

VO ABWL Marketing I | 2021W

Informationen zur Lehrveranstaltung

Kurs-Daten

Kurs# 040 119-1 | 3.00 ECTS (2.00 SWS) | SPL 4 – Wirtschaftswissenschaften

VO | nicht-prüfungsimmanente Lehrveranstaltung

Kursformat: digital / Unterrichts- & Prüfungssprache: Deutsch

Kursleiterin: [ao. Univ.-Prof. Dr. Katharina J. Auer-Srnka](#)

Kontaktperson: judith.ladenstein@univie.ac.at

Ziele & Inhalte

Märkte sind so vielfältig wie die Käufer von Produkten und Dienstleistungen. Unternehmen, die ihr Leistungsangebot erfolgreich platzieren und am Markt langfristig bestehen wollen, müssen Ihren Marktauftritt daher systematisch planen und kunden- wie auch wettbewerbsorientiert gestalten.

Das Marketing als Teildisziplin der Betriebswirtschaftslehre bietet Anbietern Ansätze, Konzepte und Tools, zur Planung, Organisation und Umsetzung von Maßnahmen der Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationsgestaltung des Angebots.

In diesem Kurs werden Sie ...

- mit der **Fachterminologie des Marketings** vertraut werden,
- ein Verständnis von **Marketing als strategischer Zugang** im kunden- & erfolgsorientierten Marktauftritt von Unternehmen entwickeln und
- sich systematisch mit Konzeption, Nutzen, Einsatz und gegenseitiger Abstimmung der verschiedenen **Marketinginstrumente** befassen.

Es wird zunächst auf grundlegende Aspekte marktorientierten Denkens und Handelns eingegangen. Im Weiteren werden schrittweise Grundbegriffe, Konzepte und Instrumente des strategischen und operativen Marketings vorgestellt und diese schließlich anhand von Beispielen aus der Wirtschaftspraxis veranschaulicht sowie im Hinblick auf aktuelle Entwicklungen beleuchtet.

Methode

Die Lehrveranstaltung findet als synchron angebotene digitale Vorlesung statt. Die Einheiten werden aufgezeichnet und stehen bis zum letzten Prüfungstermin der Vorlesung zum Abruf bereit.

Format

Die Vorlesung findet wöchentlich in synchronem, digitalem Format statt. [via Moodle] Die einzelnen Einheiten werden aufgezeichnet und stehen bis zum letzten Prüfungstermin online zur Verfügung.

Termine

Dienstags, 15:00-16:30 Uhr

EH	Termin	Thema
1	05.10.2021	Was ist Marketing? – Ein erster Überblick <i>Markt- & kundenorientiert denken, planen & handeln.</i>
2	12.10.2021	Marketingplan: Strategie, Ziele, Maßnahmen & Controlling <i>Wege zum langfristigen Unternehmenserfolg. Marketingplanung & Umgang mit Wettbewerb.</i>
3	19.10.2021	Das Unternehmen & sein Umfeld <i>Was beeinflusst Handeln & Erfolg des Unternehmens? Chancen & Risiken erkennen & bewerten.</i>
4	09.11.2021	Märkte & Kunden <i>Wie funktionieren Märkte, wie entscheiden Kunden? Wie können Unternehmen Kunden erfolgreich binden?</i>
5	16.11.2021	,product': Angebotene Leistung(en) I <i>Produktentwicklung, -gestaltung & Sortimentspolitik</i>
6	23.11.2021	,product': Angebotene Leistung(en) II <i>Dienstleistungen & Markenpolitik</i>
7	30.11.2021	,place': Distribution <i>Wie kommt die Leistung zur Kundin zum Kunden? Bestimmungsfaktoren & Formen der Distribution, Typen des stationären Handels, Online-Vertrieb & Multi--channeling</i>
8	07.12.2021	,price': Preispolitik <i>Was ist das Produkt die Leistung (wem) wert? Was müssen Käufer innen insgesamt dafür aufwenden?</i>
9	14.12.2010	,promotion': Kommunikation <i>(Potenzielle) Kund inn en informieren & überzeugen. Beziehung Aufbauen & Pflegen. Kunden erinnern!</i>
10	11.01.2022	Informationen extern & intern erheben & analysieren <i>Was müssen Unternehmen wissen, um Erfolg zu haben? Wie können sie notwendige Informationen, insbesondere ausreichend ,customer insight' erlangen?</i>
11	18.01.2022	Gastvortrag
12	25.01.2022	Klausur: Online Single-choice Test (60 Minuten)

* im Lehrbuch: Kotler, Philip | Armstrong, Gary | Harris, Lloyd C. | Piercy, Nigel (2019):
[Grundlagen des Marketing](#), 7. aktualisierte Auflage, Pearson.

An-/Abmeldung

HINWEIS: Die Lehrveranstaltungsanmeldung gilt nicht als Prüfungsanmeldung!

Melden Sie sich für die Prüfung unbedingt gesondert via *u:space* an. Beachten Sie dabei die Meldezeiten; eine nachträgliche An- bzw. Abmeldung ist nicht möglich.

Leistungsnachweis & Beurteilung

Der Leistungsnachweis in diesem Kurs erfolgt mittels eines schriftlichen online-Tests im Umfang von 60 Minuten (50 Fragen mit jeweils 4 Single-Choice Antwort-Optionen ohne Punkteabzug für Fehlantworten; insg. max. 50 Punkte erreichbar).

Prüfungsstoff sind die im Kurs behandelten Inhalte sowie die angegebene Literatur, auf die sich die einzelnen Kurseinheiten stützen. Für die Prüfungsvorbereitung werden den Kursteilnehmer*innen alle Vorlesungseinheiten als Stream sowie Folien und andere Unterlagen bzw. Links in Moodle online zur Verfügung gestellt.

Die Leistungsbeurteilung beruht auf dem Prüfungsergebnis (max. 50 Punkte).

Für die Benotung wird folgender Beurteilungsschlüssel herangezogen:

Sehr gut	≥ 88%	(44 Punkte)
Gut	≥ 75 %	(38 Punkte)
Befriedigend	≥ 63%	(32 Punkte)
Genügend	≥ 50 %	(25 Punkte)

Prüfungstermine

Prüfungstermin zum Kursende: 25.01.2022

Weitere Prüfungsantrittsmöglichkeiten gibt es zu Beginn, in der Mitte und am Ende des Sommersemesters 2022. Informationen dazu finden Sie in *u:find*.

Literatur

Kotler, Philip | Armstrong, Gary | Harris, Lloyd C. | Piercy, Nigel (2019):
Grundlagen des Marketing, 7. aktualisierte Auflage, Pearson.

Aktuelles

Ab Kursbeginn laufend im Moodle-Kurs unter: <https://moodle.univie.ac.at/>