer zu gestalten.
- **Künstliche Intelligenz im Marketing:** Einsatz von KI und Machine Learning für datengetriebene Entscheidungsfindung, Predictive Analytics und Marketing-Automatisierung.
- **Digital Branding und Markenführung:** Anpassung von Markenstrategien an interaktive Zielgruppen, kulturelle Einflüsse und neue Technologien.
- **Digitalisierung im Vertrieb:** Optimierung von Vertriebsprozessen, Einführung digitaler Produkte und Lösungen sowie Analyse neuer Geschäftsmodelle und digitaler Plattformen, die klassische Wertschöpfungsketten transformieren.

2. Innovative Didaktik und biodynamisches Sales Feedback
Dieser Forschungsbereich kombiniert die **Interventionsforschung** in der Didaktik mit der Weiterentwicklung lernender Organisationen. Er untersucht, wie innovative Lehrkonzepte und **biodynamisches Sales Feedback** zur Förderung von Kompetenzen beitragen, die für Technical Sales and Marketing entscheidend sind.

Forschungsaspekte:

- **Biodynamisches Sales Feedback:** Entwicklung adaptiver Feedback-Methoden, die vor allem auf das angewandte Training und Lernen der Verkäufer:innen abzielen. Im Fokus steht die Förderung individueller Fähigkeiten und Kompetenzen der Menschen.
- **Didaktische Innovationen:** Erforschung und Implementierung neuer Lehransätze, die New-Work-Konzepte berücksichtigen, ko-kreatives Lernen fördern und durch forschungsgeleitete Lehre gestützt werden.
- **Lernende Organisation und Internationalisierung:** Analyse der Organisation des Studiengangs im internationalen Kontext, aktive Teilnahme an internationalen Netzwerken (z. B. ERASMUS+) sowie die Einbindung von Praxispartner:innen.

Die Forschungsergebnisse fließen direkt in die Lehre, Praxisprojekte sowie Working Papers ein und liefern strategische Handlungsempfehlungen für innovative Sales- und Marketingkonzepte. Dazu werden die Ergebnisse systematisch publiziert und tragen zur kontinuierlichen Verbesserung der Lehre, Forschung und organisatorischen Entwicklung im Studiengang TSM bei.