

040428/1 UK ABWL Marketing II

040428/2 UK ABWL Marketing II

Wintersemester 2021, 2 SSt., Unterrichtssprache: deutsch
3 ECTS (Curriculum 2014)

LV-Leiter

Matthias Glaser, MSc, Lehrstuhl für Marketing, Zimmer 4.605
Dr. Elisabeth Wolfsteiner, Lehrstuhl für Marketing

Gruppe 1: Montag, 11:30 – 13:00 (Wolfsteiner)
Gruppe 2: Dienstag, 15:00 – 16:30 Uhr (Glaser)

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

Ob der Endtest vor Ort oder digital stattfindet, wird abhängig von der Situation entschieden.

matthias.glaser@univie.ac.at
elisabeth.wolfsteiner@univie.ac.at
Homepage: <http://marketing.univie.ac.at>
Sprechstunde: nach Vereinbarung

Ziele der LV

Diese Lehrveranstaltung vertieft die in der Lehrveranstaltung VO ABWL Marketing 1 vermittelten Lehrinhalte. Die dort erlernte Terminologie und die grundlegenden Konzepte des Marketings werden nun anhand realer Marketingprobleme angewandt. Mittels Fallstudien kommt es zur Analyse von realen Unternehmen aus der österreichischen Marketingpraxis. Die in Gruppen erarbeiteten Ergebnisse und Lösungsvorschläge werden anschließend im Plenum präsentiert und diskutiert. Die Lehrveranstaltung soll zur weiteren Beschäftigung mit dem Fach Marketing und der Betrachtung von Marketingentscheidungen aus der Sicht des Managements ermuntern.

LV-Inhalte

Die Lehrveranstaltung behandelt bereits bekannte Themenbereiche des Marketings in vertiefender Form und soll dazu beitragen, das Verständnis für komplexe Praxis-Entscheidungen im Bereich Marketing zu schärfen.

Im Rahmen des strategischen Marketings werden folgende Themenbereiche näher betrachtet:

- Marketingumfeld
- Strategisches Marketing
- Konsumentenverhalten
- Marktforschung

- Marktsegmentierung und –positionierung

In der zweiten Hälfte der Lehrveranstaltung werden Entscheidungen des operativen Marketings untersucht:

- Produktpolitik
- Distributionspolitik
- Kommunikationspolitik
- Preispolitik
- Dienstleistungsmarketing

LV-Methode

In der ersten Einheit bekommen die Studierenden eine Fallstudie zugewiesen, diese soll in Kleingruppen gelöst und schriftlich ausgearbeitet werden. Jede Einheit wird dann eine dieser Ausarbeitungen von den Studenten präsentiert und mit den Kollegen diskutiert. Bitte beachten Sie im Rahmen dieser Ausarbeitung die **Regeln des korrekten wissenschaftlichen Arbeitens**, zitieren Sie Ihre verwendeten Quellen: <http://studienpraeses.univie.ac.at/informationmaterial/sicherung-der-guten-wissenschaftlichen-praxis/>

Für weiterführende Informationen bezüglich korrekten Zitierens orientieren Sie sich bitte an folgendem Buch:

 Ebster, C., Stalzer, L. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 5. Auflage, Wien, Facultas.

Anschließend werden die Ergebnisse präsentiert – pro Einheit eine Präsentation zu einem Themenbereich.

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 jeweiligen Einheit dar und werden ebenso über BigBlueButton abgewickelt.
- Die Kurztests werden schriftlich über Moodle digital durchgeführt.
- Die Hausübungen werden schriftlich auf Moodle digital abgegeben.
- Ob der Endtest vor Ort oder digital stattfindet, wird abhängig von der Situation entschieden.

Aufnahmekriterien

- Anmeldung über U:SPACE
- positiver Abschluss der VO ABWL Marketing 1
- Anwesenheit in der **ersten Lehrveranstaltungseinheit** ist für eine weitere Teilnahme am Kurs zwingend erforderlich!
- Es werden **ausnahmslos maximal 50 Personen** im Kurs aufgenommen! Eine Abwesenheit in der ersten Einheit hat zur Folge, dass der LV-Platz verloren geht.
- Dieser Kurs verwendet die **Plagiatsprüfungssoftware** Turnitin. Für die Kursteilnahme ist die Zustimmung zur Plagiatsprüfung der eingereichten Inhalte erforderlich.

Beurteilung

Es handelt sich um eine prüfungsimmanente Lehrveranstaltung, die Leistungsbeurteilung erfolgt auf Basis folgender Teilleistungen:

- Ausarbeitung und Präsentation der Fallstudie 20 %
- Mitarbeit/Hausübungen 20 %
- 2 Kurztests 20 %
- Endtest 40 %

Die 20 % Mitarbeit können je nach LV-Leiter auf unterschiedliche Art erreicht werden. Nähere Informationen dazu erhalten Sie in der ersten Einheit. Die Kurztests decken das Stoffgebiet der vorangehenden drei Einheiten ab, der Endtest behandelt das gesamte Stoffgebiet. Der Fokus dieser Leistungsüberprüfungen liegt auf der Anwendung der in der VO ABWL Marketing 1 erlernten Konzepte. Für eine positive Absolvierung des UK Marketing sind insgesamt mindestens 50 % notwendig.

In den Einheiten besteht Anwesenheitspflicht. Studierende, die **öfter als dreimal abwesend** sind, werden negativ beurteilt. Bei der Präsentation der eigenen Fallstudie wird eine Anwesenheit vorausgesetzt!

Literatur

Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2016): Marketing Management, 3rd European ed., New Jersey: Pearson Education International.

Wagner, U./ Reisinger H./Akbari K. (Hrsg.) (2018): Fallstudien aus der österreichischen Marketingpraxis 8, Facultas, Wien.

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 vom LV-Leiter freigeschaltet. Informationen bezüglich des Kurses werden so den Kollegen zugänglich gemacht.

Detaillierter Terminplan:

LV	Termin	Fallstudie	Mo 11:30 – 13:00 (Moodle)	Di 15:00 – 16:30 (Moodle)
1	Organisatorisches, Einteilung der Arbeitsgruppen...		04.10.2021	05.10.2021
	Abgabe Ausarbeitung der Fallstudie		25.10.2021	26.10.2021
	Feedback bezüglich Ausarbeitung		Über Moodle	Über Moodle
	Abgabe der Präsentation		Freitag 12:00 Uhr (Moodle) vor der Einheit, in der zu präsentieren ist	Montag 09:00 Uhr (Moodle) vor der Einheit, in der zu präsentieren ist
2	Marketingumfeld	Hut & Stiel	25.10.2021	09.11.2021
3	Strategisches Marketing	Bründl Sports	08.11.2021	09.11.2021 (16:30 – 18:00)
4	Konsumentenverhalten	Unverschwendet	15.11.2021	16.11.2021
5	Marktforschung	Wunschatelier	22.11.2021	23.11.2021
6	Marktsegmentierung/-positionierung	NÖM	29.11.2021	30.11.2021
7	Produktpolitik	Vöslauer	06.12.2021	07.12.2021
8	Distributionspolitik	Trader Joe's	13.12.2021	14.12.2021
9	Kommunikationspolitik	BMW	10.01.2022	11.01.2022
10	Preispolitik	Schloss Schönbrunn	17.01.2022	18.01.2022
11	Dienstleistungsmarketing	Arnulf Rainer	24.01.2022	25.01.2022
Endtest			01.02.2022 (15:00 – 16:00)	