

Tagung

CCT Conference Lille

06.-09. Juli 2016

Das Forschungsfeld der "Consumer Culture Theory" (CCT) ist ein Zusammenschluss von interdisziplinär agierenden Konsumforschern, die sich zum Ziel setzen, Makroperspektiven auf außerordentliche Konsumkulturphänomene unserer Zeit weiter zu entwickeln, eine kritisch-analytische Perspektive auf das Konsumentenverhalten ein zu nehmen, und die Methoden der interpretativen Sozialforschung im Feld der Konsumforschung zu etablieren. Die beiden Professoren Nil Özçağlar-Toulouse (Université Lille und SKEMA Business School) und Diego Rinallo (Kedge Business School Diego) zeigten sich verantwortlich für die Organisation der diesjährigen CCT-Konferenz, die rund um das Konferenzthema "Vive la Révolution" Forscher/Innen aus der ganzen Welt in Lille/Frankreich versammelte.

Das Forschungsteam des Bereichs Branding des Instituts für Strategisches Management, Marketing und Tourismus unter der Leitung von Frau Univ. Prof. Dr. Andrea Hemetsberger ist stark in das Netzwerk eingebunden und gestaltet dieses ebenso aktiv mit (u.a. mit Workshop-Organisationen, Co-Autorenschaften, Review-Tätigkeiten, Teilnahme an PHD-Kursen der "European Doctoral School of Consumer Culture Theorizing"). Durch die Teilnahme an der Konferenz konnte das oben genannte Forschungsprojekt weiterentwickelt und die Kontakte zu französischen Partnerinstitutionen durch diese Konferenzteilnahme intensiviert werden.

Kooperationspartner/in: Prof. Dr. Diego Rinallo

Universität: Kedge Business School Lille

Institut: Departement Marketing

Antragsteller/in: Univ.-Prof. Dr. Andrea Hemetsberger
Dr. Verena Stöckl
Dr. Andreas Plank
Dr. Philipp Wegerer

Universität: Universität Innsbruck

Institut: Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus