

## VO ABWL Marketing I | 2022W

---

### Informationen zur Lehrveranstaltung

#### Kurs-Daten

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

Vorlesung (nicht-prüfungsimmanente Lehrveranstaltung)

Sprache: Lehrveranstaltung & Prüfung in Deutsch | Literatur in Englisch

Kursformat: Präsenz + Digital | VO-Prüfung: Digital im Hörsaal (vor Ort!)

Termine: wöchentlich | Montags, 11:30-13:00 Uhr

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

**Kontaktperson:** [judith.ladenstein@univie.ac.at](mailto:judith.ladenstein@univie.ac.at)

#### Ziele & Inhalte

Märkte sind so vielfältig wie die Käufer\*innen von Gütern und Dienstleistungen. Unternehmen, die ihr Leistungsangebot erfolgreich platzieren und am Markt langfristig bestehen wollen, müssen daher Ihren Marktauftritt systematisch planen und ihre Produkte kunden- & wettbewerbsorientiert gestalten.

Aufgabe des Marketings in der betriebswirtschaftlichen Praxis ist es, Kundenwert zu generieren; dazu gilt es für das Unternehmen, Kunden Leistungen von Wert anzubieten und langfristiges Vertrauen und eine stabile Kundenbeziehung aufzubauen. Anbietertreue Kunden bis hin zu begeisterten Fans bzw. Markenanhänger, die als Fürsprecher für Produkte engagieren sind das Ergebnis konsequenter, zielorientierter und erfolgreicher Umsetzung einer gut gewählten Marketingstrategie.

Das Marketing als Teildisziplin der Betriebswirtschaftslehre bietet Anbietern theoretisch verankerte Konzepte wie auch praktisch nutzbare Tools zur Planung, Organisation und Umsetzung von Maßnahmen der **Produkt-, Preis-, Distributions- & Kommunikationsgestaltung** für verschiedene Marktangebote – vom Rohstoff bis zum High-Tech Produkt, von hoch standardisierten Dienstleistungen bis hin zum hoch individualisierten Kundenerlebnis.

In dieser Vorlesung gewinnen die Hörer\*innen einen Überblick über Aufgaben und Ansätze des Marketings. Konkret werden Sie im Laufe des Semesters ...

- mit **Fachterminologie, Zielen, Möglichkeiten & Grenzen** 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 sowie gegenseitiger Abstimmung der verschiedenen **Marketinginstrumente („4 Ps“)** befassen.

Es wird zunächst auf grundlegende Aspekte des marktorientierten Denkens und Handelns eingegangen. Daran anschließend werden Grundbegriffe, Konzepte und Instrumente des Marketings auf strategischer wie auch auf operativer Ebene vorgestellt und diese anhand von Beispielen aus der Wirtschaftspraxis veranschaulicht sowie im Hinblick auf aktuelle Entwicklungen beleuchtet und zusammengeführt.

## Format & Methode

Die Vorlesung findet wöchentlich als vor Ort-Veranstaltung im Hörsaal statt. Alle Einheiten werden gestreamt und aufgezeichnet. Die Vorlesung kann somit entweder im Hörsaal besucht, synchron digital mitverfolgt oder als Aufzeichnung nachträglich angesehen werden. Alle Aufzeichnungen stehen bis zum letzten Prüfungstermin der Vorlesung zum Abruf bereit.

## Termine

Montags, 11:30-13:00 Uhr

EH	Termin	Thema	
1	03.10.2022	<b>Was ist Marketing?</b> ,Customer Value‘ schaffen: Kunden begeistern & binden	
2	10.10.2022	<b>Der Marketing Plan</b> Von der Strategie zum nachhaltigen Unternehmenserfolg	
3	17.10.2022	<b>Die Marketingumwelt</b> Akteure & Entwicklungen im Umfeld des Unternehmens verstehen	
4	24.10.2022	<b>Märkte &amp; Kunden verstehen I:</b> Konsument*innen im Fokus	
5	31.10.2022	<b>Märkte &amp; Kunden verstehen II:</b> Business-Kund*innen im Fokus	
6	07.11.2022	<b>Kunden erreichen &amp; im Wettbewerb bestehen</b> Zielgruppen identifizieren, auswählen & erfolgreich ansprechen Markteintritts-, Wachstums- & Wettbewerbsstrategien bestimmen	
7	14.11.2022	<i>digitale Fragestunde</i>	
8	21.11.2022	Die 4 Ps: <b>Produkt</b>	
9	28.11.2022	Die 4 Ps: <b>Preis</b>	
10	05.12.2022	Die 4 Ps: <b>Distribution</b>	
11	12.12.2022	Die 4 Ps: <b>Kommunikation</b>	
<i>Ferien</i>			
12	09.01.2023	<i>Ausweichtermin</i>	
13	16.01.2023	<b>Informationen einholen:</b> Marktforschung planen & umsetzen; Ergebnisse verstehen & nutzen	
14	23.01.2023	<i>digitale Fragestunde</i>	
15	30.01.2023	<b>Integrierte Maßnahmen &amp; Erweiterte Perspektive des Marketings:</b> Der Marketing-Mix: Integration & Wechselwirkungen der 4 Ps Globaler Marktauftritt, Digitale Markterweiterung, Nachhaltigkeit	

## An-/Abmeldung

**HINWEIS:** Um die PRÜFUNG absolvieren zu können, ist eine gesonderte Anmeldung erforderlich! Die Anmeldung zu dieser Lehrveranstaltung gilt NICHT als Anmeldung zur Prüfung!!!

## Leistungsnachweis & Beurteilung

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

Der Prüfungsstoff umfasst die angegebene Literatur, auf die sich die einzelnen Kurseinheiten stützen. Für die Prüfungsvorbereitung werden den Kursteilnehmer\*innen in Moodle alle Vorlesungseinheiten als Stream sowie Powerpoint-Slides online zur Verfügung gestellt. Diese Unterlagen dienen ausschließlich der Prüfungsvorbereitung. **Bei der Prüfung gilt:** Ein Taschenrechner darf verwendet werden; keine Mobiltelefone! Es dürfen keinerlei Hilfsmittel verwendet werden; und es ist keine Kommunikation oder Zusammenarbeit mit anderen zulässig. Von den Regeln abweichendes Verhalten führt zur Beurteilung der Prüfung mit „X“.

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 nach Ende der Vorlesung: 02.02.2023 | 9:45-11:15

Weitere Antrittsmöglichkeiten zur Vorlesungsprüfung gibt es zu Beginn, in der Mitte und am Ende des Sommersemesters: 27.02.2023 (9:45) | 24.04.2023 (11:30!) | 26.06.2023 (9:45)

Hinweis: 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.

## Literatur

Kotler, Philip / Armstrong, Gary / Opresnik, Mark Oliver (2021): [Principles of Marketing](#), 18<sup>th</sup> Global Edition, Pearson.

## Weitere Informationen & Unterlagen

Grundlegende Informationen finden Sie laufend in [u:find](#).

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