

## 040535 UK Marketing Instrumente A: Nicht traditionelle Instrumente der Kommunikationspolitik

Wintersemester 2021/22, 4 ECTS, 2 SSt, Unterrichtssprache deutsch  
Montag, ab 04.10.2021, 09:45 – 11:15, digital über BigBlueButton

### LV Leiterin

**Dr. Elisabeth Wolfsteiner, Lehrstuhl für Marketing**

[elisabeth.wolfsteiner@univie.ac.at](mailto:elisabeth.wolfsteiner@univie.ac.at)

Homepage: <http://marketing.univie.ac.at>

Sprechstunde: nach Vereinbarung

Die LV-Einheiten finden ausschließlich digital auf Moodle mittels Web Conferencing (BigBlueButton) statt, Mikrofon und Webcam sind notwendig für die Teilnahme an der LV.

### Ziele der LV

Die Lehrveranstaltung hat das Ziel, die Kenntnisse der Studierenden im Fach Marketing zu vertiefen und eine fundierte Einführung in unterschiedliche Instrumente der Kommunikationspolitik zu geben. Diskutiert werden nicht traditionelle Kommunikationsinstrumente, die sich von den klassischen Instrumenten (klassische Werbung, PR) vor allem durch ein hohes Maß an Individualisierung und Kreativität unterscheiden. Erörtert werden die grundlegenden Besonderheiten, Einsatzgebiete sowie Vor- und Nachteile der einzelnen Kommunikationsinstrumente unter Berücksichtigung realer Anwendungsbeispiele sowie wissenschaftlicher Erkenntnisse. Der Kurs soll zur weiteren Beschäftigung mit dem Fach Marketing anregen.

Zielgruppe der Lehrveranstaltung sind vor allem Studierende des Bachelorstudiums Betriebswirtschaft, die das Berufsfeld Marketing Management in der Vertiefungsphase gewählt haben.

### LV Methode

In den ersten Einheiten werden die theoretischen Grundlagen im Rahmen eines Vortrags erläutert. Bitte beachten Sie: das begleitende Studium der Literatur ist unbedingt erforderlich, da nicht alle Inhalte im Rahmen des Vortrags abgedeckt werden können.

Das vermittelte Wissen wird dann in einem Projekt in Kleingruppen vertieft und praxisbezogen angewandt (Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes). Benotet werden eine schriftliche Ausarbeitung und Präsentation des Projekts. Nähere Informationen zum Projekt folgen in der ersten Einheit. Deadline für die Abgabe der schriftlichen Ausarbeitung des Projektes ist 04.01.2022.

Auf die korrekte Vorgangsweise beim wissenschaftlichen Arbeiten bzw. Zitieren wird besonders hingewiesen. Bitte beachten Sie im Rahmen der schriftlichen Ausarbeitung die Regeln des korrekten wissenschaftlichen Arbeitens, zitieren Sie Ihre verwendeten Quellen: <https://studienpraeses.univie.ac.at/infos-zum-studienrecht/sicherung-der-guten-wissenschaftlichen-praxis/>

Schriftliche Arbeiten (bzw. alle Abgaben über Moodle) werden mit der Plagiatssoftware Turnitin kontrolliert. Bitte stimmen Sie der Plagiatsprüfung bei der Abgabe von Dateien zu!

#### Anmerkungen aufgrund Covid-19 und einhergehende Beschränkungen:

- Die LV-Einheiten finden zeitlich synchron (digitale live sessions) über BigBlueButton (Web Conferencing) auf der Lernplattform Moodle statt.
- Die Präsentationen der Studierenden (Studierende benötigen ein Mikrofon und eine Webcam, damit diese digital gehalten werden kann) stellen einen Teil der Einheiten im Jänner dar und werden ebenso über BigBlueButton abgewickelt.
- Die Diskussionsaufgaben werden schriftlich auf Moodle digital abgegeben.
- Der Endtest findet digital statt.

#### Aufnahmekriterien

- Anmeldung über <https://uspace.univie.ac.at>
- positive Absolvierung des Pflichtmoduls ABWL: Marketing der Kernphase des Bachelorstudiums
- Anwesenheit in der ersten Lehrveranstaltungseinheit über BigBlueButton ist für eine weitere Teilnahme am Kurs zwingend erforderlich!

#### Beurteilung

Bei dieser Lehrveranstaltung handelt es sich um einen fortführenden Universitätskurs mit immanentem Prüfungscharakter. Die Leistungsbeurteilung erfolgt auf Basis folgender Teilleistungen:

- Schriftliche Ausarbeitung (20 %) und Präsentation Praxisprojekt (20 %); Beurteilung als Kleingruppe
- Diskussionsaufgaben 30 %
- Endtest 30 %

#### Literatur

Die Literatur zu den jeweiligen inhaltlichen Schwerpunkten wird im Laufe des Semesters bekannt gegeben. Diese setzt sich aus aktuellen wissenschaftlichen Publikationen sowie Kapiteln aus Lehrbüchern zu den jeweiligen Themengebieten zusammen.

Die Lehrveranstaltung wird durch die E-Learning Plattform Moodle (<https://moodle.univie.ac.at>) unterstützt. Studierende mit einem gültigen u:net Account werden vor der ersten Einheit von der LV Leitung frei geschaltet.

#### Detaillierter Terminplan

V	Inhaltlicher Schwerpunkt	Termin
1	Organisatorisches, Guerilla Marketing allgemein	04.10.2021 – digital, BigBlueButton
2	Guerilla Marketing allgemein	11.10.2021 – digital, BBB; Diskussionsaufgabe
3	Ambush Marketing	18.10.2021 – digital, BBB; Diskussionsaufgabe
4	Praxisprojekt	25.10.2021 – digital, BBB
5	Ambient Marketing	08.11.2021 – digital, BBB; Diskussionsaufgabe
6	Buzz Marketing	15.11.2021 – digital, BBB; Diskussionsaufgabe
7	Produktplatzierung	22.11.2021 – digital, BBB; Diskussionsaufgabe
8	In-Game Advertising	29.11.2021 – digital, BBB; Diskussionsaufgabe
9	Guerilla Stores, Trends	06.12.2021 – digital, BBB
	<b>Abgabe schriftliche Ausarbeitung Praxisprojekt</b>	<b>04.01.2022</b>
10	Präsentationen Praxisprojekt	10.01.2022 – digital, BBB

11	Präsentationen Praxisprojekt	17.01.2022 – digital, BBB
12	<b>Endtest</b>	<b>24.01.2022; 9:45 – 11:15 (digital, BBB)</b>