

Professorin Osburg: Neuer Lehrstuhl für Marktpsychologie an der KU!

Professorin Victoria-Sophie Osburg übernimmt den Lehrstuhl für ABWL und Marktpsychologie an der UNI KU Ingolstadt, fokussiert auf digitalen Konsum und Nachhaltigkeit.



Ingolstadt, Deutschland - Professorin Victoria-Sophie Osburg hat den Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (ABWL) und Marktpsychologie an der Universität Kiel übernommen. Sie verbindet psychologische sowie wirtschaftswissenschaftliche Ansätze, um das Konsumentenverhalten in einer zunehmend digitalen und globalisierten Welt zu analysieren. Ihre Forschung berücksichtigt vor allem, wie Verbraucher auf digitale Technologien reagieren und welche Rolle Nachhaltigkeit in ihren Kaufentscheidungen spielt. Dies wurde auch in der aktuellen Debatte über verantwortungsbewussten Konsum in einer digitalen Welt thematisiert.

In ihrer wissenschaftlichen Arbeit fokussiert sich Osburg auf vier zentrale Forschungsbereiche: den verantwortungsbewussten Konsum, den Einfluss von Künstlicher Intelligenz auf Dienstleistungen, den nachhaltigen Luxuskonsum sowie die unternehmerische Sozialverantwortung. Diese Themen sind besonders relevant in Zeiten, in denen Konsumenten zunehmend Wert auf ethische und nachhaltige Produkte legen.

Akademische und berufliche Hintergründe

Osburg hat Psychologie an der Universität Göttingen studiert und dort auch promoviert. Ihre Dissertation behandelte Produkte aus erneuerbaren Ressourcen. Sie verfügt über umfangreiche Berufserfahrung, die sie durch Positionen an mehreren namhaften Institutionen gesammelt hat. Dazu gehören ihre Tätigkeiten als wissenschaftliche Mitarbeiterin im DFG-Graduiertenkolleg „Ressourceneffizienz in Unternehmensnetzwerken“ sowie als Dozentin und Senior Lecturer an der Hull University Business School und der Sheffield University Management School in Großbritannien. Zudem war sie als außerordentliche Professorin an der Montpellier Business School in Frankreich aktiv.

Aktuell bringt sie ihre Expertise als Professorin für ABWL und Marktpsychologie an der KU ein. In der Lehre legt sie großen Wert auf interdisziplinäre Methoden, um die Studierenden optimal auf die globale Arbeitswelt vorzubereiten. Ihr Ziel ist es, ein breites Spektrum an psychologischen und wirtschaftswissenschaftlichen Ansätzen zu vermitteln und Theorien mit praktischen Erfahrungen zu verknüpfen.

Masterstudiengang Business & Psychology

Ein besonderes Highlight in ihrem Portfolio ist die Verantwortung für den Masterstudiengang Business & Psychology an der Universität Kiel. Dieser Studiengang bringt internationale Studierende aus verschiedenen Kulturen zusammen und fördert den interkulturellen Austausch, was für die Förderung von

Innovationsdenken und Vielfalt in der Wirtschaft von großer Bedeutung ist. Osburgs interdisziplinärer Ansatz im Rahmen dieses Programms wird als wegweisend für die zukünftige Ausbildung von Führungskräften in einer vernetzten Welt betrachtet.

In der fachlichen Diskussion um Konsumentenverhalten in digitalisierten Umfeldern bezieht sich Ulrich Föhl von der Hochschule Pforzheim auf die Wichtigkeit psychologischer Themen. In seiner Veröffentlichung „Konsumentenverhalten in einer digitalen Welt“ analysiert er insbesondere das Verhalten von Verbrauchern auf digitalen Kanälen, wie dem Internet und Social Media. Sein Fokus liegt auf den psychologischen Aspekten des Konsumverhaltens, was eng mit Osburgs Forschungsinteressen verknüpft ist. Die Methodik der Psychologie spielt eine zentrale Rolle bei der Untersuchung des Konsumentenverhaltens und der Generierung von Customer Insights, was in einer digitalen Welt unerlässlich ist. Die umfassende Analyse in Föhls Beitrag unterstreicht die Relevanz psychologischer Ansätze in der aktuellen Marktpsychologie.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Ingolstadt, Deutschland
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.ku.de• ideas.repec.org

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de