



040222 EC EP: Innovation und Marketing

Wintersemester 2021-2022, 3.00 ECTS, Unterrichtssprache: Deutsch

LV Leitung
Elisabeth Steiner, PhD Besprechungstermine nach Vereinbarung (elisabeth.steiner@univie.ac.at, elisabeth.steiner@fhwn.ac.at)
Zielgruppe
Studierende des Erweiterungscurriculums Entrepreneurship
LV Ziele und Lehrinhalte
<p>Neu gegründete Unternehmen beruhen oft auf Innovation und neuen Ideen, die dann erst marktfähig und damit einem breiten Publikum zugänglich gemacht werden. Wie setzt man eine Innovation erfolgreich um? Wie betritt man einen Markt, und wie kann man sich darin behaupten und wachsen? Bei all diesen Überlegungen gehen Innovation und Marketing idealerweise Hand in Hand, da Marketing nicht erst mit der Vermarktung „fertiger“ Produkte / Services beginnt, sondern marketingbezogenen Überlegungen bereits in einem weitaus früheren Stadium der Ideenfindung und Produktentwicklung Relevanz zukommen sollte, um für den Markt passende Produkte und Marken zu entwickeln.</p> <p>Der Kurs bietet einen Überblick über Grundlagen des Innovationsmanagements und vermittelt grundlegende Konzepte und Theorien des Marketings anhand realer Problemstellungen aus der Praxis. Das erlernte Wissen soll dazu beitragen, das Verständnis für komplexe Praxis-Entscheidungen an der Schnittstelle zwischen Innovation und Marketing zu schärfen. Thematisiert werden beispielsweise geeignete Innovationsstrategien. Im Rahmen des strategischen Marketings werden die Themenbereiche Konsumentenverhalten, Markenführung, Sensorik und Marktforschung behandelt. Abschließend werden Entscheidungen des operativen Marketings praxisnah diskutiert (z.B. Überlegungen der Kommunikations- und Preispolitik).</p> <p>Aktuelles ab Kursbeginn laufend im Moodle-Kurs unter: https://moodle.univie.ac.at/.</p>
Anmeldung
Anmeldung über https://uspace.univie.ac.at/ Die Lehrveranstaltung wird durch die E-Learning Plattform Moodle (https://moodle.univie.ac.at/) unterstützt. Studierende mit einem gültigen u:net Account werden nach der ersten Einheit von der LV Leitung frei geschaltet. Die Anmeldung zur Prüfung ist in jedem Fall erforderlich! Die Pflicht-LV ist Bestandteil des Moduls „(2) Von der Gründungsidee zum Kunden“. Teilnahmevoraussetzung: keine Die Lehrveranstaltung wird online über Moodle abgehalten!
Leistungsnachweis
Die Lehrveranstaltung ist nicht prüfungsimmanent. Der Leistungsnachweis in diesem Kurs erfolgt mittels einer schriftlichen Online-Prüfung im Umfang von 60 Minuten.

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 sämtliche relevante Unterlagen in Moodle online zur Verfügung gestellt.

Die Leistungsbeurteilung beruht auf dem Prüfungsergebnis. Ab 50 % der erreichbaren Punkte ist die Klausur/Lehrveranstaltung positiv absolviert.

1. Prüfungstermin zum Kursende: 20.12.2021, 14:00 Uhr

Weitere Prüfungsantrittsmöglichkeiten gibt es zu Beginn, in der Mitte und am Ende des Sommersemesters 2022:

2. Termin: 24.02.2022, 14:00 Uhr

3. Termin: 25.04.2022, 14:00 Uhr

4. Termin: 27.06.2022, 14:00 Uhr

Verwendete Literatur

Foliensatz zur LV (auf Moodle), sowie ergänzend:

Kotler/Keller/Opresnik (2017): Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien, 15., aktualisierte Auflage 2017. ISBN-13: 978-3868942798, ISBN-10: 3868942793.

Kotler/Armstrong/Harris/Piercy (2019): Grundlagen des Marketing, 7. aktualisierte Auflage, Pearson.

Stummer/Günther/Köck (2010): Grundzüge des Innovations- und Technologiemanagements, 3. Aufl., 2010.