



Lebenslauf

Olivia Wagner
Weinhartstraße 1a
6020 Innsbruck
Österreich

Mobile.: + (43) 0676 62 59 694

E-Mail.: olivia.wagner@uibk.ac.at

Homepage.: <http://www.uibk.ac.at/smt/tourism/>

Lebenslauf

Zur Person

Olivia Katharina Wagner

Mag. rer.soc.oec

geboren am 17. Januar 1982 in Steyr

österreichische Staatsbürgerschaft

ledig, keine Kinder, nicht ortsgebunden

Schule und Studium

seit 08/2006	Universität Innsbruck Promotionsstudium Angestrebter Abschluss: Dr. rer. soc. oec.	Österreich Innsbruck
10/2001 bis 03/2006	Universität Innsbruck Studium der Betriebswirtschaft Abschluss: Mag.rer.soc.oec. (Februar 2006)	Österreich Innsbruck
08/2005 bis 03/2007	University of Westminster Studiengang: Business Administration Studienschwerpunkt: <ul style="list-style-type: none">• Sustainable Tourism & Airport Management• Personal Financial Management & Modern Financial Management	Großbritannien London
10/1996 bis 06/2001	Höhere Lehranstalt für Tourismus (HLT) Ausbildungsschwerpunkt: <ul style="list-style-type: none">• Tourismus Management• Tourismus Marketing Abschluss: Matura	Osterreich Bad Ischl
10/1992 bis 06/1996	St. Anna – Katholische Privatschule	Österreich Steyr

Berufspraxis

seit 08/2006	Universität Innsbruck Junior Research <ul style="list-style-type: none">Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Bereich Tourismus und Marketing Projekt Assistent <ul style="list-style-type: none">Selbstständige Durchführung von Projekten im Bereich Tourismus Assistent Professor <ul style="list-style-type: none">Externe Lehrbeauftragte für strategisches Management, Marketing und Tourismus http://www.uibk.ac.at/smt/tourism/	Österreich Innsbruck
seit 06/1995	Kur Cafe »Mithilfe im Familienunternehmen « Beraterin, Managerin und Mitarbeiterin	Österreich Bad Hall
01/2009 bis 04/2009	Swarovski » Marketing und Kommunikation « Marketing-Praktikum	Australien Sydney
05/2008 bis 07/2008	UEFA EURO 2008 »Protocol and Ceremony – Guardina Angel and Segregation UEFA VIP « Volunteer	Österreich Schweiz
08/2006 bis 09/2006	Austrian Trade Commission »Aufbereitung von Informationen für Marktchancen österreichischer Produkte in den USA « Wirtschafts-Praktikum	USA New York
Sommerferien 2001-2005	The Peter Family – Au Pair »Mithilfe bei der Betreuung von Kindern « Sozialarbeit	USA Boston
07/2000 bis 08/2000	Tourismus Büro »Meldewesen, persönliche Gästebetreuung am Schalter, Verwaltung der Gästebank « Tourismus-Praktikum	Österreich Bad Hall
06/1999 bis 08/1999	The Selfridge Hotel » Mitarbeit in Bereich F&B « Tourismus-Praktikum	Großbritannien London

Weitere Erfahrungen und Ausbildungen

02/2008	University of the Philippines and University of San Carlos	Phillipinnen Manila Cebu
	»ASEA-UNINET Asia Study Program « Summer School	
07/ 2007 bis 08/2007	National Chung Hsing University National Chenghi University and National Taipei University	Taiwan Taichung Taipei
	» Asian Economics and Politics « Summer School	
06/1999 bis 08/1999	Hammersmith and Westminster College the City and Guilds of London Institute	Großbritannien London
	»National Vocational Qualification « Summer School	
07/1995 bis 09/1995	Pinland Language Centre	Großbritannien Hastings
	»English Language « Sprachkurs	

Sprachen

Deutsch: Muttersprache
Englisch: fließend in Wort und Schrift
Französisch: gute Basiskenntnisse
Chinesisch: Basiskurs

Hobbies

Reisen, Designern und Schneidern von Klamotten, Basteln von Modeschmuck,
Musik, Kellnern im Familienunternehmen, Skifahren und Wakking

Publikationen

Wagner O./ Peters M. (2008). Can association methods reveal the effects of internal branding on tourism destination stakeholders?, *Journal of Place Management and Development* 2(1), pp. 52-69.

Wagner O. (2008). Shopping Paradise Airport – A Typology of Airport Shoppers based on their Motivation. VDM Verlag Dr. Müller.

Wagner O. (2008). Positive and Negative Internal Branding Effects of Destination Branding on the Destination Development. In: Kozak M./Kozak N. (edn), *Proceeding of the 4th World Conference or Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure: 22-27 April 2008, Antalya, Turkey, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, pp. 780-781.

Wagner O./Peters M./ Schuckert M. (2008). Internal Branding in Tourism Destinations: The Need for Future Research. In: Kozak M./Kozak N. (edn), *Proceeding of the 4th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure: 22-27 April 2008, Antalya, Turkey, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, pp. 470-486.

Wagner O./Schuckert M./Möller C./Kaiser M.O.(2007). Changing Airport Attitudes and Preferences - Cross Cultural Implications for Design and Management of Airport Shopping Facilities. *Proceeding of the Travel and Tourism Research Association Europe (TTRA 2007)*, 302-311.

Vorträge

12/2008	Internationale Konferenz Marketing Cities: Place Branding in Perspective - Association for Place Branding & Public Diplomacy <ul style="list-style-type: none">• Full Research Paper: Can association methods reveal the effects of internal branding on tourism destination stakeholders?	Deutschland Berlin
04/2008	Internationale Konferenz Anatolia – 4th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure <ul style="list-style-type: none">• Full Research Paper: Internal Branding in Tourism Destinations – The need for Further Research	Türkei Anatolya

- **Doctoal Paper:**). Positive and Negative Internal Branding Effects of Destination Branding on the Destination Development

04/2007 **Internationale Konferenz** Frankreich
TTRA 2007 - Travel and Tourism Research Nizza
Association
France (Nice)

- **Full Research Paper:** Changing Airport Attitudes and Preferences – Cross Cultural Implications for Design and Managment of Airport Shopping Facilities

Engagement

Seit 2008 **Lehre** Universität Innsbruck Österreich
Innsbruck

WS 08/09 BWL II Strategy and Marketing
WS 08/09 ABWL How to build a business plan

SS 09 BWL II Strategy and Marketing
SS 09 ABWL How to build a business plan

Seit 2008 **Diplomarbeitsbetreuung** Universität Innsbruck Österreich
Innsbruck

Die Relevanz der Kollagemethode zur Messung
der Markenidentität in Destinationen
(Abgeschlossen Mai 2009 Note: Sehr gut)

Innsbruck, Mai 2009