

Merkblatt 040114 UE Marketing-Dramaturgie A

WS 20/21, 4.00 ECTS

Ziele, Inhalte und Methode der Lehrveranstaltung

Die zweiteilige Lehrveranstaltung hat die psychologischen Mechanismen und dramaturgischen Kunstgriffe des inszenierten Marketings zum Thema.

Marketing-Dramaturgie A im Wintersemester beginnt mit einem Vorbesprechungstermin im Oktober.

Der beiden ersten Blöcke im November beschäftigen sich mit inszenierten Bildern, etwa in Verpackungsdesign und Warenbildgestaltung, die nicht nur gesehen, sondern auch gespürt werden. Die Psychologie von Bewegung und Rhythmus in Spots und Clips ergänzt diesen Ansatz einer formalen Wirkungssteigerung im Marketing.

Die drei Blöcke im Dezember und Jänner widmen sich den dramatisierenden Aspekten im Marketing: dem professionellen Storytelling durch "Brain Scripts", der Lust an räumlicher Erschließung mittels "Cognitive Maps", der Medien- und Konsumgeschicklichkeit (Media Literacy) oder der Kreation von Image und Atmosphäre durch "Inferential Beliefs".

Marketing Dramaturgie B im Sommersemester hat die Psychologie und Dramaturgie der sieben Hochgefühle und die tranceähnlichen Phänomene der Hypnoästhetik zum Thema.

Art der Leistungskontrolle und erlaubte Hilfsmittel

Sie erfolgt auf Grund eines Gruppen-Referats und eines mündlichen Prüfungsgesprächs.

Die Einführungsübungen zu Beginn jedes Blocks gelten als Selbsterfahrung, die den Studierenden die Praxisrelevanz des folgenden Inputs vor Augen führen soll, und werden daher nicht bewertet. Die aktive Teilnahme aller Studierenden an diesen Übungen ist jedoch Voraussetzung für die positive Beurteilung der Lehrveranstaltung.

Die späteren Gruppenreferate werden pro Gruppe, die mündlichen Prüfungsgespräche am Semesterende einzeln bewertet. Referate und Prüfungsgespräche machen dabei jeweils 50 % der Gesamtnote aus.

Mindestanforderungen und Beurteilungsmaßstab

Die Teilnehmer sollen qualifiziert werden, die Marketingrelevanz von Inszenierungen professionell einzuschätzen. Die Anwesenheit der Studierenden in der Blocklehrveranstaltung ist durchgehend notwendig und wird zu Beginn jedes Termins überprüft. Verhinderungen müssen schriftlich und vor Beginn des jeweiligen Termins mitgeteilt werden. Eine Gesamtleistung von 50% durch Referat und Prüfungsgespräch führt zu einer garantierten positiven Bewertung.

Didaktik der Lehrveranstaltung

Durchvisualisierter Vortrag mit zahlreichen Videobeispielen, Selbsterfahrungen am Beginn jedes thematischen Blocks, realitätsnahe praktische Übungen.

Literatur

Christian Mikunda

Kino spüren, Strategien der emotionalen Filmgestaltung

WUV / Universitätsverlag, Wien 2002 (Filmlandpresse, München 1986)

Christian Mikunda

Der verbotene Ort, oder: Die inszenierte Verführung. Unwiderstehliches Marketing durch Strategische Dramaturgie

Redline Wirtschaft, Frankfurt 2006 (Econ, Düsseldorf 1995)