

Marketing-Dramaturgie B

- **Rahmenbedingungen**

Max. 50 Teilnehmende

Anmeldung via zentralem Anmeldesystem der Universität Wien

Ausschließlich digitale asynchrone Lehre

- **Lehrziel**

Die zweiteilige Lehrveranstaltung im Wintersemester und Sommersemester hat die psychologischen Mechanismen und dramaturgischen Kunstgriffe des inszenierten Marketings zum Thema. Die Teilnehmer sollen qualifiziert werden, die Marketingrelevanz von Inszenierungen professionell einzuschätzen.

- **Inhalte**

Marketing-Dramaturgie B beschäftigt sich mit den Orten der „Experience Economy“: Flagship Stores und Concept Stores, Design Malls und Urban Entertainment Center, Brandlands und Erlebnismuseen, hippe Restaurants und Boutique Hotels. Nach der durchgestalteten Wohnung und dem ästhetischen Arbeitsplatz sind sie die "Dritten Orte", an denen man sich auch zu Hause fühlt und emotional auftanken kann. Die Lehrveranstaltung identifiziert zuerst die psychologischen Hochgefühle, die Konsumenten mit ihnen erleben wollen: Glory, Joy, Power, Bravour, Desire, Intensity, Chill. Im Zentrum des zweiten thematischen Schwerpunkts stehen hypnoästhetische Kunstgriffe wie Art Priming, Trance, Destabilization und Attunement.

- **Seminarmethode**

Durchvisualisierter Vortrag mit zahlreichen Videobeispielen, mehrere praktische Übungen, selbstständige Lernexpedition in Wien, um dramaturgische Kunstgriffe vor Ort einzuschätzen

- **Leistungsbeurteilung**

Die Studierenden bearbeiten in mehreren Gruppenarbeiten, welche pro Gruppe bewertet werden, einzelne Themen der strategischen Dramaturgie. Die aktive Mitarbeit der Studierenden wird dabei erwartet. Darüber hinaus findet am Ende des Semesters ein kurzes mündliches Prüfungsgespräch online statt.

Literatur:

Christian Mikunda^[1]_[SEP]

Marketing spüren^[1]_[SEP], Willkommen am Dritten Ort^[1]_[SEP], Redline Wirtschaft, München 2015 (Frankfurt 2002)

Christian Mikunda^[1]_[SEP]

Warum wir uns Gefühle kaufen^[1]_[SEP]. Die 7 Hochgefühle und wie man sie weckt, Econ (Ullstein), Berlin 2009

Christian Mikunda^[1]_[SEP], Hypnoästhetik. ^[1]_[SEP]Die ultimative Verführung in Marketing, Handel und Architektur Econ (Ullstein), Berlin 2018